

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, laporan Tugas Akhir dengan judul “IDENTIFIKASI PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN PRINSIP *MARKETING MIX 7P* SEBAGAI UPAYA MENGETAHUI MINAT DAN KEBUTUHAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN *WEDDING ORGANIZER* DI MASA PANDEMI COVID 19” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Laporan Skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang dilakukan sejak Agustus 2020 hingga Januari 2021, Skripsi merupakan persyaratan akhir bagi mahasiswa yang wajib dilalui sesuai dengan Kurikulum Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pelita Harapan.

Dalam Penyusunan laporan kerja praktek ini, penulis mendapatkan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena karena dukungannya, saya mengucapkan terima kasih kepada:

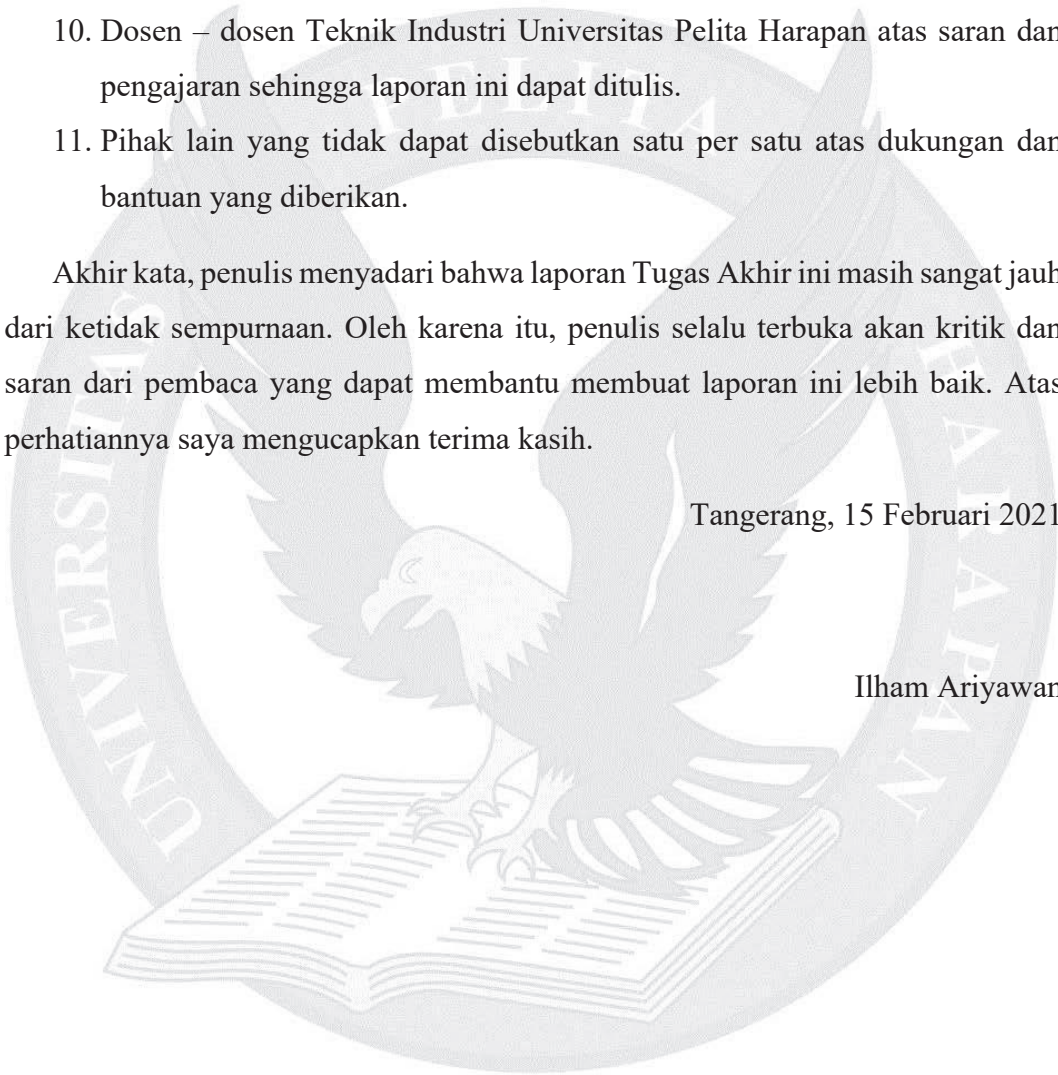
1. Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua yang telah membantu memberikan dukungan dan segala upaya agar laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Eric Jobiliong, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
4. Ibu Dr. Nuri Arum Anugrahati, selaku Wakil Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
5. Bapak Laurence, M.T. selaku Direktur Administrasi dan Kemahasiswaan Fakultas Sains dan Teknologi
6. Ibu Priskila C.Rahayu, S.Si., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pelita Harapan dan juga pembimbing kedua yang senantiasa membantu dan mendukung dalam mengerjakan laporan tugas akhir

7. Bapak Rudy Vernando Silalahi, M.T selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu, tenaga dan cinta kasih dalam mendukung saya untuk mengerjakan laporan ini.
8. Ibu Agustina Christiani, M.Eng.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik
9. Anggia Adwiputri selaku teman penulis yang telah memberikan bantuan, saran dan dukungannya dalam penyelesaian penulisan Tugas Akhir
10. Dosen – dosen Teknik Industri Universitas Pelita Harapan atas saran dan pengajaran sehingga laporan ini dapat ditulis.
11. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan yang diberikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih sangat jauh dari ketidak sempurnaan. Oleh karena itu, penulis selalu terbuka akan kritik dan saran dari pembaca yang dapat membantu membuat laporan ini lebih baik. Atas perhatiannya saya mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 15 Februari 2021

Ilham Ariyawan

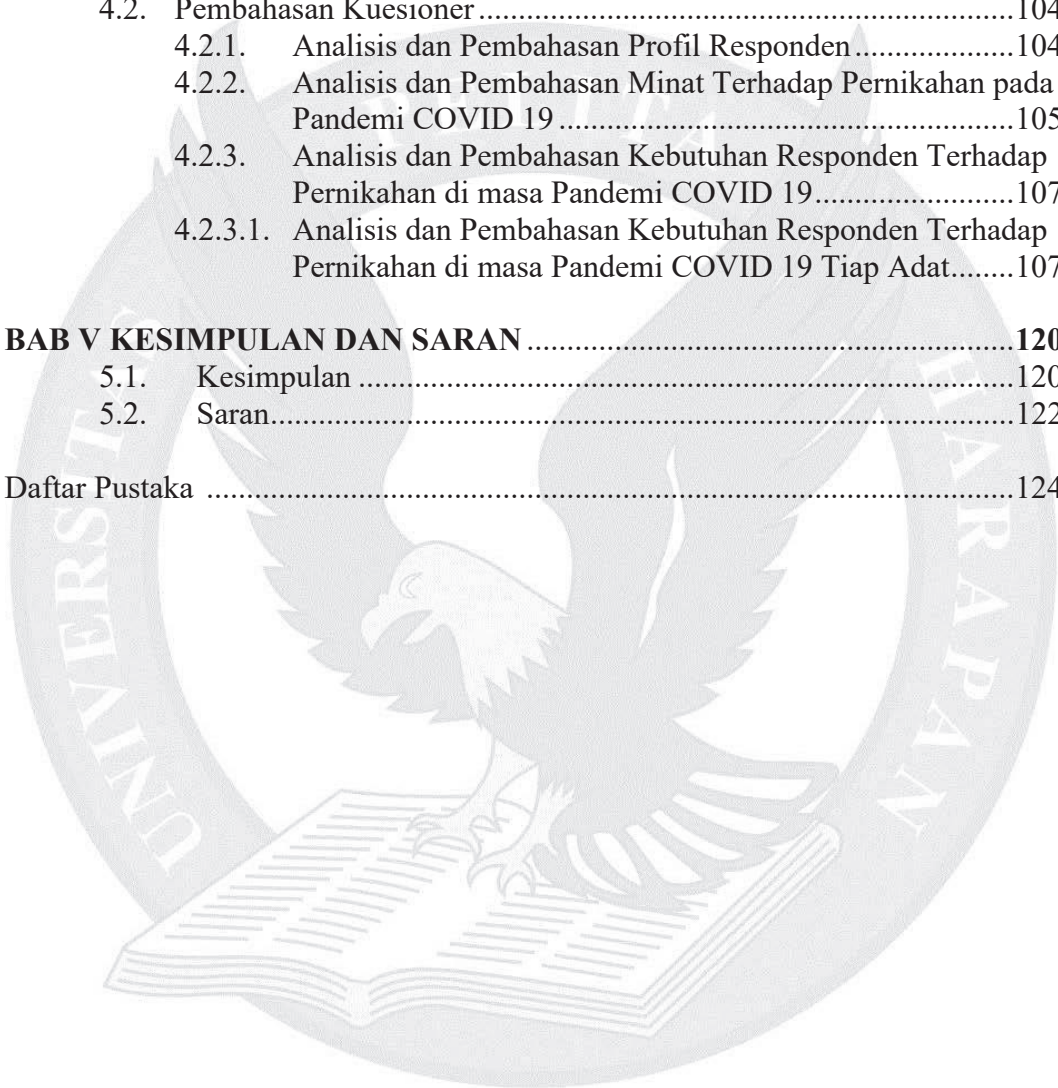


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR RUMUS .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Batasan Masalah .....	4
1.5. Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Definisi Pemasaran .....	7
2.2 Marketing Mix .....	7
2.3 Pengertian Minat.....	10
2.4 Pengertian Kebutuhan.....	12
2.5 Pengertian Jasa.....	13
2.6 Pengertian <i>Wedding Organizer</i> .....	13
2.7 Pengertian Pandemi .....	15
2.8 Pandemi Corona Virus Disease 19 .....	15
2.9 Putusan Pemerintah Tentang PSBB .....	17
2.10 Pernikahan Di masa Pandemi COVID 19.....	18
2.11 Strategi Pemasaran pada Pandemi COVID 19 .....	19
2.12 Penentuan Jumlah Sampel .....	21
2.13 Penelitian yang Mendahului .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Penelitian Pendahuluan.....	23
3.2 Perumusan Masalah .....	23
3.3 Penetapan Tujuan Penelitian.....	24
3.4 Tinjauan Pustaka.....	24
3.5 Pengumpulan Data.....	24
3.5.1. Pembuatan Kuesioner.....	26
3.6 Pengolahan Data, Analisis dan Pembahasan .....	35
3.7 Kesimpulan dan Saran .....	35



3.8	Diagram Penelitian .....	36
<b>BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Data Hasil Kuesioner .....	38
4.1.1.	Profil Responden.....	39
4.1.2.	Kuesioner Minat Terhadap Pernikahan Pandemi COVID 19 .....	44
4.1.3.	Kuesioner Kebutuhan Konsumen Terhadap Pernikahan ...	49
4.2.	Pembahasan Kuesioner .....	104
4.2.1.	Analisis dan Pembahasan Profil Responden .....	104
4.2.2.	Analisis dan Pembahasan Minat Terhadap Pernikahan pada Pandemi COVID 19 .....	105
4.2.3.	Analisis dan Pembahasan Kebutuhan Responden Terhadap Pernikahan di masa Pandemi COVID 19.....	107
4.2.3.1.	Analisis dan Pembahasan Kebutuhan Responden Terhadap Pernikahan di masa Pandemi COVID 19 Tiap Adat.....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>120</b>
5.1.	Kesimpulan .....	120
5.2.	Saran.....	122
Daftar Pustaka .....		124



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1	Bagan metode penelitian ..... 34
Gambar 4.1	Data jenis kelamin responden..... 39
Gambar 4.2	Data umur responden..... 40
Gambar 4.3	Data tempat tinggal saat ini..... 40
Gambar 4.4	Data pekerjaan responden ..... 41
Gambar 4.5	Data pendapatan responden ..... 42
Gambar 4.6	Data tahun menikah responden ..... 42
Gambar 4.7	Data biaya pernikahan yang akan dikeluarkan responden..... 43
Gambar 4.8	Data minat responden dalam melakukan pernikahan di COVID 19..... 44
Gambar 4.9	Data alasan responden yang menjawab “Ya” dan “Mungkin” pada pertanyaan minat ..... 45
Gambar 4.10	Data jenis perayaan pernikahan yang diinginkan oleh responden..... 47
Gambar 4.11	Data alasan yang diberikan oleh responden yang memilih “Tidak” minat..... 47
Gambar 4.12	Data jenis perayaan pernikahan yang diinginkan oleh responden tidak minat ..... 49
Gambar 4.13	Data jenis perayaan pernikahan yang diinginkan oleh responden secara keseluruhan..... 50
Gambar 4.14	Data tanggapan terhadap jenis adat yang dipilih oleh responden ..... 51
Gambar 4.15	Data tanggapan yang diberikan responden tentang minat reputasi perusahaan..... 52
Gambar 4.16	Data grafik tanggapan responden mengenai acara pernikahan yang membutuhkan bantuan WO pada masa pandemi COVID 19 ..... 54

Gambar 4.17	Data grafik tanggapan mengenai layanan lain yang diperlukan pada acara pernikahan responden.....	56
Gambar 4.18	Data Grafik tanggapan mengenai pelayanan yang dibutuhkan dari WO tentang penyediaan Vendor.....	58
Gambar 4.19	Data grafik tanggapan responden tentang jumlah Tamu yang akan diundang .....	60
Gambar 4.20	Data grafik kebutuhan responden terhadap paket pernikahan yang disediakan oleh WO.....	62
Gambar 4.21	Data grafik WO yang menyediakan Prokes bagi keluarga .....	64
Gambar 4.22	Data grafik yang menyediakan perlengkapan Prokes bagi vendor.....	65
Gambar 4.23	Data grafik bantuan WO dalam menyediakan Prokes bagi tamu .....	67
Gambar 4.24	Data tanggapan terhadap tempat meeting dengan WO.....	69
Gambar 4.25	Data media informasi yang saat ini sering digunakan oleh responden.....	71
Gambar 4.26	Data tanggapan responden terhadap media informasi yang lebih efektif untuk dijadikan saran promosi WO .....	73
Gambar 4.27	Data tanggapan terhadap jenis promosi yang dibutuhkan kelompok adat.....	74
Gambar 4.28	Data tanggapan terhadap cara pembayaran yang dibutuhkan oleh .....	76
Gambar 4.29	Data tanggapan tentang biaya WO yang dikeluarkan untuk acara lamaran .....	77
Gambar 4.30	Data tanggapan terhadap biaya paket WO untuk lamaran.....	79
Gambar 4.31	Data grafik biaya yang akan dikeluarkan untuk WO pada acara akad nikah dan resepsi .....	80
Gambar 4.32	Data grafik kebutuhan responden terhadap penampilan WO.....	82



Gambar 4.33	Data grafik tanggapan kebutuhan responden terhadap WO .....	83
Gambar 4.34	Grafik kebutuhan responden terhadap WO saat acara berlangsung .....	86
Gambar 4.35	Grafik kebutuhan responden terhadap WO setelah selesainya acara pernikahan .....	88
Gambar 4.36	Grafik tanggapan responden terhadap reputasi WO kelompok pernikahan moderen .....	90
Gambar 4.37	Grafik tanggapan mengenai acara pernikahan yang membutuhkan bantuan WO pada pandemi COVID 19 pada kelompok moderen .....	91
Gambar 4.38	Grafik tanggapan mengenai layanan lain yang diperlukan kelompok moderen .....	91
Gambar 4.39	Grafik tanggapan mengenai pelayanan yang dibutuhkan dari wo terhadap vendor lain pada kelompok moderen .....	92
Gambar 4.40	Grafik tanggapan responden tentang jumlah tamu kelompok moderen .....	93
Gambar 4.41	Grafik kebutuhan responden terhadap paket pernikahan yang disediakan oleh WO .....	94
Gambar 4.42	Grafik tentang WO yang menyediakan perlengkapan Proses bagi keluarga .....	95
Gambar 4.43	Grafik tentang WO yang menyediakan Proses bagi vendor kelompok moderen .....	96
Gambar 4.44	Grafik tentang WO yang menyediakan Proses bagi Tamu undangan kelompok moderen .....	96
Gambar 4.45	Grafik tanggapan terhaap tempat meeting dengan WO kelompok moderen .....	97
Gambar 4.46	Grafik media informasi yang saat ini sering digunakan responden kelompok moderen .....	98
Gambar 4.47	Grafik tanggapan responden terhadap media informasi	

	yang lebih efektif untuk dijadikan sarana promosi WO pada kelompok moderen.....	99
Gambar 4.48.	Grafik tanggapan terhadap jenis promosi yang dibutuhkan oleh responden .....	100
Gambar 4.49	Grafik terhadap cara pembayaran yang dibutuhkan oleh responden kelompok modern .....	100
Gambar 4.50	Grafik tanggapan responden tentang biaya WO yang akan dikeluarkan untuk acara lamaran .....	101
Gambar 4.51	Grafik tanggapan responden terhadap biaya paket WO untuk lamaran kelompok modern .....	102
Gambar 4.52	Grafik biaya yang akan dikeluarkan responden untuk WO pada acara akad nikah dan resepsi .....	103
Gambar 4.53	Grafik tanggapan kebutuhan responden terhadap WO kelompok modern.....	103
Gambar 4.54	Grafik kebutuhan responden terhadap penampilan tim WO kelompok modern.....	104
Gambar 4.55	Grafik kebutuhan responden terhadap WO saat acara pernikahan berlangsung.....	105
Gambar 4.56	Grafik kebutuhan reponden terhadap WO setelah selesai acara pernikahan kelompok modern.....	106



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pertanyaan Identifikasi Minat dan Kebutuhan Pada layanan WO Pada masa Pandemi COVID 19 .....	29
Tabel 4.1. Reputasi Perusahaan WO yang diminati.....	51
Tabel 4.2. Data jenis acara pernikahan yang memerlukan bantuan WO pada masa pandemi COVID 19.....	53
Tabel 4.3. Data Pelayanan yang dibutuhkan selain WO.....	57
Tabel 4.4. Data pelayanan yang dibutuhkan dari WO .....	59
Tabel 4.5. Data jumlah tamu yang diundang .....	61
Tabel 4.6. Data paket WO yang dibutuhkan oleh responden.....	63
Tabel 4.7. Data Kebutuhan konsumen terhadap penyediaan Prokes oleh WO untuk keluarga .....	65
Tabel 4.8. Data kebutuhan konsumen terhadap penyediaan Prokes oleh WO untuk vendor.....	67
Tabel 4.9. Data kebutuhan konsumen terhadap penyediaan Prokes untuk tamu undangan oleh WO.....	69
Tabel 4.10. Data tanggapan responden terhadap tempat meeting dengan WO .....	71
Tabel 4.11. Data media informasi yang saat ini sering digunakan oleh responden .....	73
Tabel 4.12. Data media promosi yang lebih efektif menurut responden .....	75
Tabel 4.13. Data promo WO yang dibutuhkan oleh konsumen.....	77
Tabel 4.14. Data pemilihan cara pembayaran yang dibutuhkan oleh responden .....	79
Tabel 4.15. Data tanggapan responden tentang biaya WO untuk acara lamaran.....	81
Tabel 4.16. Data tanggapan biaya WO yang akan dikeluarkan untuk acara lamaran dengan keseluruhan fasilitas.....	83
Tabel 4.17. Data tanggapan biaya yang akan dibayarkan responden ke WO untuk acara Akad Nikah dan Resepsi.....	85

Tabel 4.18. Data tanggapan responden terhadap penampilan WO yang dibutuhkan.....	87
Tabel 4.19. Data tanggapan responden terhadap WO yang dibutuhkan.....	89
Tabel 4.20. Data tanggapan responden terhadap WO saat acara berlangsung.....	92
Tabel 4.21. Data kebutuhan responden terhadap WO setelah acara selesai .....	94



## DAFTAR RUMUS

Halaman

2.1.	Formula Slovin .....	20
------	----------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran A-1

Peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah..... A-1

Lampiran A-2

Kuesioner minat dan kebutuhan pernikahan di masa pandemi covid 19..... A-2

