

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR FAKTOR UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PENGGUNA JASA RAYYA WEDDING SEBAGAI PERENCANA PERNIKAHAN MENGGUNAKAN METODE KANO

Marina Annisa

16/407230/PEK/22465

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang menentukan kualitas suatu perusahaan yang bergerak di industri penyelenggaraan acara pernikahan. Industri pernikahan mengalami pertumbuhan yang sangat progressive. dilihat dari banyaknya jumlah pernikahan yang terjadi setiap tahunnya. Angka pernikahan ini memicu pasar didalam industri ini. Pameran pernikahan semakin diminati dengan pemasaran yang dilakukan melalui media digital sehingga membuka pasar konsumen lebih luas. Hal tersebut meningkatkan kompetisi didalam industri pernikahan karena pengguna jasa semakin selektif dalam memilih penyedia jasa yang akan mereka gunakan termasuk jasa perencana pernikahan atau Wedding Organizer. Peran wedding organizer dalam membantu calon pengantin menjadi suatu kebutuhan agar proses persiapan dan penyelenggaraan pernikahan lancar. Tingkat kesuksesan penyelenggaraan pernikahan adalah kepuasan pelanggan yang menjadi faktor pengukur kualitas layanan.

Untuk mengukur kualitas dan kepuasan dalam atribut layanan, penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL dan Model Kano terhadap performa jasa Rayya Wedding. Performa jasa diukur melalui kuesioner penelitian terhadap pelanggan yang telah menggunakan jasa Rayya Wedding sebagai sampel penelitian. Analisis dilakukan untuk menentukan dimensi layanan dan mengkategorikan atribut layanan sebagai strategi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Hasil analisis SERVQUAL teridentifikasi tiga dimensi yang mentukan kualitas pelayanan Rayya Wedding yaitu dimensi Responsiveness, Assurance dan Emphaty dengan nilai gap yang cukup signifikan. Berdasarkan analisis Kano respond pertanyaan fungsional dan disfungsional disimpulkan bahwa layanan masuk kategori One-Dimensional dan Must-be sehingga dapat disarankan perbaikan internal usaha. Penelitian ini merekomendasikan Rayya Wedding untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama divisi *human resources* sehingga standar operasional perusahaan sejajar pada penerapannya kepada pelanggan. Penerapan *management development* dan *mentoring programs* pada perusahaan akan berdampak positif dari sisi kualitas pelayanan dan meningkatkan kinerja kepemimpinan perusahaan yang tidak hanya dari sisi internal tetapi juga eksternal kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan pelanggan, Kualitas layanan, Atribut layanan, SERVQUAL, Kano

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS TO INCREASE THE SATISFACTION OF SERVICE USERS RAYYA WEDDING AS WEDDING PLANNERS USING KANO METHOD

Marina Annisa

16/407230/PEK/22465

Customer satisfaction is a factor that determines the quality of a company engaged in the industry holding a wedding event. The wedding industry is experiencing very progressive growth. Judging by the large number of marriages that occur each year. This marriage figure triggered a market in this industry. The wedding exhibition is increasingly in demand with marketing carried out through digital media so as to open up a wider consumer market. This increases competition in the wedding industry because service users are increasingly selective in choosing the service providers they will use, including wedding planning services. The role of the wedding organizer in helping the bride and groom become a necessity so that the wedding preparation and implementation process will run smoothly. The success rate of wedding administration is customer satisfaction which is a measure of service quality.

For measuring quality and customer satisfaction in the service attribute, this research method using SERVQUAL Model and service performance against Kano Rayya Wedding. Service performance is measured through a questionnaire research on customers who have used the services of Rayya Wedding as research samples. Analysis is done to determine the dimensions and categorize service attributes a service as a corporate strategy in improving the quality of service.

The results of the analysis of the three dimensions identified SERVQUAL mention service quality dimensions Responsiveness Wedding namely Rayya, Assurance and Emphaty with significant gap value. Based on the analysis of functional questions and respond Canoe dysfunctional incoming service concluded that the one-dimensional categories and Must-be advised so that it can repair internal efforts. The study recommends Rayya Wedding to improve service quality, especially the Division of human resources so as to align the company operational standards on its application to customers. The application of management development and mentoring programs at the company will positively impact the quality of service and improve the performance of the company's leadership not only from the side of internal but also external customer satisfaction.

Keywords: *Customer satisfaction, Service quality, Service attributes, SERVQUAL, Kano.*