

**TINJAUAN USAHA JASA WEDDING ORGANIZER
DI CV. ADITH TRITAMA PADANG**

SKRIPSI

***Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains
Terapan (D4) Jurusan Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Fakultas
Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang***



**HILDAYATI PUTRI TARYANI
15078036 / 2015**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
JURUSAN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**TINJAUAN USAHA JASA *WEDDING ORGANIZER* DI CV. ADITH
TRITAMA PADANG**

Nama : Hildayati Putri Taryani
Nim/BP : 15078036 / 2015
Program Studi : Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Jurusan : Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2019

Disetujui oleh:

Pembimbing



Murni Astuti, S.Pd, M.Pd. T
NIP. 19741201 200812 2002

Mengetahui

**Ketua Jurusan Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang**



Murni Astuti, S.Pd, M.Pd. T
NIP. 19741201 200812 2002

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan

Jurusan Tata Rias dan Kecantikan

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Universitas Negeri Padang

Judul : Tinjauan Usaha Jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Tritama Padang
Nama : Hildayati Putri Taryani
NIM/BP : 15078036/2015
Jurusan : Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2019

Tim Penguji

1. **Ketua** Murni Astuti, S.Pd, M.Pd.T
2. **Anggota** Dra. Rahmiati, M.Pd, Ph.D
3. **Anggota** dr. Prima Minerva, M.Biomed

1.....
2.....
3.....



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hildayati Putri Taryani
BP/NIM : 2015/ 15078036
Program Studi : Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Jurusan : Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

“TINJAUAN USAHA JASA *WEDDING ORGANIZER* DI CV. ADITH TRITAMA PADANG”

Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di instansi UNP maupun dimasyarakat negara. Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Jurusan Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Murni Astuti S.Pd, M.Pd.T
NIP. 19741201 200812 2002

Saya yang menyatakan,



Hildayati Putri Taryani
NIM. 15078036

HALAMAN PERSEMBAHAN

Subhanallah, Walhamdulillah, Laa haula walaa Quataillabillah. Segala puji hanya kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang. Salawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyelamatkan dan memberkahi umatnya dengan Al-Qur'an dan Sunnahnya. Aamiin ya Rabbal'alamin.

Terimakasih tak terhingga penulis ucapkan kepada orang terkasih dan tersayang Ibu dan Ayah yang telah mengorbankan segalanya kepada penulis, hingga pada detik di mana penulis bisa meraih gelar Sarjana Sains Terapan, mustahil penulis bisa meraihnya tanpa do'a Ibu dan Ayah, semoga Allah, s.w.t kelak menghadiahkan surga kepada Ibu dan Ayah. Aamiin yaa Rabbal Allamin.

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada:

Ibu, Ayah, Abang, Kakak, Ferdi Agustian, Putri Sintya Bunga, Nurul Rahmi, Siti Rafika, Annisa Ulfa, Fitria Ramadhani, Lika, Ica, Dilla, Manisa, Cinggu Dina, Dinung, Ezi, Bella, Ike, Kak Sari, Kak Feby, Bang Boo, Bang Adith, Kak Dara, Ii, Ante Ar, Dayat, Oom Widi, Dea, Reggi, Nisa, Ikhsan.

Ibu Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi

*Murni Astuti, S.Pd, M.Pd. T
Dra. Rahmiati, M.Pd, Ph.D
dr. Prima Minerva, M.Biomed*

Ibu-Ibu Dosen bu Mei, bu Yet, Oma, Bunda vivi, bu Tyas, Teknisi kak Rona, dan Staf Administrasi kak Ises, kakak senior kak Anggina dan kak Ella dan rekan-rekan Tata Rias dan Kecantikan FPP UNP

Serta sahabat dan semua yang tidak disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis selama ini.

Meskipun goresan tinta ini hanya berupa untaian kata-kata yang tidak pantas rasanya mewakili ucapan terima kasih penulis. Insya Allah kelak Allah, s.w.t akan membalas dengan kebaikan. Aamiin..

ABSTRAK

Hildayati Putri Taryani. 2019. Tinjauan Usaha Jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Tritama Padang *Skripsi*. Jurusan Tata Rias dan Kecantikan FPP UNP.

Wedding Organizer adalah suatu jasa yang memberikan pelayanan khusus secara pribadi yang bertujuan untuk membantu calon pengantin dan keluarga calon pengantin dari mulai perencanaan sampai tahap pelaksanaan dan memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan dan membantu merumuskan segala hal yang dibutuhkan pada saat pernikahan. Tujuan penelitian ini adalah meninjau dan mengetahui bagaimana jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Tritama Padang dilihat dari harga, strategi promosi, reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dan dibantu dengan pedoman wawancara. Langkah-langkah untuk menganalisis data adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan keputusan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha jasa *Wedding Organizer* di CV.. Adith Tritama dilihat dari segi harga yaitu standar, karena harga yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan kalangan masyarakat, terdapat paket yang paling tinggi yaitu 45jt hingga yang menengah. Promosi yang dilakukan oleh Adith Tritama dengan menggunakan sosial media instagram, dan beberapa tabloid, terdapat juga promosi yang dilakukan oleh konsumen dari mulut ke mulut. Reputasi pada perusahaan ini dikatakan baik, karena pemilik usaha jasa *Wedding Organizer* ini sudah mempunyai nama baik dan dikenal oleh masyarakat banyak. Kualitas Pelayanan pada *Wedding Organizer* Adith Tritama dikatakan mampu mempengaruhi minat konsumen, karena mulai dari awal perkenalan dengan konsumen. Adith Tritama sudah memberikan pelayanan terbaik dengan memperlihatkan keramah tamahannya dan sopan santun saat berbicara dengan etika yang baik, hanya saja terdapat sedikit hambatan pada saat penempatan perlengkapan barang untuk acara pernikahan yang kurang tertata didalam studio CV. Adit Tritama.

Kata Kunci: Tinjauan Usaha Jasa *Wedding Organizer*

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah S.W.T berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam disampaikan untuk junjungan Nabi besar Muhammad S.A.W. Penulisan skripsi yang berjudul “Tinjauan Usaha Jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Tritama Padang” ini terlaksana berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Murni Astuti, S.Pd, M.Pd.T selaku Penasehat Akademik serta pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu dalam mengarahkan dan membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
2. Seluruh staf pengajar dan teknisi Jurusan Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Kepada Adith Tritama, karyawan di CV. Adith Tritama, serta konsumen yg menggunakan jasa *Wedding Organizer* Adith Tritama yang telah meluangkan waktu untuk membantu memberikan keterangan yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Orangtua tercinta, yang telah memberikan do’a dan motivasi serta bantuan moril dan materil.
5. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat, motivasi, bantuan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis sudah berusaha menulis sebaik mungkin, namun masih ada kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya masukan, kritikan, dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padang, November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	9
1. Jasa.....	9
2. Harga (<i>Price</i>)	12
3. Promosi (<i>promotion</i>)	15
4. Reputasi Perusahaan (<i>Corporate Reputation</i>).....	19
5. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	21
6. <i>Wedding Organizer</i>	24
7. C.V Adith Trithama	28
B. Struktur Organisasi	29
C. Kerangka Konseptual	31
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Definisi Operasional.....	33
C. Lokasi Penelitian	35
D. Jenis Data.....	35
E. Sumber Data.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36

G. Instrumen Penelitian.....	38
H. Teknik Analisis Data	39
I. Keabsahan Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	43
1. Temuan Umum	43
2. Temuan Khusus	45
B. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organisasi CV. Adith Trithama	29
2. Kerangka Konseptual.....	32
3. Gedung CV. Adith Tritama	45
4. Proses Make Up Pengantin	67
5. Proses Make Up Pengantin	67
6. Proses Make Up Pengantin	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Panduan Observasi dan Wawancara	83
2. Rekap Data Penelitian	89
3. Dokumentasi Penelitian	93

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pernikahan merupakan fitrah seorang manusia. Setiap pasangan yang sedang menjalin hubungan asmara pasti memiliki tujuan menuju jenjang pernikahan. Menurut UU Nomor 1 Tahun 1974 tentang pernikahan Pasal 1 “Perkawinan atau pernikahan merupakan ikatan lahir bathin antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami isteri dengan tujuan untuk membentuk keluarga atau rumah tangga yang bahagia dan kekal yang didasarkan pada Ketuhanan Yang Maha Esa”. Pernikahan juga sering disebut sebagai perjanjian antara sepasang laki-laki dan perempuan untuk membolehkan bergaul sebagai suami isteri guna membentuk suatu keluarga. Bagi sebagian orang pernikahan bukan hanya menyatukan sepasang laki-laki dan perempuan, namun juga menyatukan dua keluarga sehingga menjadi satu keluarga besar.

Menurut Bachtiar (13:2004) pernikahan merupakan “pintu bagi bertemunya dua hati dalam naungan pergaulan hidup yang berlangsung dalam jangka waktu yang lama, yang di dalamnya terdapat berbagai hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pihak untuk mendapatkan kehidupan yang layak, bahagia, harmonis, serta mendapat keturunan. Pernikahan itu merupakan ikatan yang kuat yang didasari oleh perasaan cinta yang sangat mendalam dari masing-masing pihak untuk hidup bergaul guna memelihara kelangsungan manusia di bumi”, karena pernikahan

dimana moment yang sangat istimewa sebelum melangsungkan hidup antara dua keluarga maka pada umumnya di peringati oleh pesta yang sangat mewah agar berkesan dan berkesan, karena pada dasarnya hanya sekali seumur hidup. Pernikahan membutuhkan biaya dan persiapan yang baik serta benar, supaya semua kegiatan berjalan sesuai rencana yang telah ditetapkan. Untuk mencapai kepuasan dalam mengadakan acara resepsi suatu pernikahan maka dibutuhkan tenaga professional untuk menggapainya, antara lain seperti bagaimana mewujudkan tata rias bagi pengantin yang sempurna mulai dari *make up*, busana pengantin, aksesoris, pelaminan, perlengkapan/ aksesoris acara, serta tempat yang digunakan saat pernikahan. Alasan bagi calon pengantin untuk tidak dapat mempersiapkan resepsi pernikahannya adalah waktu dan kesibukan yang tidak memungkinkan untuk melakukan sendiri, maka dari itu dibutuhkan suatu bantuan dari orang lain salah satunya menggunakan jasa *Wedding Organizer* atau yang sering disebut WO.

Menurut Hidayah (2014:9), “*Wedding Organizer* merupakan perusahaan yang secara umum menawarkan jasa tata rias, busana, aksesoris, dekorasi, makanan, minuman, video dan foto yang dibentuk dalam paket pernikahan”. Fithrati (2014:75) menuturkan bahwa :

Wedding Organizer (WO) adalah jasa pengorganisasian untuk suatu acara pernikahan, baik dalam perencanaanya maupun pada saat hari pernikahan wedding organizer hanyalah perantara antara klien dengan vendor dan antara klien dengan panitia, WO adalah pihak yang tepat untuk membantu calon mempelai menentukan vendor yang sesuai dengan anggaran yang ada, tetapi mampu memberikan hasil yang memuaskan serta WO dapat membantu calon mempelai untuk mencari vendor yang bermutu dengan harga yang bersahabat (Ferdiansyah, 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Wedding Organizer* adalah suatu jasa yang memberikan pelayanan khusus secara pribadi yang bertujuan untuk membantu calon pengantin dan keluarga calon pengantin dalam memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan dan membantu merumuskan segala hal yang dibutuhkan pada saat pernikahan. *Wedding Organizer* memberikan solusi mulai dari tata rias, busana, dekorasi, tenda, pelaminan, *photobooth*, gedung, dan segala sesuatu yang dibutuhkan pada saat acara pernikahan berlangsung.

Melalui layanan dari jasa WO, masyarakat mampu untuk mewujudkan penampilan yang sesuai dengan keinginan dan tuntutan zaman di era kehidupan sekarang dalam bidang *fashion* serta kecantikan. WO sudah menjadi kebutuhan bagi sebahagian orang dalam mengikuti perkembangan zaman. Seiring dengan makin pesatnya teknologi dan perkembangan zaman yang menuntut semuanya serba instan, sepertinya masyarakat sekarang cenderung menyenangi segala hal yang berbaur praktis dan ekonomis. Demikian juga halnya dalam bidang perayaan pesta pernikahan. *Wedding Organizer* sudah cukup lama ada, dimulai dari pesta-pesta adat dimana panitia pesta tersebut mulai membagi tugas masing-masing untuk mendukung suksesnya sebuah acara pernikahan. Namun beberapa masyarakat/konsumen masih banyak yang memikirkan banyak biaya pengeluaran atau *budget* yang akan dikeluarkan untuk acara pesta pernikahannya, konsumen yang ingin mendapatkan hasil terbaik pasti rela mengeluarkan berapa pun biaya agar acara berjalan dengan baik dan lancar.

Penelitian ini dikhususkan pada CV. Adith Trithama dan juga konsumen yang menggunakan jasa *wedding organizer* di CV. Adith Trithama di wilayah kota Padang. Dengan melakukan penelitian mengenai bagaimana Adith Trithama melakukan strategi penetapan harga, promosi, reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan jasa agar menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa *wedding organizer* ini, namun dengan harga yang cukup tinggi bagi kalangan standar usaha *wedding organizer* di CV. Adith Trithama ini masih banyak di minati oleh konsumen dari berbagai kalangan, karena sebuah perusahaan terdapat strategi yang akan dicapai oleh suatu perusahaan jasa yaitu bagaimana menentukan harga yang kompetitif, promosi yang menarik hati konsumen, reputasi perusahaan serta kualitas pelayanan yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan konsumen *Wedding Organizer* Adith Trithama yaitu YP pada tanggal 16 Agustus 2019 menyatakan bahwa usaha jasa *wedding organizer* Adith Trithama berkompeten, karena Adith Trithama sudah mempunyai reputasi yang tinggi dan juga sudah banyak dikenal sebagai *make up artist* ternama di kota Padang dan sering mendapatkan penghargaan pada saat mengikuti kompetensi/perlombaan, oleh karena itu konsumen tertarik untuk menggunakan jasa *Wedding Organizer* ini.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk mengungkapkan lebih jauh mengenai bagaimana usaha jasa *wedding organizer* di CV. Adith Trithama banyak di minati oleh konsumen, apa saja

bentuk kegiatan perusahaan Adith Trithama dalam mempengaruhi konsumen, dan bagaimana menyusun strategi agar perusahaan menjadi perusahaan yang kuat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus maju dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat, yang akan dituangkan ke dalam skripsi yang berjudul **“Tinjauan Usaha Jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang”**.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, fokus masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah:

1. *Jasa Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang dilihat dari harga.
2. *Jasa Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang dilihat dari strategi promosi.
3. *Jasa Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang dilihat dari reputasi perusahaan.
4. *Jasa Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang dilihat dari kualitas pelayanan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah penetapan harga pada *jasa Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang?
2. Bagaimanakah strategi promosi pada *jasa Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang?

3. Bagaimanakah reputasi perusahaan pada jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang?
4. Bagaimanakah kualitas pelayanan pada jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Meninjau dan mendeskripsikan penetapan harga pada jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang dilihat dari harga.
2. Meninjau dan mendeskripsikan strategi promosi pada jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang.
3. Meninjau dan mendeskripsikan reputasi perusahaan pada jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang.
4. Meninjau dan mendeskripsikan kualitas pelayanan pada jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Trithama Padang.

E. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai referensi bagi mahasiswa yang ingin melanjutkan penelitian ini, dan sebagai tambahan referensi bacaan mengenai usaha jasa *wedding organizer* yang bersangkutan dengan mata kuliah kewirausahaan di jurusan Tata Rias dan Kecantikan serta dapat menjadi tambahan informasi bagi mahasiswa yang akan membuka usaha jasa *wedding organizer* ini.

2. Bagi Jurusan

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan mengenai mata kuliah kewirausahaan agar dapat menjadi panduan untuk mengembangkan materi ini kepada mahasiswa.

3. Bagi Peneliti

Unuk mengembangkan teori-teori yang telah diterima selama belajar di jurusan tata rias dan kecantikan terutama pada mata kuliah kewirausahaan mengenai strategi dalam menjalankan dan membangun sebuah usaha serta dapat memperluas pikiran mengenai masalah kegiatan penetapan harga, promosi, membentuk reputasi perusahaan serta memberikan kualitas pelayanan yang baik sebagaimana yang harus dimiliki dan dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa dan juga sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan D4 Tata Rias dan Kecantikan di Universitas Negeri Padang.

4. Bagi Pengusaha *Wedding Organizer*

Bagi Pengusaha *Wedding Organizer* diharapkan dapat menjadi acuan dan informasi tambahan dalam menjalankan strategi perusahaan jasa untuk meningkatkan dan mempertahankan minat konsumen melalui penetapan harga, promosi, reputasi perusahaan serta kualitas pelayanan agar perusahaan dapat terus bertahan dan semakin maju seiring perkembangan zaman.

5. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk konsumen/masyarakat yang akan menggunakan jasa *wedding organizer* agar dapat mengetahui bagaimana jenis perusahaan yang baik dilihat dari harga, promosi, reputasi perusahaan, dan kualitas pelayanannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dapat diambil kesimpulan bagaimana usaha jasa *Wedding Organizer* di CV. Adith Tritama dilihat dari segi harga, promosi, reputasi perusahaan serta kualitas pelayanannya, sebagai berikut :

1. Harga *Wedding Organizer* di CV. Adith Tritama dapat diterima bagi masyarakat, pada paket WO Adit Tritama memberikan 2 jenis paket *luxury* yaitu 40 juta dan 45 juta, di dalam paket itu tersedia berbagai perlengkapan yang lengkap untuk persiapan pesta pernikahan, kemudian terdapat juga paket yang lebih murah yang tergantung dari permintaan konsumen. Karena sebahagian besar konsumen Adit berasal dari kalangan pejabat standar, maka paket harga *Wedding Organizer* yang disediakan dapat diterima oleh konsumen. Adith Tritama juga menggunakan produk-produk yang berkualitas untuk menjalankan usahanya seperti menggunakan brand/merek make up ternama, karena itu harga yang ditetapkannya sesuai dengan kualitas produk atau manfaat yang didapat oleh konsumen.
2. Promosi yang dilakukan oleh Adith Tritama sudah baik, yaitu dengan cara mempromosikan produk dan jasanya melalui sosial media instagram, melalui majalah tabloid, dan juga dari mulut ke mulut yang dapat mempengaruhi keinginan dan minat konsumen untuk menggunakan jasa WO ini.

3. Reputasi Perusahaan di CV. Adith Tritama Padang sangat baik, karena Adith sudah memiliki reputasi tinggi dan dikenal oleh banyak orang bahkan sudah menjadi salah satu *Make Up Artist* ternama dikota Padang, dengan begitu membuat konsumen baik dari kalangan pejabat standar sampai kalangan menengah banyak yang tertarik untuk menggunakan jasa Adith Tritama. Untuk membuat reputasi menjadi baik Adith Tritama selalu memperlihatkan keramah tamahannya kepada setiap konsumen dan belajar belajar dan selalu belajar agar dapat mencapai kesuksesan.
4. Kualitas Pelayanan pada *Wedding Organizer* Adith Tritama dikatakan mampu mempengaruhi minat konsumen, karena awal pengenalan dengan konsumen Adith Tritama sudah memberikan pelayanan seperti memperlihatkan keramah tamahannya dan sopan santun saat berbicara dengan etika yang baik, namun terdapat satu hambatan yang peneliti temukan pada kualitas pelayanan di jasa WO ini yaitu pada hari pelaksanaan pernikahan terjadi kekurangan aksesoris pengantin, karena barang-barang untuk perlengkapan pengantin bercampur dengan perlengkapan lainnya, karena perlengkapan untuk *Wedding Organizernya* yang kurang tertata.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dapat dikemukakan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk menerima manfaat pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha diharapkan dapat menjadi acuan dan informasi tambahan dalam menjalankan strategi perusahaan jasa untuk meningkatkan dan mempertahankan minat konsumen melalui penetapan harga, promosi, reputasi perusahaan serta kualitas pelayanan agar perusahaan dapat terus bertahan dan semakin maju seiring perkembangan zaman.
2. Bagi Peneliti diharapkan dapat mengembangkan teori-teori yang telah diterima selama belajar di jurusan tata rias dan kecantikan terutama pada mata kuliah kewirausahaan mengenai strategi dalam menjalankan dan membangun sebuah usaha serta dapat memperluas pikiran mengenai masalah kegiatan penetapan harga, promosi, membentuk reputasi perusahaan serta memberikan kualitas pelayanan yang baik sebagaimana yang harus dimiliki dan dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa dan juga sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan D4 Tata Rias dan Kecantikan di Universitas Negeri Padang.
3. Bagi Konsumen diharapkan dapat menjadi panduan untuk konsumen/masyarakat yang akan menggunakan jasa *Wedding Organizer* agar dapat mengetahui bagaimana jenis perusahaan yang baik dilihat dari harga, promosi, reputasi perusahaan, dan kualitas pelayanannya.
4. Bagi jurusan tata rias dan kecantikan sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan mengenai mata kuliah kewirausahaan agar dapat menjadi panduan untuk mengembangkan materi ini kepada mahasiswa.
5. Bagi mahasiswa sebagai referensi bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini, dan sebagai tambahan referensi bacaan mengenai usaha jasa *Wedding*

Organizer yang bersangkutan dengan mata kuliah kewirausahaan di jurusan Tata Rias dan Kecantikan serta dapat menjadi tambahan informasi bagi mahasiswa yang akan membuka usaha jasa ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma dan Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggina, 2018. Tinjauan tentang Manajemen *Wedding Organizer* di Kimmi *Wedding Organizer* Pekanbaru. *Skripsi*. Jurusan Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
- Bachtiar, Aziz, 2004. *Menikahlah, Maka Engkau Akan bahagia*. Jogjakarta: Saujana.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Johan, Ahmad. 2013. “Tinjauan Nilai Pelanggan dan Minat Beli Masyarakat Pada Jasa Artes Wedding Planner di Kota Bandung”. Bandung.
- Kotler, Philip, 2006. “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2007. “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, 2009. “*Manajemen Pemasaran*”. Jakarta: Erlangga.
- Kristin, Desi Maya & Yuliana Lisanti. 2014. “*Wedding Organizer Order Mangement*”. Comtech Vol. 5 No. 2 Desember 2014: 839-850.
- Lutfi, M.S. 2007. *Kiat Memahami dan Melakukan Penelitian*. Padang: UNP Press. Insani.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung PT Remaja Rosdakarya.
- Nadyfah, Nurnaeny. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Nr Wedding Organizer* Surabaya. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Pabundu, Tika. 2006. *Metode Penulisan Penelitian*. PPM: Jakarta.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Lesli,. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.