

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

# **PENGARUH HARGA, KUALITAS DAN KREATIVITAS WEDDING ORGANIZER “NAK KAWIN DECORATION” TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA JAMBI**

## **SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Prgogram Studi  
Ekonomi Syari’ah



Oleh :

**ICCA SAPUTRI**

**NIM : 501180148**

**PEMBIMBING :**

**Prof. Dr. H. Suhar, AM., M.A  
Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**

**2022 M / 1443 H**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Icca saputri  
NIM : 501180148  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, 15 Mei 2022

Pembuat Pernyataan



**Icca saputri**

501180148

Hak Cipta Uinmanggi uncaang-uncaang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

**Pembimbing I** : Prof. Dr. H. Suhar, AM.MA  
**Pembimbing II** : Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc  
**Alamat** : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi  
Jalan Arif Rahman Hakim No. 01 Telanaipura, Jambi  
36361 Telp. (0741) 60500

Jambi, April 2022

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Di –  
Jambi

### NOTA DINAS

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca dan melakukan perbaikan seperlunya, maka skripsi Saudari ICCA SAPUTRI, NIM 501180148, yang berjudul : **Pengaruh Harga, Kualitas dan Kreativitas *Wedding Organizer* “Nak Kawin Decoration” Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi**

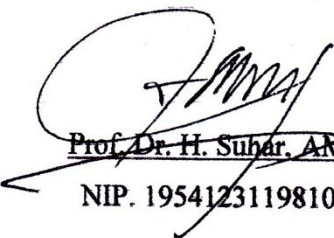
telah disetujui dan dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Demikian nota dinas ini kami buat, kami ucapkan terima kasih semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Yang Menyatakan,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Prof. Dr. H. Suhar, AM., M.A

NIP. 195412311981031077

  
Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc

NIP. 199199002272029031013





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-iainstsjambi.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B-48 /D.V/PP.00.5/07/2022

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas dan Kreativitas *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi” yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Icca saputri  
NIM : 501180148  
Tanggal ujian skripsi : 30 Juni 2022  
Nilai munaqasyah : 74,73 (B)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji  
Ketua Sidang

**Ambok Pangiuk, S.Ag., M.Si**  
NIP. 19750829 200501 1 005

Penguji I

**Dr. H. Eja Arman Hardi, Lc., M.A**  
NIP. 19850412 201503 1 005

Penguji II

**Firmansyah Noor, S.Tp., M.M**  
NIP. 197112012003121002

Pembimbing I

**Prof. Dr. H. Suhar, AM., M.A**  
NIP. 195412314981031077

Pembimbing II

**Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc**  
NIP. 199199002272029031013

Sekretaris Sidang

**Nurfitri Martaliah, M.E.K**  
NIP. 199104202020122015

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Dekan



**Dr. A. Ar Miftah, M.Ag**  
NIP. 197311251996031001

Jambi, 11 Juli 2022

1. Untuk menguji kesungguhan dan ketekunan mahasiswa dalam mengikuti kuliah, serta untuk menguji kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam menyelesaikan masalah.  
a. Pengujian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengujian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.  
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : “Karena sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan,”

“Jika orang lain bisa, maka aku pasti juga bisa melakukannya.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan dan membekaliku dengan ilmu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini dengan melawan ego serta mood yang berantakan selama penulisan skripsi ini dan orang yang tersayang.

### **Ibunda dan Ayahanda Tercinta**

Sebagai bukti, hormat, cinta dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibunda Suherli dan Ayahanda Mulyadi yang tiada henti memanjatkan doa kepada Allah SWT dan memberikan kasih sayang, memberi dukungan secara moril maupun materil, memberikan motivasi dan selalu menyiramiku dengan cinta dan kasih sayang yang tiada terhingga yang tidak mungkin dapat kubalas hanya dengan selebar kertas ini. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibunda dan Ayahanda bahagia, Terimakasih ama... Terimakasih apa...

### **Abangku**

Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk kedua abangku Novriandi dan Bayu Seftian. Terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan yang tiada henti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikanku orang yang baik pula, Terimakasih uda dan abang..

### **Terkasih dan Tersayang**

Teruntuk Kakak Iparku Rika Sri Rahayu dan Ita Lestari Serta Keponakanku Dzakira Talita Zahra, Adeeva Afsheen Myesha dan Muhammad Khalid Al-Hanan yang selalu menghiburku, terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Teruntuk sahabatku Angtias Azzahra, Yolanda Seftina Rizki, Elin Jessica, Suci Martha Lian, Salsabila Andipa Putri tanpa inspirasi, dorongan dan dukungan yang telah kalian berikan. Tak banyak yang kuucapkan untuk menjelaskan betapa syukurnya aku memiliki kalian. Kebaikan kalian tiada bandingannya, kalian menjadi salah satu orang yang layak kupersembahkan bentuk perjuanganku ini.

Terima kasih..

Teruntuk Rizki Aditya, terima kasih atas dukungan, kebaikan, perhatian dan kebijaksanaan. Terima kasih telah memberi tahu aku cara hidup dengan jujur dan bahagia. Terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis, telah menjagaku dari kesedihan dan kegagalan. Terima kasih untuk selalu ada dan siap untuk membantuku kapanpun dan dimanapun.

### Dosen Pembimbing Skripsiku

Bapak Prof. Dr. H. Suhar, AM., M.A dan Bapak Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc kini mahasiswamu telah genap menjadi sarjana. Tentu ada banyak kejutan hidup yang menantiku dimasa depan. Seluruh bekal ilmu yang pernah engkau bagikan semoga menjadi modal untuk menjawab tantangan di masa yang akan datang.

Terima kasih untuk semua kemarahan, kritikan, dan tuntunan yang diberikan, semoga kebaikan selalu menyertaimu.

Tak lupa pula skripsi ini kupersembahkan untuk kalian yang selalu bertanya **“Kapan sempro? Kapan Sidang? Kapan Wisuda?”** dan lain sejenisnya. Kalian adalah alasanmu untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,483 > 2,011$ ), tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,416 < 2,011$ ) dan tidak terdapat pengaruh kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,764 < 2,011$ ). Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan terdapat pengaruh harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi dengan nilai signifikansi  $0,103 > 0,005$  dan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu sebesar ( $2,174 > 3,19$ ). Hasil perhitungan koefisien determinasi  $R^2$  menyatakan hubungan harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 6,5% dan sisanya 93,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Harga, Kualitas, Kreativitas, Kepuasan Konsumen*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultthan Thaha Saifuddin Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultthan Thaha Saifuddin Jambi



## ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of price, quality and creativity on consumer satisfaction Wedding Organizer Nak Kawin Decoration in Jambi City. This study uses a quantitative approach and the data analysis method used is multiple linear regression analysis. The sample used in this study were 52 consumers of Wedding Organizer Nak Kawin Decoration. The results of the study partially show that there is an influence of service quality on consumer satisfaction of Wedding Organizer Nak Kawin Decoration in Jambi City with a value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.483 > 2.011$ ), there is no effect of price on consumer satisfaction of Wedding Organizer Nak Kawin Decoration in Jambi City because the value of  $t_{count} < t_{table}$  ( $0.416 < 2.011$ ) and there is no influence of creativity on consumer satisfaction Wedding Organizer Nak Kawin Decoration in Jambi City because the value of  $t_{count} < t_{table}$  ( $0.764 < 2.011$ ). The results of the research as a whole show that there is an influence of price, quality and creativity on consumer satisfaction of Wedding Organizer Nak Kawin Decoration in Jambi City with a significance value of  $0.103 > 0.005$  and a value of  $f_{count} > f_{table}$  which is equal to ( $2,174 > 3.19$ ). The results of the calculation of the coefficient of determination  $R^2$  state that the relationship between price, quality and creativity on consumer satisfaction is 6,5% and the remaining 93,5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Price, Quality, Creativity, Consumer Satisfaction*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sathhan Jambi

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas dan Kreativitas *Wedding Organizer* “Nak Kawin Decoration” Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi”**.  
Shalawat dan salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini ditulis guna untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S.1) pada Program Studi Ekonomi Syari’ah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Mulyadi dan Ibunda Suherli yang telah mengasuh mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang serta memberikan perhatian moril maupun materil. Dan terimakasih kepada abangku Novriandi dan Bayu Seftian yang telah memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Selain itu, keberhasilan dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantauan, bimbingan dan arahan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih terutama kepada Bapak Prof. Dr. H. Suhar, AM., M.A selaku pembimbing I dan Bapak Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc selaku pembimbing II.

Terima kasih kepada semua pihak yang berpartisipasi membantu menyelesaikan skripsi ini, terutama sekali kepada Yang Terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Su’aidi Asy’ari, Ma, Ph. D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Bapak Dr. A. A Miftah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Dr. Rafidah, SE, M.EI selaku wakil dekan I ,Ibu Titin Agustin Nengsih S.Si., M,Si., Ph.D selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Sucipto, MA.

Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

4. Bapak Ambok Pangiuk, S.Ag., M.Si dan Bapak M.Yunus, S.Si., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Bapak Prof. Dr. H. Suhar, AM., M.A selaku pembimbing I dan Ahmad Syukron Prasaja, M.Sc selaku pembimbing II, terimakasih atas arahan dan bimbingannya semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikannya.
6. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajar dan memberikan ilmunya kepada peneliti sehingga peneliti menjadi lebih dewasa dalam bersikap, berfikir, dan bertindak.
7. Untuk Kak Putri Noviana Lestari dan Abang Achmad Syamroni selaku Pemilik *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration yang telah memberikan izin untuk penelitian.
8. Dan semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam penyusunan skripsi ini, jika terdapat banyak kekurangan dan kesalahan baik dalam penulisan ataupun penyebutan nama, instansi, dan lain sebagainya mohon untuk dimaafkan. Selain itu juga penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kepada Allah SWT kita memohon ampunan-Nya, dan kepada manusia kita memohon maaf. Semoga amal kebaikan kita dibalas oleh Allah SWT.

Jambi, Mei 2022

Penulis

**Icca saputri**

**501180148**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan.....	6
1. Identifikasi Masalah.....	6
2. Batasan Masalah.....	6
3. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b>	
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Harga.....	9
a. Pengertian Harga.....	9
b. Harga dalam Perspektif Islam .....	12
2. Kualitas Pelayanan .....	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
b. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam .....	15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
    a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
    b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### BAB III METODE PENELITIAN

3. Kreativitas .....	18
4. Kepuasan Konsumen.....	19
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
b. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam.....	19
B. Studi Relevan .....	21
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Objek dan Waktu Penelitian.....	26
B. Jenis Penelitian.....	26
C. Jenis dan Sumber Data .....	26
1. Data Primer .....	26
2. Data Sekunder .....	26
D. Populasi dan Sampel .....	27
1. Populasi .....	27
2. Sampel.....	27
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data .....	28
G. Definisi Operasional Variabel.....	29
H. Metode Analisis Data.....	32
1. Uji Instrumen Penelitian .....	32
a. Uji Validitas .....	32
b. Uji Reliabilitas .....	33
2. Uji Asumsi Klasik .....	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Linearitas.....	34
c. Uji Heteroskedastisitas.....	34
d. Uji Multikolinearitas .....	34
3. Analisis Data .....	35
a. Uji Parsial (Uji t).....	35



b. Uji Simultan (Uji F) .....	36
c. Koefisien Determinasi.....	36
d. Analisis Regresi Linear Berganda.....	36

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum .....	38
1. Sejarah dan Profil <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration .....	38
2. Layanan dan Harga Jasa.....	39
3. Tujuan Bisnis .....	44
4. Sistem Pelayanan <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration.....	44
5. Sistem Penyewaan <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration.....	45
6. Sistem Pembayaran <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration .....	45
B. Hasil Penelitian .....	46
1. Hasil Uji Validitas.....	46
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	48
3. Hasil Uji Normalitas .....	49
4. Hasil Uji Linearitas .....	50
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
6. Hasil Koefisien Determinasi .....	55
7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
8. Hasil Uji Hipotesis .....	57
a. Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	57
b. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration.....	59
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration .....	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Pengaruh Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration ..... 60
4. Pengaruh Harga, Kualitas dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration..... 61

## BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan ..... 62
- B. Implikasi..... 63
- C. Saran..... 63

**DAFTAR PUSTAKA ..... 64**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN ..... 66**

**CURICULUM VITAE..... 91**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumen <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration.....	3
Tabel 1.2 Data Konsumen <i>Wedding Organizer</i> Diqta Decoration .....	4
Tabel 2.1 Studi Relevan .....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel .....	29
Tabel 4.1 Daftar Harga Paket Pernikahan <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decorations .....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Harga (X1) .....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kreativitas (X3).....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1).....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2).....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kreativitas (X3).....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Variabel Harga Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Variabel Kreativitas Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	52

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	55
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan jumlah konsumen yang menggunakan jasa <i>Wedding organizer</i> Nak Kawin Decoration Tahun 2018-2021 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Logo <i>Wedding Organizer</i> Nak Kawin Decoration.....	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman akan membuat masyarakat untuk mengikuti perkembangan tersebut, dan saat ini sebagian masyarakat besar memiliki tujuan untuk bekerja dan memiliki penghasilan yang cukup untuk kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Tujuan tersebutlah yang membuat masyarakat hanya memiliki sedikit waktu untuk melakukan hal-hal lain selain bekerja agar dapat memenuhi kebutuhannya. Fenomena tersebutlah yang memberikan peluang bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Hal tersebut menyebabkan masyarakat selalu mempertimbangkan timbal balik antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang didapatkan. Teori mengatakan prinsip ekonomi dalam kegiatan konsumsi adalah berfikir untuk memperoleh kepuasan sebesar-besarnya dari suatu jasa dengan penggunaan anggaran tertentu. Namun, kenyataannya masih banyak masyarakat yang hanya melihat dari segi harga dibandingkan kualitas yang diberikan. Jika dibandingkan dari segi harga maka jasa dari UMKM lah yang akan menang dibandingkan dengan usaha makro.

Bisnis *Wedding Organizer* sangat relevan dengan keadaan saat ini. Hal ini akan membuka peluang bagi *Wedding Organizer* untuk membantu masyarakat pada usia menikah yang tidak memiliki waktu dalam mengelola pernikahannya. Penyelenggaraan pernikahan di Indonesia pada umumnya dilakukan dengan banyak persiapan yang memerlukan waktu dan tenaga yang banyak. Setiap calon pengantin menginginkan pernikahan yang berlangsung secara teratur sesuai dengan apa yang direncanakan, mulai dari waktu pelaksanaan, konsep pernikahan dan sebagainya. Acara pernikahan pada prinsipnya adalah unik dan berbeda merupakan suatu kebahagiaan jika pasangan pengantin memiliki kesempatan untuk mewujudkan sebuah pesta pernikahan sesuai dengan yang diinginkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Dengan dilatar belakangi keterbatasan tersebut perlu adanya suatu pihak yang bertindak sebagai penyelenggara pesta pernikahan yang membantu dalam mewujudkan pesta pernikahan sesuai dengan yang diinginkan mulai dari rias pengantin, konsep pernikahan, dekorasi, catering, photography, henna, master of ceremony (MC) dan berbagai hal yang akan digunakan dalam pesta pernikahan. Dari berbagai kebutuhan tersebut penggunaan jasa *Wedding organizer* dapat menghemat waktu dan masyarakat akan lebih praktis untuk melaksanakan pesta pernikahan.

Penggunaan *Wedding Organizer* memiliki nilai karakteristik sendiri bagi karakteristik masyarakat saat ini. Penggunaan *Wedding Organizer* secara tidak langsung akan menimbulkan kesan bahwa penyelenggara pesta pernikahan merupakan orang yang mampu dalam segi financial. Hal tersebut dapat memperjelas kelas sosial yang dimiliki penyelenggara bagi orang lain.

Baru-baru ini masyarakat Indonesia dikejutkannya dengan fenomena yang belum pernah terjadi sebelumnya. Penyakit akibat virus corona atau *Corona Virus Disease (COVID)* adalah sebuah pandemi yang muncul pada awal tahun 2020. Virus ini menyebar dengan sangat cepat ke negara-negara di seluruh dunia.<sup>1</sup>

Setelah masuknya wabah ini, pelaksanaan pernikahan ditengah pandemi Covid-19 berlangsung sesuai dengan kebijakan pemerintah, yaitu dengan pembatasan sosial, larangan memakai hiburan atau pertunjukan yang akan menimbulkan perkerumunan massa, larangan bersalaman dan tetap mematuhi protokol kesehatan Covid-19.

Masyarakat indonesia tidak bisa menjalani aktifitas seperti biasanya untuk mencegah penyebaran wabah ini. Pemerintah mulai menetapkan aturan guna memperketat keamanan agar masyarakat tetap dirumah selama pandemi berlangsung. Segala aktivitas menjadi online atau daring mulai dari sekolah hingga perkantoran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>1</sup> Nany Hairunisa dan Husnun Amalia, "Review: Penyakit virus corona baru 2019 (COVID-19)," *Jurnal Biomedika dan Kesehatan* Vol. 3, No. 2 (30 Juni 2020): hlm. 90–100, <https://doi.org/10.18051/JBiomedKes.2020.v3.90-100>.

Akibat fenomena ini, Kementerian Agama mengeluarkan aturan terbaru mengenai pelayanan nikah pada masa pandemi Covid-19 bahwa pelayanan nikah di Kantor Urusan Agama (KUA) hanya boleh diikuti sebanyak 10 orang, sementara untuk pelaksanaan akad nikah di masjid atau gedung pertemuan, dapat dihadiri maksimal 30 orang dengan mematuhi protokol kesehatan.<sup>2</sup>

Namun, dengan adanya pandemi salah satu pelaku bisnis *Wedding organizer* yang mengalami kenaikan konsumen di Kota Jambi adalah Nak Kawin Decoration. Nak Kawin Decoration ini menyediakan jasa pernikahan dengan harga mulai dari kalangan menengah kebawah hingga menengah ke atas agar usahanya dapat berkembang dan mendapatkan keunggulan dalam bersaing. Usaha ini juga bekerja sama dengan beberapa pemilik usaha lainnya seperti music, photograph, rias pengantin, henna dan lain sebagainya. Banyak cara yang dilakukan oleh *Wedding organizer* untuk memuaskan konsumennya, mulai dari memberikan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang memuaskan, kreatif dalam membuat dekorasi pelaminan dan sebagainya. Hal tersebut sengaja dilakukan oleh pemilik *Wedding organizer* agar calon pengantin tertarik dan merasa puas menggunakan jasa mereka.

**Tabel 1.1**

**Data Konsumen jasa *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration  
Tahun 2018-2021**

Bulan	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2018	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2019	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2020	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2021
Januari	-	8	5	7
Februari	-	4	8	10
Maret	-	2	12	9

<sup>2</sup> Humas, "Pelaksanaan Akad Nikah Saat Pandemi," *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*, 13 Juni 2020, <https://setkab.go.id/pelaksanaan-akad-nikah-saat-pandemi/>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

April	-	1	3	2
Mei	-	-	1	-
Juni	1	2	10	3
Juli	2	7	9	7
Agustus	2	1	11	8
September	2	3	9	7
Oktober	1	2	7	13
November	2	5	11	17
Desember	1	5	8	15

Sumber : Observasi data

**Tabel 1.2**

**Data Konsumen jasa *Wedding organizer* Diqta Decoration**

**Tahun 2018-2021**

Bulan	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2018	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2019	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2020	Jumlah Konsumen Pada Tahun 2021
Januari	8	2	3	-
Februari	4	2	2	1
Maret	3	6	2	1
April	6	4	1	2
Mei	2	-	-	-
Juni	-	3	-	1
Juli	3	2	2	1
Agustus	4	4	2	2
September	7	4	-	2
Oktober	5	6	-	1
November	6	5	2	2
Desember	9	7	1	2

Sumber : Observasi data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

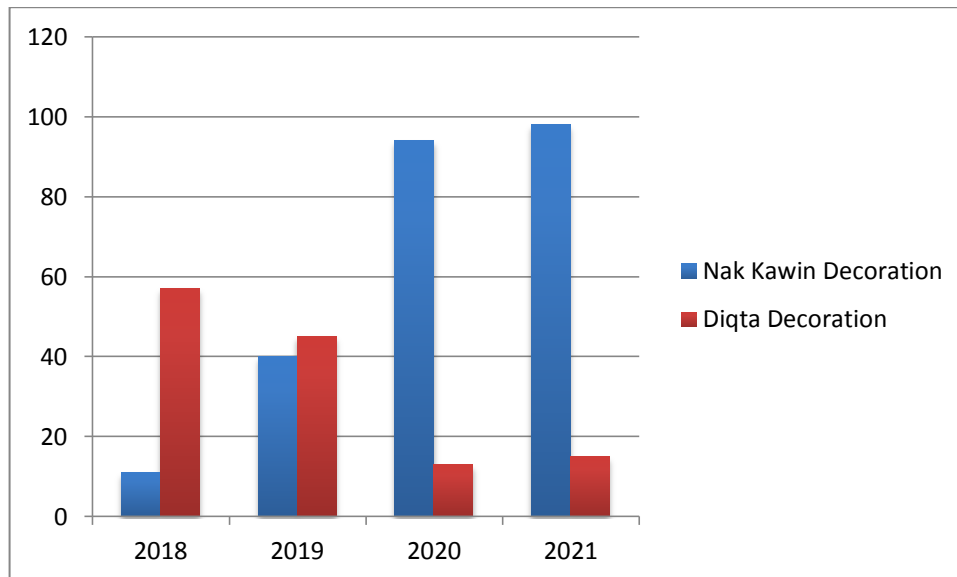
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Gambar 1.1**

**Perbandingan jumlah konsumen yang menggunakan jasa *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration dan Diqta Decoration Tahun 2018-2021**



Dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 jumlah konsumen Nak Kawin Decoration sejumlah 11 konsumen dalam satu tahun sedangkan Diqta Decoration 57 Konsumen, lalu pada tahun 2019 naik mencapai 40 konsumen dalam satu tahun, sedangkan Diqta decoration 45 konsumen dalam satu tahun, dan tahun berikutnya pada tahun 2020 Nak Kawin Decoration semakin naik mencapai 94 konsumen, sedangkan Diqta decoration menurun 13 Konsumen dan pada tahun terakhir konsumen Nak Kawin decoration naik hingga mencapai 98 konsumen, sedangkan Diqta decoration hanya 15 Konsumen.

Meskipun pandemi berlangsung tak berkesudahan, akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan lonjakan angka konsumen Nak Kawin Decoration. Oleh karena hal tersebut peneliti ingin meneliti mengenai Pengaruh Harga, Kualitas dan Kreativitas *Wedding Organizer* “Nak Kawin Decoration” Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi.



## B. Permasalahan

### 1. Identifikasi Masalah

- a. Peningkatan konsumen ditengah pandemi covid-19
- b. Masing-masing pihak menentukan kualitas, baik pihak pemilik *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration maupun pengguna jasa
- c. Kreativitas sepenuhnya dikuasai oleh pemilik *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration, pengguna hanya menerima apa adanya.

### 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan dalam latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration?
- c. Apakah kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration?
- d. Apakah harga, kualitas dan kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.
3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.

#### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai pengetahuan baru di dunia praktisi untuk dibandingkan dengan pengetahuan teoritis yang didapatkan selama proses perkuliahan serta menambah pemahaman terkait berbagai konsep dari kepuasan konsumen.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai bentuk sumber serta bahan masukan kepada para penulis lain untuk menjadi studi pembanding dan penunjang dalam penelitian sebelumnya.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkann dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan mengenai harga, kualitas dan kreativitas pada bisnis UMKM khususnya pada bidang bisnis *Wedding Organizer* yang ada di Jambi

4. Bagi Nak Kawin Decoration

Sebagai bahan masukan mengenai harga, kualitas dan kreativitas dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

#### E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis dalam lima bab, sistematikanya secara runtut dijelaskan sebagai berikut :

##### BAB I : PENDAHULUAN

Membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Membahas mengenai penelitian terdahulu, kajian teori mengenai harga, kualitas pelayanan dan kreativitas

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Menjelaskan mengenai desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang deskripsi hasil penelitian yang terdiri dari karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian dan analisis data, analisis regresi, serta pembahasan

**BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang simpulan dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang dilakukan serta pengajuan saran yang bermanfaat dan peneliti mendatang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Harga

###### a. Pengertian Harga

Menurut Kotler harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.<sup>3</sup> Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*). Harga bagi suatu usaha menghasilkan pendapatan, adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha.

Kalau harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha/pedangang, harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti *Product, Place* dan *Promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar,

---

<sup>3</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid II* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.67.

karena harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.<sup>4</sup>

Menurut Basu Swastha dan Irawan, “*harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya*”.<sup>5</sup>

Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.<sup>6</sup> Kemudian Tjiptono mengatakan bahwa harga dapat dipadankan dengan hal lain seperti iuran, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honor, SPP, dan sebagainya. Harga dapat dilihat dari sudut pandang lain seperti pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.<sup>7</sup>

Harga sangat penting bagi perekonomian, karena harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang dijalankan. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan

<sup>4</sup> H Muhammad Birusman Nuryadin, “*Harga dalam Perspektif Islam,*” *Jurnal Mazahib*, Vol.4 No.1, Juni 2007, hlm.86.

<sup>5</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005).hlm.241

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm.151.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm.157.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



manufaktur. Maka harga berpengaruh terhadap pendapatan, sehingga harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi dari keuangan perusahaan. Tjiptono mengungkapkan bahwa harga dijadikan sebagai indikator dari manfaat yang diperoleh konsumen atas barang dan jasa yang diterima, hal ini erat kaitannya dengan sebuah nilai yang didapat konsumen atas harga.

Berikut ini empat ukuran yang mencirikan harga menurut Kotler dan Amstrong :<sup>8</sup>

1) Keterjangkauan Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam satu merek biasanya ada beberapa jenis produk dan memiliki harga yang berbeda

2) Harga Sesuai dengan Daya Saing Harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

3) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, konsumen sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Harga yang lebih tinggi cenderung memberikan anggapan bahwa memiliki kualitas yang lebih baik.

4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari biaya yang telah dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*, 12 ed. (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.441.



mahal dan konsumen akan berfikir kembali untuk melakukan pembelian ulang.

b. Harga dalam Perspektif Islam

Menurut Ibnu Taimiyah “Penentuan harga mempunyai dua bentuk ada yang boleh dan ada yang tidak boleh (haram).<sup>9</sup>

Yusuf Qhardawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan cara memaksakan penjual menerima harga yang tidak mereka ridhoi, maka ini tidak diperbolehkan dalam Agama. Namun, jika harga itu menyebabkan suatu keadilan bagi masyarakat, seperti menetapkan aturan untuk tidak menjual barang diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib untuk diterapkan.<sup>10</sup>

Al-Qur’an Surat An-Nisa : 29 disebutkan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.<sup>11</sup>

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai uang yang harus dikorbankan untuk dapat dimiliki, digunakan atau dikonsumsi suatu barang dan jasa guna mendapatkan kepuasan. Jadi dapat disimpulkan jika jarga sangat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>9</sup> Yusuf Qhardawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm.257.

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm.259.

<sup>11</sup> “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahannya” (Departemen Agama RI).

tinggi, konsumen mengharapkan kualitas tinggi. Sebaliknya jika harga terlalu rendah konsumen dapat meragukan kualitas.

## 2. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.<sup>12</sup>

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-An'am ayat 160:

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya : Barangsiapa berbuat kebaikan mendapat balasan sepuluh kali lipat amalnya. Dan barangsiapa berbuat kejahatan dibalas seimbang dengan kejahatannya. Mereka sedikit pun tidak dirugikan (dizhalimi).<sup>13</sup>

Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman.<sup>14</sup> *Service quality* adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataannya ternyata yang diterima lebih dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>12</sup> J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm.228.

<sup>13</sup> “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahannya.” (Departemen Agama RI).

<sup>14</sup> Rahmat Lupiyodi, *Manajemen Perusahaan Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm.140.

yang konsumen inginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari yang diharapkan maka layanan dinyatakan tidak bermutu. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan konsumen merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, baik sebelum transaksi, saat transaksi, dan sesudah transaksi.<sup>15</sup>

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) *Core service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan produk utamanya.
- 2) *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada konsumen.
- 3) *Supporting service*, merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaingnya.

Dalam proses pelayanan ada tiga hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- 1) Penyedia layanan  
Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang dan jasa.
- 2) Penerima layanan  
Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pasien yang menerima layanan dari pada penyedia layanan.
- 3) Jenis dan bentuk layanan

<sup>15</sup> Muhammad Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.211-212.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan yang terdiri berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja, layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.<sup>16</sup>

#### b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain jangan memberikan yang tidak berkualitas. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267:

وَمِمَّا آخَرَ جَنَا لَكُمْ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ  
تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ مِّنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ  
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلِّمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.<sup>17</sup>

Prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu:<sup>18</sup>

#### 1) Bersikap profesional

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm.214.

<sup>17</sup> “Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya.” (Departemen Agama RI).

<sup>18</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm.104.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Bagi seseorang yang memiliki tanggung jawab dalam hidupnya, bekerja adalah suatu kebutuhan hidup yang hukumnya wajib, ini karena bekerja sama mulianya dengan melaksanakan ibadah kepada Allah SWT. Sesungguhnya manusia yang paling mulia adalah yang paling banyak memberikan manfaat bagi sesamanya dan makhluk lain secara general. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Bayyinah ayat 7:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk.<sup>19</sup>

Dalam hadist juga dijelaskan untuk berlaku profesional yang artinya :

“Sesungguhnya Allah mencintai seseorang hamba yang apabila bekerja, ia menyempurnakan pekerjaannya.” (HR. Tabrani)

Selain memerintahkan bekerja, Islam juga menuntun setiap muslim agar dalam bekerja dibidang apapun harus bersikap profesional. Inti dari ini setidaknya dicirikan oleh tiga hal:

- a) *Kafa'ah*, yaitu cakap atau ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan.
- b) *Himmatul-'amal*, yaitu memiliki semangat atau etos kerja yang tinggi.
- c) *Amanah*, yaitu bertanggung jawab dan percaya dalam menjalankan setiap tugas atau kewajiban.

<sup>19</sup>“Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya.” (Departemen Agama RI)

Dalam memberikan pelayanannya perusahaan harus mencakup terhadap ketiga ciri tersebut supaya konsumen dapat merasa puas dengan hasil pelayanan yang dilakukan.

## 2) Bersikap amanah

Seseorang muslim yang telah memiliki sifat profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni percaya dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Ahzab ayat 72:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Artinya : Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh.<sup>20</sup>

Rasulullah SAW menggambarkan orang-orang yang tidak memegang amanah sebagai bukan orang yang beriman dan tidak memiliki agama. Bahkan lebih jauh lagi, orang-orang yang selalu melanggar amanah yang digambarkan sebagai orang munafik.

Oleh karena itu, sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pembisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat ia bekerja selalau diketahui oleh Allah SWT.

<sup>20</sup>“Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya.” (Departemen Agama RI)



### 3) Memelihara etos kerja/bersungguh-sungguh

Selain memiliki kecakapan (*kafa'ah*) dan sifat amanah, seseorang dikatakan profesional jika seseorang bekerja secara semangat dan bersungguh-sungguh. Dia juga harus memiliki etos kerja (*himmatul'amal*) yang tinggi.

Dorongan utama seseorang muslim dalam bekerja adalah bahwa aktivitas kerjanya itu dalam pandangan Islam merupakan bagian dari ibadah, karena bekerja merupakan pelaksanaan salah satu kewajiban, dan hasil usaha yang diperoleh seorang muslim dari kerja kerasnya dinilai sebagai penghasilan yang mulia.<sup>21</sup>

### 3. Kreativitas

Kreativitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata dasar kreatif, yaitu memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu.<sup>22</sup> Sedangkan kreativitas sendiri memiliki arti kemampuan untuk menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru yang berbeda dengan sebelumnya. Kreativitas merupakan kemampuan interaksi antara individu dan lingkungannya. Seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia berada, dengan demikian perubahan di dalam individu maupun di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif.

Salah satu konsep yang amat penting dalam bidang kreativitas adalah hubungan antara kreativitas dan aktualisasi diri. Menurut psikolog humanistik, Abraham Maslow dan Carl Rogers menyatakan bahwa seseorang dikatakan mengaktualisasikan dirinya apabila seseorang menggunakan semua bakat dan talentanya untuk menjadi apa yang dia mampu menjadi, mengaktualisasikan, atau mewujudkan

<sup>21</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm.114.

<sup>22</sup> Trisno Yuwono, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Arkola, -), hlm.330.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

potensinya.<sup>23</sup> Menurut Maslow aktualisasi diri merupakan karakteristik yang fundamental, suatu potensialitas yang ada pada semua manusia saat dilahirkan, akan tetapi sering hilang, terlambat atau terpendam dalam proses pembudidayaan. Jadi sumber dari kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasi diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang dan menjadi matang.

Dari beberapa pendapat, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang berbeda dari sebelumnya, baik berupa gagasan atau karya nyata dengan menggabung-gabungkan unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya. Hal baru disini adalah sesuatu yang belum diketahui oleh yang bersangkutan, meskipun hal itu merupakan hal yang tidak asing lagi bagi orang lain, dan bukan hanya dari yang tidak menjadi ada, tetapi juga kombinasi baru dari sesuatu yang sudah ada.

#### 4. Kepuasan Konsumen

##### a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Nugroho kepuasan pelanggan merupakan suatu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan dapat meningkatkan intensitas pembeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya kepuasan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas pelanggan yang merasa puas. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi.<sup>24</sup>

Dapat disimpulkan, kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan. Pelanggan akan puas bila harapan mereka dipenuhi. Salah

<sup>23</sup> Utami Munandar, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat* (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm.19.

<sup>24</sup> Dwi Mulyono Nugroho, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel" *Jurnal OE* Vol. VII No. 2 (Juli 2015): hlm.17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



satu cara dalam rangka memenangkan persaingan yaitu dengan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.

#### b. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syari'ah. kepuasan pelanggan dalam pandangan syari'ah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap jasa atau produk yang seharusnya sesuai syari'ah dengan kenyataan.

Menurut Qhardawi, sebagai acuan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka perusahaan jasa atau prosuk harus melihat kinerja yang berkaitan dengan :

##### 1. Kejujuran

Sebuah perusahaan harus menanamkan kejujuran kepada seluruh karyawan yang terlibat dalam perusahaan.

##### 2. Amanah (Dapat dipercaya)

Amanah adalah dapat dipercaya, mengembalikan segala hak kepada pemiliknya dengan tidak mengambil sesuatu yang melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain. Maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

##### 3. Kebenaran

Dalam Al-Qur'an Surah Ali Imron : 159 disebutkan :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.<sup>25</sup>

## B. Studi Relevan

**Tabel 2.1**  
**Studi Relevan**

No	Identitas Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rumiyanti <sup>26</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Perspektif Islam	Menggunakan penelitian kuantitatif dengan persamaan regresi linear berganda	Kualitas pelayanan bagi konsumen Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan telah sesuai dengan perspektif Islam.  Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 63%
2.	Biyan Wilujeng, Sri Dwiyanti dan Arita	Menggunakan penelitian kuantitatif dengan	Hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanann dan

<sup>25</sup> “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahannya.” (Departemen Agama RI)

<sup>26</sup> Rumiyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Perspektif Islam" Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, hlm106.

<p>Puspitorini<sup>27</sup></p> <p>Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya</p> <p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Xpressi Wedding Organizer</p>	<p>persamaan regresi linear</p>	<p>harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.</p>
<p>3.</p> <p>Elis Safitri<sup>28</sup></p> <p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro</p> <p>Strategi Produk, Promosi dan Layanan Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada Wedding Organizer (WO) Banjar Rejo Kec. Batanghari, Kab. Lampung</p>	<p>Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (<i>field research</i>) bersifat penelitian deskriptif menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi</p>	<p>Hasil penelitian ini bahwa minat konsumen sangat dipengaruhi oleh kenyamanan dan variatif dalam pemakaian jasa, sehingga strategi Ana Sariayu Wedding Organizer dan Anita Wedding Organizer melakukan pengembangan dan inovasi produk.</p>

<sup>27</sup> Biyan Wilujeng dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Xpressi Wedding Organizer" e-Journal Vol. 10 No.2 (2021): hlm.7.

<sup>28</sup> Elis Safitri, "Strategi Produk, Promosi dan Layanan Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada Wedding Organizer (WO) di Desa Banjar Rejo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur)," Institut Agama Islam Negeri Metro 2020, 120.

<p><b>4.</b></p> <p>Mailan Sundari<sup>29</sup></p> <p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi</p> <p>Pengaruh Kreativitas Wedding Organizer (WO) Elly Dekor Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi</p>	<p>Menggunakan penelitian kuantitatif dengan persamaan regresi sederhana menggunakan SPSS</p>	<p>Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p>
<p><b>5.</b></p> <p>Ida Nirwana<sup>30</sup></p> <p>Fakultas Ekonomi, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin</p> <p>Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen</p>	<p>Menggunakan penelitian kuantitatif dengan persamaan regresi linear pada software SPSS</p>	<p>Hasil pebelitian ini bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif. Dan dapat disimpulkan bahwa konsumen puas apabila produk atau jasa yang diberikan secara kreatif dan diperlukan adanya inovasi.</p>

<sup>29</sup>Mailan Sundari, “Pengaruh Kreativitas Wedding Organizer (WO) Elly Dekor Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi” UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi 2019, hlm.79.

<sup>30</sup> Ida Nirwana, “Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen” Jurnal of Innovation Research and Knowledge Vol. 1 No.8, Januari 2022 <https://doi.org/10.31227/osf.io/ahxju>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

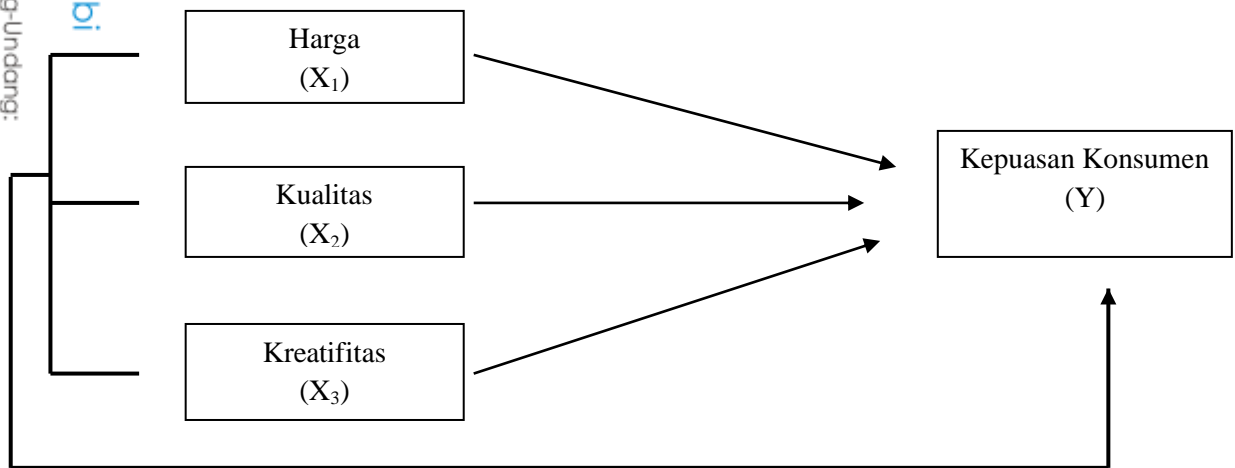
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



### C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan judul penelitian, maka data yang dihasilkan sebuah model kerangka pemikiran yang dapat dijadikan landasan dalam penelitian ini. Model kerangka pemikiran konseptual digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

\_\_\_\_\_ : Mempengaruhi secara parsial

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh kreativitas terhadap kepuasan konsumen.

\_\_\_\_\_ : Mempengaruhi secara simultan

1. Pengaruh harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen.

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara atau dugaan yang paling memungkinkan dan perlu dicari kebenarannya, sebagai dasar perumusan masalah yang bertujuan mengarahkan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka dihasilkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

$H_1$  = Diduga Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.

$H_2$  = Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.

$H_3$  = Diduga Kreativitas berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.

$H_4$  = Diduga Harga, Kualitas pelayanan dan Kreativitas berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek dan Waktu Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration. Waktu penelitian ini adalah pada bulan september 2021 sampai desember 2021.

#### B. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.<sup>31</sup> Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

#### C. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang akan didapatkan secara langsung melalui konsumen/responden.

##### 2. Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang akan didapatkan melalui pencatatan data-data yang dimiliki Nak Kawin Decoration mengenai konsumen yang telah menggunakan jasa Nak Kawin

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RAD* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.13.

Decoration dalam melaksanakan pernikahannya sejak September 2021 hingga Desember 2021.

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>32</sup> Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah populasi terbatas, populasi terbatas adalah populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif. Populasi terbatas pada penelitian ini adalah konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration yang telah menggunakan layanan jasa *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration pada bulan september 2021 sampai desember 2021 yaitu sebanyak 52 populasi.

##### 2. Sampel

Menurut Arikunto, sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.<sup>33</sup>

Beberapa alasan pengambilan sampel adalah :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana,
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data,
- c. Lebih mudah dalam penyebaran angket karena sudah ditentukan jumlahnya.

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm.117.

<sup>33</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm.112.

Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah semua dari populasi yang ada karena jumlah populasi kurang dari 100. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 sampel.

### E. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini memiliki populasi yang dapat diketahui jumlahnya dengan kata lain populasi pada penelitian ini memiliki sifat yang terbatas, sehingga teknik yang sesuai dengan penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono, *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>34</sup> Sedangkan *purposive sampling* adalah metode untuk menetapkan sampel yang dilakukan dengan cara menentukan target dari elemen populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya.

Pada penelitian ini peneliti hanya memilih konsumen yang menikah pada September 2021 hingga Desember 2021, tujuan dari peneliti agar data yang didapatkan tidak terlalu lama dan masih relevan pada saat diteliti. Sehingga dari populasi yang ada pada konsumen Nak Kawin Decoration tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.

### F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>35</sup> Kuesioner atau angket yang akan digunakan oleh peneliti adalah jenis kuesioner langsung

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RAD* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.122.

<sup>35</sup> Sugiyono, hlm.199.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan jawaban pada salah satu pernyataan yang dianggap benar oleh responden.

## G. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Tabel Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator dan Pengukuran
Harga ( $X_1$ )	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. <sup>36</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Terjangkau</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Harga yang ditawarkan terjangkau oleh pasaran.</li> </ul> </li> <li><b>Daya saing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Harga yang ditawarkan lebih menarik dibandingkan dengan harga pesaing.</li> </ul> </li> <li><b>Kualitas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.</li> </ul> </li> <li><b>Manfaat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang diharapkan.</li> </ul> </li> </ol>
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Kehandalan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan.</li> </ul> </li> </ol>

<sup>36</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*, hlm.345.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

	tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. <sup>37</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan sesuai dengan yang diinginkan.</li> </ul> <p><b>2. Ketanggapan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat pada waktunya.</li> <li>• Memberikan pelayanan dengan tanggap</li> </ul> <p><b>3. Jaminan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan kontrak kerjasama dan bertanggung jawab.</li> </ul> <p><b>4. Empati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menawarkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan</li> <li>• Memperhatikan dan memberikan yang sesuai dengan kebutuhan.</li> </ul> <p><b>5. Nyata</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang diberikan dapat membantu kebutuhan konsumen.</li> <li>• Memberikan fasilitas pelayanan yang memadai.</li> </ul>
Kreativitas (X <sub>3</sub> )	Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan	<p><b>1. Keaslian pada tingkat kebaruan produk kemungkinan dapat direalisasikan</b></p>

<sup>37</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi III. (Yogyakarta: Andi Offset, 2000)., hlm.45

	cara baru dalam melihat masalah dan peluang. <sup>38</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memastikan selalu meningkatkan pembaruan produk dan menjadikan produk yang sesuai dengan masanya.</li> </ul> <p><b>2. Tingkat transformasi suatu produk</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selalu memberikan perubahan tingkat produk setiap bulannya.</li> </ul> <p><b>3. Kelayakan produk yang menyangkut aspek kualitas dan ide produk</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjamin semua produk memiliki kualitas dan memiliki rancangan ide sendiri yang berbeda dengan pesaing.</li> </ul>
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan	<p><b>1. Kualitas Jasa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen merasa puas menggunakan jasa yang diberikan.</li> <li>• Memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan yang ditawarkan oleh konsumen.</li> </ul> <p><b>2. Faktor Emosional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nak Kawin Decoration</li> </ul>

<sup>38</sup> Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Menuju Sukses*, Tiga (Jakarta: Salemba Empat, 2008)., hlm.77

		<p>dikenal melalui berbagai sosial media, terutama instagram.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen merasa bangga menggunakan jasa Nak Kawin Decoration.</li> </ul> <p><b>3. Biaya dan Kemudahan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen mudah untuk mendapatkan informasi seputar Nak Kawin Decoration melalui instagram.</li> <li>• Konsumen merasa nyaman untuk berkonsultasi</li> </ul>
--	--	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

## H. Metode Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan.<sup>39</sup> Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukur dapat dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Untuk menentukan nilai *r* hitung, dapat dibantu dengan program SPSS yang dinyatakan dengan nilai *corrected item total correlation*.

Untuk menentukan apakah instrumen valid atau tidak maka digunakan ketentuan sebagai berikut:

<sup>39</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000),.hlm.131



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- 1) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan taraf keyakinan 95% maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dengan taraf keyakinan 95% maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.<sup>40</sup> Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $\geq$  0,60 maka reliabel.

Untuk menentukan apakah variabel reliabel atau tidak maka akan digunakan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 maka item variabel tersebut dianggap reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha*  $<$  0,60 maka item variabel tersebut dianggap tidak reliabel.

#### 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi sederhana terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RAD* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.183-184.

berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametik.<sup>41</sup> Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametik. Penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* (Uji K-S) yaitu:

- 1) Jika angka sig. Uji *Kolmogrov-Smirnov*  $> 0,05$  maka residual adalah normal.
- 2) Jika angka sig. Uji *Kolmogrov-Smirnov*  $\leq 0,05$  maka residual tidak distribusi secara normal.

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas yaitu untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian ini menggunakan SPSS 23 dengan menggunakan *test deviation linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear jika nilai signifikan  $< 0,05$ .

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui variasi residual sama atau tidak. Heteroskedastisitas diuji menggunakan metode *spearman's rho* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Jika variabel independen dengan residual terdapat nilai signifikan  $< 0,05$  maka dapat terjadi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya jika variabel independen dengan residual terdapat nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam

<sup>41</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm.153.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Jika nilai *tolerance*  $> 0,05$  maka tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance*  $< 0,05$  maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan pada VIF, yaitu jika  $VIF < 5$  maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika  $VIF > 5$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.<sup>42</sup>

### 3. Analisis Data

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji T dilakukan untuk menguji suatu variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh secara parsial. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Dasar pengambilan keputusan pengujian yaitu jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima.<sup>43</sup>

Pengujian ini dilakukan dengan cara mengamati nilai signifikansi t yang digunakan dalam penelitian ini yang digunakan adalah 5%. Analisis ini didasari pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05 dimana syarat-syarat adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis ( $H_1$ ) diterima, yang artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) jika signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ( $H_1$ ) ditolak, yang artinya bahwa variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

<sup>42</sup> Singgih Santoso, *Panduan Lengkap SPSS Versi 23* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), hlm.35-36.

<sup>43</sup> Nachrowi dan Hadrius Usman, *Penggunaan Teknik Ekometri* (Jakarta: Rajawali Press, 2002), hlm.27.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji secara simultan atau bersama-sama, artinya variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  secara bersama mempengaruhi variabel  $Y$ . Dengan kriteria jika  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ , maka variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  secara bersama mempengaruhi variabel  $Y$ . Dasar pengambilan keputusan pengujian jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yaitu :

- 1) Jika  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model.

### d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ) apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaan analisis regresi linear berganda secara umum untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$$

Keterangan :

- $Y$  : Kepuasan konsumen  
 $\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien regresi
X1	: Harga
X2	: Kualitas
X3	: Kreativitas
e	: Error

@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum

##### 1. Sejarah dan Profil *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration

Nak Kawin Decoration didirikan pada tanggal 14 Juni 2018, tepatnya sudah 3,5 tahun berjalan. Awal didirikannya Nak Kawin Decoration di Perumahan Puri Indah Permai Blok U-02 RT.36, Kasang Pudak. Pemilik dari Nak Kawin Decoration bernama Putri Noviana Lestari dan suaminya Ahmad Syamroni.

Pada tahun 2020 Galeri yang berada di Perumahan Puri Indah Permai berpindah ke Jl. Halim Perdana Kusuma RT.18 No.48, Pasar Jambi, hal tersebut dikarenakan lokasi baru lebih strategis dan sangat mudah dijangkau dan mudah ditemukan oleh konsumen.

Pada tahun 2021 galeri yang berada di ke Jl. Halim Perdana Kusuma berpindah ke Jl. Iswah Yudi Simpang GG. Subur RT.09, Pasir Putih, hal tersebut dikarenakan lokasi baru lebih besar untuk dijadikan galeri sekaligus gudang penyimpanan perlengkapan Nak Kawin Decoration.

Nak Kawin sendiri memiliki arti “Ingin menikah”. Pemilik memberikan nama tersebut dikarenakan mereka ingin melangsungkan pernikahan dengan mempersiapkan sendiri, lalu mempunyai ide untuk membangun *Wedding Organizer* bersama.

#### Gambar 4.1

##### Logo Nak Kawin Decoration:





## 2. Layanan dan Harga Jasa

Berikut ini layanan dan harga dari Nak Kawin Decoration beserta rinciannya :



**Tabel 4.1**

**Daftar Harga Paket Pernikahan Jasa Nak Kawin Decoration**

No	Harga	Rincian	Gambar
1	Rp. 3.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Kursi duduk pengantin</li> <li>- Meja akad</li> <li>- Karpet akad</li> <li>- Baju pengantin 1 pasang</li> <li>- Henna pengantin</li> <li>- Makeup akad (@ningsih_makeupjambi @febri.makeupart)</li> </ul>	<p>Bisa mengambil referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p> 
2.	Rp. 5.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenda 2 unit</li> <li>- Kursi 50 pcs</li> <li>- Meja amplop</li> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Dekorasi kamar pengantin</li> <li>- Kursi duduk pengantin</li> <li>- Meja akad</li> <li>- Karpet akad</li> <li>- Baju pengantin 2 pasang</li> <li>- Henna pengantin</li> <li>- Makeup akad (@ningsih_makeupjambi @febri.makeupart)</li> <li>- Foto 2 roll (80pcs+album)</li> </ul>	<p>Bisa mengambil referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p> 
3.	Rp. 6.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenda 2 unit</li> </ul>	Bisa mengambil


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kursi 50 pcs</li> <li>- Meja amplop</li> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Dekorasi kamar pengantin</li> <li>- Kursi duduk pengantin</li> <li>- Meja akad</li> <li>- Karpet akad</li> <li>- Baju pengantin 2 pasang</li> <li>- Henna pengantin</li> <li>- Makeup akad (@ningsih_makeupjambi @febri.makeupart)</li> </ul>	<p>referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p> 
4.	Rp. 13.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenda balon 8 unit full tutup</li> <li>- Tenda tamu 1 unit</li> <li>- Pentas pelaminan 8-10 M</li> <li>- Pentas musik 3x4 M</li> <li>- Kursi dan sarung 100 pcs</li> <li>- Meja prasmanan 2 pcs</li> <li>- Meja saung 2 pcs</li> <li>- Meja amplop 2 pcs</li> <li>- Meja VIP 2pcs</li> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Dekorasi kamar pengantin</li> <li>- Dekorasi pelaminan</li> <li>- Baju pengantin 3 pasang</li> <li>- Beskap bapak 2 pcs</li> <li>- Songket ibu 2 pcs</li> <li>- Makeup pengantin bebas memilih MUA</li> <li>- Makeup ibu pengantin</li> </ul>	<p>Bisa mengambil referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p> 

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Paes asli jawa</li> <li>- Lantai Mika</li> <li>- Taman bunga mati</li> <li>- Full karpet</li> <li>- Blower 2 pcs</li> </ul>	
5.	Rp. 14.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenda balon 8 unit full tutup</li> <li>- Tenda tamu 1 unit</li> <li>- Pentas pelaminan 8-10 M</li> <li>- Pentas musik 3x4 M</li> <li>- Kursi dan sarung 100 pcs</li> <li>- Meja prasmanan 2 pcs</li> <li>- Meja saung 2 pcs</li> <li>- Meja amplop 2 pcs</li> <li>- Meja VIP 2pcs</li> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Dekorasi kamar pengantin</li> <li>- Dekorasi pelaminan</li> <li>- Baju pengantin 3 pasang</li> <li>- Beskap bapak 2 pcs</li> <li>- Songket ibu 2 pcs</li> <li>- Makeup pengantin bebas memilih MUA</li> <li>- Makeup ibu pengantin</li> <li>- Paes asli jawa</li> <li>- Lantai Mika</li> <li>- Taman bunga mati</li> <li>- Henna pengantin</li> <li>- Melati asli</li> <li>- Piring rotan 200 pcs</li> <li>- Tempat lauk 10 pcs</li> </ul>	<p>Bisa mengambil referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p> 

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi




State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

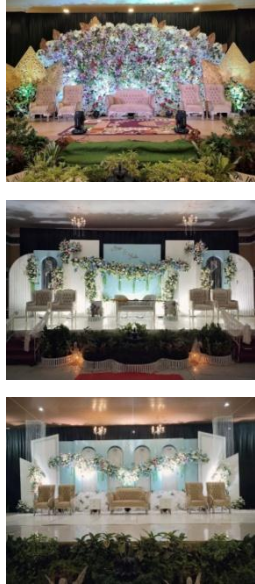




		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wedding cake</li> <li>- Blower 2 pcs</li> </ul>	
6.	Rp. 16.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenda balon 8 unit full tutup</li> <li>- Tenda tamu 1 unit</li> <li>- Pentas pelaminan 8-10 M</li> <li>- Pentas musik 3x4 M</li> <li>- Kursi dan sarung 100 pcs</li> <li>- Meja prasmanan 2 pcs</li> <li>- Meja saung 2 pcs</li> <li>- Meja amplop 2 pcs</li> <li>- Meja VIP 2pcs</li> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Dekorasi kamar pengantin</li> <li>- Dekorasi pelaminan</li> <li>- Baju pengantin 3 pasang</li> <li>- Bescap bapak 2 pcs</li> <li>- Songket ibu 2 pcs</li> <li>- Makeup pengantin bebas memilih MUA</li> <li>- Makeup ibu pengantin</li> <li>- Paes asli jawa</li> <li>- Lantai Mika</li> <li>- Taman bunga mati</li> <li>- Full karpet</li> <li>- Blower 2 pcs</li> <li>- Foto dan Video (foto sepuasnya, foto cetak Ukuran 4R sebanyak 2 roll/80 pcs, album foto tempel, video liputan,</li> </ul>	<p>Bisa mengambil referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p>   

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

		flashdisk)	
7.	Rp. 19.999.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenda balon 10 unit full tutup</li> <li>- Tenda tamu 1 unit</li> <li>- Pentas pelaminan 8-10 M</li> <li>- Pentas musik 3x4 M</li> <li>- Kursi dan sarung 100 pcs</li> <li>- Meja prasmanan 2 pcs</li> <li>- Meja saung 2 pcs</li> <li>- Meja amplop 2 pcs</li> <li>- Meja VIP 2pcs</li> <li>- Dekorasi ruang akad</li> <li>- Dekorasi kamar pengantin</li> <li>- Dekorasi pelaminan</li> <li>- Baju pengantin 3 pasang</li> <li>- Beskap bapak 2 pcs</li> <li>- Songket ibu 2 pcs</li> <li>- Makeup pengantin bebas memilih MUA</li> <li>- Makeup ibu pengantin</li> <li>- Lantai Mika</li> <li>- Taman air mancur</li> <li>- Full karpet</li> <li>- Blower 2 pcs</li> <li>- Foto dan Video (foto sepuasnya, foto cetak Ukuran 4R sebanyak 2 roll/80 pcs, album foto tempel, video liputan, flashdisk)</li> </ul>	<p>Bisa mengambil referensi dari mana saja, atau melihat Instagram Nak Kawin Decoration</p> 

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### 3. Tujuan Bisnis

Tujuan yang ingin dicapai Nak Kawin Decoration dalam berbisnis adalah sebagai berikut :

- a. Menjamin kepuasan penuh pengguna jasa Nak Kawin Decoration.
- b. Memudahkan pengguna jasa Nak Kawin Decoration dalam menentukan konsep pernikahan.
- c. Menjadi bisnis yang dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat.
- d. Memberikan pelayanan yang baik dengan harga yang terjangkau.
- e. Memberikan solusi yang cepat dan tepat serta berkualitas dalam pelaksanaan pernikahan.
- f. Mewujudkan pernikahan yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa Nak Kawin Decoration .

### 4. Sistem Pelayanan *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration

Langkah-langkah yang dilakukan oleh Nak Kawin Decoration untuk melayani customer yang ingin menyelenggarakan pernikahan :

- a. Bertemu customer di galeri Nak Kawin Decoration untuk mengenal dan mengetahui konsep pernikahan apa yang diinginkan dan apa saja yang diperlukan.
- b. Membantu dan memberi masukan customer yang belum mempunyai konsep tentang perencanaan yang diinginkan dan merekomendasikan pilihan dekorasi pelaminan, busana, tata rias, photographer yang menghandel pada saat acara pernikahan berlangsung sesuai dengan kemampuan financial customer sendiri.
- c. Melakukan survei lapangan tempat pelaksanaan yang diinginkan oleh customer, membutuhkan berapakah luas tenda, penataan dekorasi dan lain-lain. Nak Kawin Decoration akan membantu pengelolaan budget sesuai dengan kemauan customer disesuaikan dengan harga yang ada.

## 5. Sistem Penyewaan *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration

Nak Kawin Decoration menyediakan penyewaan berupa tenda, kursi, meja, busana dan segala jenis dekorasi. Untuk jasa photographer, tata rias, henna menggunakan sistem vendor atau kerjasama, customer hanya terima bersih saja, urusan pembayaran vendor itu Nak Kawin Decoration yang menanggungnya. Customer hanya membayar sesuai harga paket yang dipilih customer.

Nak Kawin Decoration menggunakan surat perjanjian secara tertulis dengan customer yang menggunakan jasa wedding organizernya. Apabila terjadi masalah Nak Kawin Decoration dapat menggugatnya secara hukum.

Apabila terjadi kerusakan alat-alat sebelum acara dilaksanakan, maka akan langsung diganti oleh pihak Nak Kawin Decoration. Namun, apabila setelah acara selesai terjadi kerusakan atau kehilangan maka ditanggung sepenuhnya dengan mengganti sejumlah uang sesuai kerusakan atau kehilangan yang ditimbulkan. Dan jika terjadi musibah, yang merusak tenda maka pihak Nak Kawin Decoration siap stand by untuk memperbaikinya.

## 6. Sistem Pembayaran *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration

Pada sistem pembayarannya Nak Kawin Decoration menerapkan dengan menggunakan DP 20% lalu selanjutnya DP 50% lagi 1 bulan sebelum acara berlangsung sisa biaya dapat dilunaskan 1 hari setelah acara. Namun, apabila terjadi wanprestasi dari pihak customer sendiri, seperti pembatalan dari pihak customer maka DP dianggap hangus dan apabila dari pihak Nak Kawin Decoration yang membatalkan, DP dapat dikembalikan tetap sesuai dengan kesepakatan awal akad penyewaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## B. Hasil Penelitian

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh valid atau tidak. Uji validitas digunakan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . yaitu dengan diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,273.

Hasil dari uji validitas harga adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Validitas Harga (X1)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,763	0,273	Valid
X1.2	0,772	0,273	Valid
X1.3	0,815	0,273	Valid
X1.4	0,727	0,273	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS

Hasil dari uji validitas harga menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah valid. Dengan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid. Lima pernyataan dari variabel kemampuan menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,273.

Hasil dari uji validitas kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,513	0,273	Valid
X2.2	0,643	0,273	Valid
X2.3	0,691	0,273	Valid
X2.4	0,691	0,273	Valid
X2.5	0,546	0,273	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hasil dari uji validitas kualitas pelayanan menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah valid. Dengan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid. Enam pernyataan dari variabel kemampuan menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,273.

Hasil dari uji validitas Kreativitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Kreativitas (X3)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X3.1	0,564	0,273	Valid
X3.2	0,550	0,273	Valid
X3.3	0,758	0,273	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS

Hasil dari uji validitas kreativitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah valid. Dengan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid. Tiga pernyataan dari variabel kemampuan menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,273.

Hasil dari uji validitas Kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y1	0,679	0,273	Valid
Y2	0,593	0,273	Valid
Y3	0,715	0,273	Valid
Y4	0,675	0,273	Valid
Y5	0,573	0,273	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hasil dari uji validitas kepuasan konsumen menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah valid. Dengan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid. Lima pernyataan dari variabel kemampuan menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,273.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas Harga adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1)**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Harga	0,768	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah dari SPSS

Hasil dari uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* untuk variabel harga  $> 0,6$ . Berdasarkan tabel 4.6 maka dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* pada variabel harga adalah  $0,768 > 0,6$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga adalah reliabel.

Hasil dari uji reliabilitas Kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,599	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah dari SPSS

Hasil dari uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* untuk variabel harga  $> 0,6$ . Berdasarkan tabel 4.7 maka dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kualitas pelayanan adalah  $0,599 > 0,6$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliabel



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hasil dari uji reliabilitas Kreativitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Reliabilitas Kreativitas (Y)**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Kreativitas	0,207	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah dari SPSS

Hasil dari uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* untuk variabel harga  $> 0,6$ . Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* pada variabel harga adalah  $0,207 > 0,6$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas adalah reliabel.

Hasil dari uji reliabilitas Kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Kepuasan konsumen	0,644	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah dari SPSS

Hasil dari uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* untuk variabel harga  $> 0,6$ . Berdasarkan tabel 4.9 maka dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* pada variabel harga adalah  $0,644 > 0,6$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen adalah reliabel.

### 3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogrov Smirnov Test* dengan tingkat signifikan 0,05. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal

atau tidak. Dasar pengambilan keputusan, jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,87800210
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,050
	Negative	-,100
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$  maka dapat dinyatakan data yang diuji berdistribusi normal. Dan dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian pada SPSS versi 22 dengan menggunakan metode *deviation from linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ .

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
- Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Linearitas Variabel Harga Terhadap Kepuasan**  
**Konsumen**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga	Between	(Combined)	33,951	10	3,395	,817	,614
	Groups	Linearity	,131	1	,131	,031	,860
		Deviation from Linearity	33,820	9	3,758	,904	,531
	Within Groups		170,357	41	4,155		
Total			204,308	51			

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviation from linearity* sebesar  $0,531 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel harga dengan variabel kepuasan konsumen.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap**  
**Kepuasan Konsumen**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas pelayanan	Between	(Combined)	41,493	9	4,610	1,189	,327
	Groups	Linearity	21,158	1	21,158	5,458	,024
		Deviation from Linearity	20,335	8	2,542	,656	,727
	Within Groups		162,814	42	3,877		
Total			204,308	51			

Sumber : Hasil Output SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviation from linearity* sebesar  $0,727 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Linearitas Variabel Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen**

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kreativitas	Between Groups	(Combined) Linearity	22,777	4	5,694	1,474	,225
		Deviation from Linearity	1,301	1	1,301	,337	,564
			21,475	3	7,158	1,853	,150
Within Groups			181,531	47	3,862		
Total			204,308	51			

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviation from linearity* sebesar  $0,150 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kreativitas dengan variabel kepuasan konsumen.

## 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel harga, kualitas pelayanan dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration adalah sebagai berikut

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	10,888	4,040		2,695	,010		
	Harga	,040	,097	,058	,416	,679	,955	1,047
	Kualitas pelayanan	,315	,127	,341	2,483	,017	,972	1,028
	Kreativitas	,197	,258	,105	,764	,449	,966	1,035

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel harga adalah sebesar 0,955, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,972 dan variabel kreativitas sebesar 0,966. Sedangkan nilai VIF pada variabel harga adalah sebesar 1,047, variabel kualitas pelayanan sebesar 1,028 dan variabel kreativitas sebesar 1,035. Jadi nilai *tolerance* dari ketiga variabel  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel harga, kualitas pelayanan dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen.

**b. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji heteroskedastisitas untuk variabel harga, kualitas pelayanan dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

			Correlations			
			Harga	Kualitas pelayanan	Kreativitas	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1,000	-,119	,143	-,058
		Sig. (2-tailed)	.	,401	,313	,683
		N	52	52	52	52
	Kualitas pelayanan	Correlation Coefficient	-,119	1,000	-,129	,009
		Sig. (2-tailed)	,401	.	,360	,951
		N	52	52	52	52
	Kreativitas	Correlation Coefficient	,143	-,129	1,000	-,016
		Sig. (2-tailed)	,313	,360	.	,910
		N	52	52	52	52
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,058	,009	-,016	1,000
		Sig. (2-tailed)	,683	,951	,910	.
		N	52	52	52	52

Sumber : Hasil Ouput SPSS

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel harga yaitu sebesar  $0,683 > 0,05$  variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,951 > 0,05$  dan variabel kreativitas sebesar  $0,910 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthah Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthah Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## 6. Hasil Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,346 <sup>a</sup>	,120	,065	1,936

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Ouput SPSS

Hasil dari koefisien determinasi pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai R yaitu sebesar 0,346 atau sama dengan 34,6% dapat dipahami bahwa kuatnya hubungan antar variabel independent dan dependent. Nilai R square sebesar 0,120 atau 12,0%. Nilai adjusted R square adalah 0,065 atau sama dengan 6,5%. Artinya korelasi antar variabel harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration terjadi hubungan yang sangat lemah.

Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas dan kreativitas memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 6,5% dan sisanya 93,5% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analiaia regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependent. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independent yaitu

harga, kualitas dan kreativitas terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,888	4,040		2,695	,010		
	Harga	,040	,097	,058	,416	,679	,955	1,047
	Kualitas pelayanan	,315	,127	,341	2,483	,017	,972	1,028
	Kreativitas	,197	,258	,105	,764	,449	,966	1,035

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Ouput SPSS

Berdasarkan tabel 4.17 di atas maka dapat dilihat nilai konstanta sebesar 10,888 dan untuk harga (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,040 kualitas pelayanan (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,315 dan untuk kreativitas (nilai  $\beta$ ) 0,197. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda :

$$Y = 10,888 + 0,040 (X_1) + 0,315 (X_2) + 0,197 (X_3) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa :

- Konstanta sebesar 10,888 menyatakan bahwa tanpa adanya harga , kualitas pelayanan, dan kreativitas, maka kepuasan konsumen akan tetap terbentuk sebesar 10,888%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

- Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- b. Nilai koefisien regresi  $X_1$  (Harga) adalah 0,040 artinya jika harga di asumsikan naik 1% maka kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration meningkat 0,040%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel harga dengan kepuasan konsumen.
- c. Nilai koefisien regresi  $X_2$  (Kualitas pelayanan) adalah 0,315 artinya kualitas pelayanan diasumsikan naik 1% maka kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration meningkat 0,315%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
- d. Nilai koefisien regresi  $X_3$  (Kreativitas) adalah 0,197 artinya kualitas pelayanan diasumsikan naik 1% maka kreativitas *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration meningkat 0,197%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

## 8. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berikut adalah hasil uji parsial adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,888	4,040		2,695	,010
Harga	,040	,097	,058	,416	,679
Kualitas pelayanan	,315	,127	,341	2,483	,017
Kreativitas	,197	,258	,105	,764	,449

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Output SPSS

$$df = n - k - 1 = 52 - 3 - 1 = 48 \quad (0,05 ; 48) = 2,011 \quad (t_{\text{tabel}})$$

1. Hasil uji t untuk variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,679 > 0,005$  dan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $0,416 < 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)
2. Hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,017 > 0,005$  dan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $2,483 > 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)
3. Hasil uji t untuk variabel kreativitas (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,449 > 0,005$  dan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $0,764 < 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kreativitas (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

**b. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kreativitas secara keseluruhan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,436	3	8,145	2,174	,103 <sup>b</sup>
	Residual	179,871	48	3,747		
	Total	204,308	51			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga  
df1 = k-1 dan, df2 = n-k

maka :  $df1 = 3-1 = 2$ ,  $df2 = 52-3 = 49$ ,  $f_{tabel} = 3,19$

berdasarkan tabel 4.19 maka dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kreativitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,103 > 0,005$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,174 > 3,19$ .

Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kreativitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Harga, Kualitas dan Kreativitas *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.



Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat uji t untuk variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,010 > 0,005$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $0,416 < 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat uji t untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,017 > 0,005$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,483 > 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## 3. Pengaruh Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.

Uji hipotesis menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat uji t untuk variabel kreativitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,449 > 0,005$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



sebesar  $0,764 < 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kreativitas terhadap kepuasan konsumen.

#### 4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi

Hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan uji F dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kreativitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,103 > 0,005$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,174 > 3,19$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kreativitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.

Nilai Adjusted R *Square* pada tabel 4.17 sebesar 0,065 atau 6,5% yang artinya kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan kreativitas sebesar 6,5%. Sedangkan sisanya 93,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapatkan adalah :

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,010 > 0,005$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $0,416 < 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,017 > 0,005$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,483 > 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)
3. Hasil uji t untuk variabel kreativitas (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,449 > 0,005$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $0,764 < 2,011$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kreativitas (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y)
4. Hasil uji simultan (uji F) menyatakan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,174 > 3,19$  yang artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

kualitas pelayanan dan kreativitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration.

## B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh, yang mempengaruhi kepuasan konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration yaitu kualitas pelayanan. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak atau implikasi kepada pihak-pihak tertentu, agar penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian atau riset akademisi, dan sebagainya.

## C. Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

### 1. Bagi Pemilik *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada pemilik *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration agar dapat mengoptimalkan kreativitas dalam memberikan penampilan dekor supaya lebih menarik lagi dan menciptakan kepuasan bagi konsumen *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration. Mempertahankan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen merasa aman dan nyaman untuk menggunakan jasa *Wedding Organizer* Nak Kawin Decoration dalam acara pernikahannya.

### 2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk lebih spesifik dan dapat menggunakan lebih banyak variabel independen tidak hanya harga, kualitas pelayanan dan kreativitas serta faktor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahannya.” Departemen Agama RI.  
Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.  
Hairunisa, Nany, dan Husnun Amalia. “Review: penyakit virus corona baru 2019 (COVID-19).” *Jurnal Biomedika dan Kesehatan* Vol. 3, No. 2 Juni 2020. Departemen Ilmu Kedokteran Kerja, Universitas Trisakti, Jakarta, <https://doi.org/10.18051/JBiomedKes.2020.v3.90-100>.  
Humas. “Pelaksanaan Akad Nikah Saat Pandemi.” *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*. 13 Juni 2020. <https://setkab.go.id/pelaksanaan-akad-nikah-saat-pandemi/>.  
Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. 12 ed. Jakarta: Erlangga, 2008.  
Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Erlangga, 2009.  
Lupiyodi, Rahmat. *Manajemen Perusahaan Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.  
Munandar, Utami. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta, 1999.  
Nachrowi, dan Hadrius Usman. *Penggunaan Teknik Ekometri*. Jakarta: Rajawali Press, 2002.  
Nirwana, Ida. “Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen” *Jurnal of Innovation and Knowledge* Vol.1, No.8 Januari 2022, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ahxju>.  
Nugroho, Dwi Mulyono. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel,” *Jurnal OE* Vol. VII No. 2, Juli 2015. PT. Telekomunikasi Seluler.  
Nuryadin, H Muhammad Birusman. “Harga Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Mazahib*. Vol.IV No.1, Juni 2007.  
Qhardawi, Yusuf. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997.  
Rianto, Muhammad Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari’ah*. Bandung: Alfabeta, 2010.  
Rosida, Kamilatur, Biyan Wilujeng, Sri Dwiyanti, dan Arita Puspitorini. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Xpresi Wedding Organizer” *e-Journal* Vol.10 No.2, 2021. Edisi Yudisium 2 Tahun 2021, Universitas Negeri Surabaya  
Safitri, Elis. “Strategi Produk, Promosi dan Layanan Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada Wedding Organizer (WO) di Desa Banjar Rejo, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur)” Skripsi : Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020.  
Santoso, Singgih. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016.  
Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



- Rumiyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Perspektif Islam" Skripsi : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RAD*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sundari, Mailan. "Pengaruh Kreativitas Wedding Organizer (WO) Elly Dekor Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jambi" Skripsi : Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2019.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Menuju Sukses*. Tiga. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Swastha, Basu, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 1997.
- Umar, Husein. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Yusanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Yuwono, Trisno. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Arkola, 1990.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen *Wedding organizer* Nak Kawin Decoration di Kota Jambi. Oleh karena itu, saya memohon dengan hormat kesediaan Bpk/ibu Sdr/sdri untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Menggunakan jasa WO Nak Kawin Decoration pada tanggal/bulan/tahun :

Responden : Pengantin/Orang tua

Alamat:

#### B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Lengkapi data responden yang telah disediakan.
2. Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Contohnya :

STS	S	RR	S	SS
√				

3. Skala Penelitian :

SS = Sangat setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat tidak setuju

Variabel Harga (X1)						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Nak Kawin Decoration menawarkan harga yang terjangkau oleh saya					
2	Nak Kawin Decoration menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing					
3	Nak Kawin Decoration menawarkan saya harga yang sesuai dengan kualitas					
4	Saya merasakan manfaat yang lebih besar dibandingkan harga yang dikeluarkan					

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan Nak Kawin Decoration cepat dan tepat pada waktunya					
2	Nak Kawin Decoration memberikan pelayanan dengan tanggap					
3	Nak Kawin Decoration menawarkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan saya					
4	Pelayanan yang diberikan Nak Kawin Decoration dapat membantu kebutuhan saya					
5	Nak Kawin Decoration memberikan saya fasilitas pelayanan yang memadai					

Variabel Kreativitas (X3)						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Nak Kawin Decoration meningkatkan pembaruan produk sesuai dengan masanya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

@ Hak cipta milik UIN Sunthha Jambi  
State Islamic University of Sunthha Thaha Saifuddin Jambi



2	Nak Kawin Decoration memberikan perubahan tingkat produk setiap bulannya					
3	Nak Kawin Decoration menjamin semua produk memiliki kualitas dan memiliki rancangan ide sendiri yang berbeda dengan pesaing					

## Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya merasa puas menggunakan jasa yang diberikan Nak Kawin Decoration					
2	Nak Kawin Decoration dikenal melalui berbagai sosial media, terutama instagram					
3	Saya merasa bangga menggunakan jasa Nak Kawin Decoration					
4	Saya mudah untuk mendapatkan informasi seputar Nak Kawin Decoration melalui instagram					
5	Saya merasa nyaman untuk berkonsultasi dengan Nak Kawin Decoration					

## TABULASI VARIABEL HARGA (X1)

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	3	5	4	5	17
3	2	4	4	5	15
4	3	3	3	4	13
5	4	4	3	4	15
6	2	5	4	5	16
7	5	4	3	4	16
8	2	3	2	3	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

9	2	3	3	3	11
10	2	3	2	4	11
11	3	5	3	3	14
12	2	4	3	3	12
13	4	4	4	4	16
14	3	3	2	5	13
15	2	3	2	3	10
16	4	4	4	3	15
17	5	5	4	5	19
18	4	4	4	4	16
19	5	5	4	5	19
20	3	5	2	3	13
21	3	4	5	4	16
22	5	5	5	5	20
23	3	2	3	4	12
24	3	3	2	2	10
25	4	5	4	5	18
26	3	4	5	3	15
27	3	4	3	4	14
28	4	4	4	4	16
29	3	5	4	5	17
30	2	4	4	5	15
31	3	3	3	4	13
32	4	4	3	4	15
33	2	5	4	5	16
34	5	4	3	4	16
35	2	3	2	3	10
36	2	3	3	3	11
37	2	3	2	4	11
38	3	5	3	3	14
39	2	4	3	3	12
40	4	4	4	4	16
41	3	3	2	5	13
42	2	3	2	3	10
43	4	4	4	3	15
44	5	5	4	5	19
45	4	4	4	4	16
46	5	5	4	5	19
47	3	5	2	3	13
48	3	4	5	4	16
49	5	5	5	5	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

50	3	2	3	4	12
51	3	3	2	2	10
52	4	5	4	5	18

## TABULASI VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X2)

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	4	5	22
3	4	3	4	3	3	17
4	3	3	4	4	4	18
5	3	3	4	3	4	17
6	4	4	4	3	4	19
7	4	4	4	5	4	21
8	4	3	5	3	4	19
9	4	3	3	2	3	15
10	5	3	4	4	4	20
11	4	3	4	5	4	20
12	5	4	5	5	4	23
13	3	3	4	4	4	18
14	4	5	4	5	4	22
15	5	3	4	4	4	20
16	4	4	4	3	3	18
17	4	4	5	4	4	21
18	5	5	5	4	4	23
19	2	3	4	5	4	18
20	4	2	3	3	3	15
21	4	2	3	4	4	17
22	3	3	4	3	4	17
23	4	3	4	4	4	19
24	4	3	3	3	4	17
25	3	3	4	5	4	19
26	4	4	4	4	4	20
27	3	4	3	3	4	17
28	4	4	4	4	5	21
29	4	4	5	5	4	22
30	4	4	4	3	4	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

31	4	4	3	3	4	18
32	3	3	4	4	4	18
33	4	4	4	5	4	21
34	3	3	3	4	4	17
35	4	4	4	5	5	22
36	3	3	4	5	4	19
37	4	4	5	4	4	21
38	4	3	5	5	5	22
39	4	4	4	4	3	19
40	4	3	5	4	4	20
41	4	4	5	4	5	22
42	4	4	4	5	5	22
43	3	3	2	3	3	14
44	3	3	2	3	5	16
45	3	3	5	4	4	19
46	4	3	2	3	4	16
47	4	3	4	4	4	19
48	4	3	5	5	4	21
49	4	3	4	4	5	20
50	3	3	4	5	4	19
51	4	4	3	4	5	20
52	2	3	5	4	3	17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### TABULASI VARIABEL KREATIVITAS (X3)

No. Responden	X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
1	4	4	4	12
2	5	4	4	13
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	4	3	11
7	4	3	3	10
8	3	3	3	9
9	4	3	3	10
10	4	4	3	11
11	3	3	3	9
12	4	3	3	10
13	3	3	3	9



14	3	3	3	9
15	3	3	3	9
16	4	3	3	10
17	3	3	3	9
18	4	4	3	11
19	4	3	3	10
20	4	3	3	10
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	4	4	4	12
24	4	3	3	10
25	4	4	4	12
26	5	3	4	12
27	4	3	3	10
28	4	3	3	10
29	4	3	4	11
30	4	4	4	12
31	4	3	4	11
32	4	3	4	11
33	3	4	4	11
34	3	4	3	10
35	3	4	4	11
36	3	4	3	10
37	3	4	4	11
38	2	4	4	10
39	3	4	4	11
40	3	4	2	9
41	3	4	3	10
42	3	4	3	10
43	3	4	4	11
44	2	4	4	10
45	3	4	4	11
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	3	4	3	10
49	4	4	2	10
50	3	4	4	11
51	3	4	4	11
52	4	4	4	12

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## TABULASI VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No. Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
1	4	5	4	4	4	21
2	5	5	5	4	4	23
3	4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	3	19
5	5	4	5	4	4	22
6	5	4	4	4	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	5	4	4	21
9	5	5	4	4	3	21
10	5	4	4	4	4	21
11	4	4	5	4	3	20
12	5	4	4	4	4	21
13	4	4	3	3	3	17
14	5	4	4	4	4	21
15	5	4	4	5	3	21
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	3	3	18
18	4	5	4	4	4	21
19	3	4	3	2	4	16
20	4	4	4	4	3	19
21	4	4	3	3	3	17
22	5	4	4	4	3	20
23	4	4	4	4	3	19
24	3	3	3	3	3	15
25	4	4	5	4	3	20
26	4	4	4	4	3	19
27	5	4	3	3	3	18
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	5	4	5	22
30	4	3	3	4	5	19
31	4	4	4	4	4	20
32	4	3	4	4	4	19
33	4	3	4	4	5	20
34	4	5	4	4	5	22
35	5	3	4	4	4	20
36	3	2	3	4	3	15
37	4	4	4	4	5	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

38	4	5	4	4	4	21
39	5	5	4	4	4	22
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	4	4	5	22
42	4	4	4	5	4	21
43	4	3	3	4	4	18
44	5	4	4	4	4	21
45	5	4	4	5	4	22
46	4	5	4	2	3	18
47	3	3	3	2	3	14
48	3	4	4	4	3	18
49	4	3	4	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	3	3	4	4	3	17
52	4	5	4	4	4	21

## Uji Validitas Varibel Harga (X1)

CORRELATIONS  
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 TOTAL  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,453**	,465**	,366**	,763**
	Sig. (2-tailed)		,001	,001	,008	,000
	N	52	52	52	52	52
X1.2	Pearson Correlation	,453**	1	,545**	,414**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,002	,000
	N	52	52	52	52	52
X1.3	Pearson Correlation	,465**	,545**	1	,499**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
	N	52	52	52	52	52
X1.4	Pearson Correlation	,366**	,414**	,499**	1	,727**
	Sig. (2-tailed)	,008	,002	,000		,000
	N	52	52	52	52	52

TOTAL	Pearson Correlation	,763**	,772**	,815**	,727**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	52	52	52	52	52

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

### CORRELATIONS

```
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,348*	,171	,019	,134	,513**
	Sig. (2-tailed)		,012	,226	,894	,342	,000
	N	52	52	52	52	52	52
X2.2	Pearson Correlation	,348*	1	,255	,181	,268	,643**
	Sig. (2-tailed)	,012		,068	,199	,054	,000
	N	52	52	52	52	52	52
X2.3	Pearson Correlation	,171	,255	1	,467**	,092	,691**
	Sig. (2-tailed)	,226	,068		,000	,516	,000
	N	52	52	52	52	52	52
X2.4	Pearson Correlation	,019	,181	,467**	1	,358**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,894	,199	,000		,009	,000
	N	52	52	52	52	52	52
X2.5	Pearson Correlation	,134	,268	,092	,358**	1	,546**
	Sig. (2-tailed)	,342	,054	,516	,009		,000
	N	52	52	52	52	52	52
TOTAL	Pearson Correlation	,513**	,643**	,691**	,691**	,546**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	52	52	52	52	52	52

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Uji Validitas Variabel Kreativitas (X3)

CORRELATIONS  
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 TOTAL  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	-,178	,086	,564**
	Sig. (2-tailed)		,207	,544	,000
	N	52	52	52	52
X3.2	Pearson Correlation	-,178	1	,362**	,550**
	Sig. (2-tailed)	,207		,008	,000
	N	52	52	52	52
X3.3	Pearson Correlation	,086	,362**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,544	,008		,000
	N	52	52	52	52
TOTAL	Pearson Correlation	,564**	,550**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	52	52	52	52

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

CORRELATIONS  
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 TOTAL  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,344*	,327*	,387**	,154	,679**
	Sig. (2-tailed)		,012	,018	,005	,274	,000
	N	52	52	52	52	52	52
Y2	Pearson Correlation	,344*	1	,365**	,039	,121	,593**
	Sig. (2-tailed)	,012		,008	,783	,394	,000
	N	52	52	52	52	52	52
Y3	Pearson Correlation	,327*	,365**	1	,476**	,210	,715**
	Sig. (2-tailed)	,018	,008		,000	,135	,000
	N	52	52	52	52	52	52
Y4	Pearson Correlation	,387**	,039	,476**	1	,316*	,675**
	Sig. (2-tailed)	,005	,783	,000		,022	,000
	N	52	52	52	52	52	52
Y5	Pearson Correlation	,154	,121	,210	,316*	1	,573**
	Sig. (2-tailed)	,274	,394	,135	,022		,000
	N	52	52	52	52	52	52
TOTAL	Pearson Correlation	,679**	,593**	,715**	,675**	,573**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	52	52	52	52	52	52

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Uji Reliabilitas Varibel Harga (X1)

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	52	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	11,25	4,740	,528	,740
X1.2	10,56	5,114	,594	,702
X1.3	11,17	4,656	,642	,673
X1.4	10,58	5,308	,524	,736

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

## Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

RELIABILITY

```
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.
```

**Reliability  
Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	52	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	52	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,599	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15,40	3,657	,239	,600
X2.2	15,71	3,268	,399	,521
X2.3	15,19	2,943	,410	,512
X2.4	15,19	2,943	,410	,512
X2.5	15,12	3,673	,325	,562

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

## Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X3)

RELIABILITY

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

### Reliability Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	52	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,207	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	7,08	,778	-,043	,527
X3.2	7,02	,804	,106	,158
X3.3	7,17	,538	,318	-,415 <sup>a</sup>

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthar Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthar Jambi

## Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

RELIABILITY  
/VARIABLES Y1 Y2 Y3 Y4 Y5  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	52	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	52	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,644	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	15,46	2,724	,456	,562
Y2	15,63	2,864	,304	,638
Y3	15,69	2,727	,530	,534
Y4	15,79	2,719	,445	,567
Y5	15,88	2,928	,284	,647

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,87800210
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,050
	Negative	-,100
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

- Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
- Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Uji Linearitas Variabel Harga (X1)

### Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Konsumen * Harga	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
Kepuasan Konsumen * Kualitas pelayanan	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
Kepuasan Konsumen * Kreativitas	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

### Kepuasan Konsumen \* Harga

Report

#### Kepuasan Konsumen

Harga	Mean	N	Std. Deviation
10	19,17	6	2,563
11	19,50	4	3,000
12	20,50	4	1,291
13	19,17	6	2,787
14	19,67	3	1,528
15	19,14	7	1,574
16	19,92	12	1,730
17	22,50	2	,707
18	20,50	2	,707
19	18,25	4	2,062
20	19,50	2	,707
Total	19,62	52	2,002

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Kepuasan Konsumen * Harga	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	33,951 ,131 33,820	10 1 9	3,395 ,131 3,758	,817 ,031 ,904	,614 ,860 ,531
	Within Groups		170,357	41	4,155		
	Total		204,308	51			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Konsumen * Harga	,025	,001	,408	,166

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

## Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

### Kepuasan Konsumen \* Kualitas pelayanan

#### Report

#### Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
14	18,00	1	.
15	20,00	2	1,414
16	19,50	2	2,121
17	19,00	8	2,619
18	18,50	6	1,643
19	19,30	10	2,751
20	19,75	8	1,389
21	19,50	6	1,225
22	21,43	7	,976
23	21,00	2	,000
Total	19,62	52	2,002

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen *	Between Groups	(Combined) Linearity	41,493	9	4,610	1,189	,327
Kualitas pelayanan		Deviation from Linearity	21,158	1	21,158	5,458	,024
			20,335	8	2,542	,656	,727
	Within Groups		162,814	42	3,877		
	Total		204,308	51			

#### Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Konsumen * Kualitas pelayanan	,322	,104	,451	,203

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

## Uji Linearitas Variabel Kreativitas (X3)

### Kepuasan Konsumen \* Kreativitas

#### Report

#### Kepuasan Konsumen

Kreativitas	Mean	N	Std. Deviation
9	19,38	8	1,768
10	19,35	17	2,262
11	20,29	14	1,490
12	19,08	12	2,109
13	23,00	1	.
Total	19,62	52	2,002

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kreativitas	Between Groups	(Combined) Linearity	22,777	4	5,694	1,474	,225
		Deviation from Linearity	1,301	1	1,301	,337	,564
			21,475	3	7,158	1,853	,150
	Within Groups		181,531	47	3,862		
Total			204,308	51			

#### Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Konsumen * Kreativitas	,080	,006	,334	,111

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

## Uji Multikolinearitas

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2 X3
/SCATTERPLOT=(*SRESID , *ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.
```

### Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,346 <sup>a</sup>	,120	,065	1,936

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,436	3	8,145	2,174	,103 <sup>b</sup>
	Residual	179,871	48	3,747		
	Total	204,308	51			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,888	4,040		2,695	,010		
Harga	,040	,097	,058	,416	,679	,955	1,047
Kualitas pelayanan	,315	,127	,341	2,483	,017	,972	1,028
Kreativitas	,197	,258	,105	,764	,449	,966	1,035

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Harga	Kualitas pelayanan	Kreativitas
1	1	3,955	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,031	11,386	,01	,81	,09	,01
	3	,011	18,835	,00	,13	,43	,47
	4	,003	35,653	,99	,06	,48	,52

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suha Jambi

## Nonparametric Correlations

### Uji Heteroskedastisitas

```
NONPAR CORR
/VARIABLES=X1 X2 X3 RES_1
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

			Harga	Kualitas pelayanan	Kreativitas	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1,000	-,119	,143	-,058
		Sig. (2-tailed)	.	,401	,313	,683
		N	52	52	52	52
		Correlation Coefficient	-,119	1,000	-,129	,009
Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan	Sig. (2-tailed)	,401	.	,360	,951
		N	52	52	52	52
		Correlation Coefficient	,143	-,129	1,000	-,016
		Sig. (2-tailed)	,313	,360	.	,910
Kreativitas	Kreativitas	N	52	52	52	52
		Correlation Coefficient	-,058	,009	-,016	1,000
		Sig. (2-tailed)	,683	,951	,910	.
		N	52	52	52	52
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,058	,009	-,016	1,000
		Sig. (2-tailed)	,683	,951	,910	.
		N	52	52	52	52
		Correlation Coefficient	-,058	,009	-,016	1,000
Sig. (2-tailed)	,683	,951	,910	.		
N	52	52	52	52		

### Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,346 <sup>a</sup>	,120	,065	1,936

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suha Jambi



## Analisis Regresi Linear Berganda

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,436	3	8,145	2,174	,103 <sup>b</sup>
	Residual	179,871	48	3,747		
	Total	204,308	51			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kualitas pelayanan, Harga

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,888	4,040		2,695	,010
	Harga	,040	,097	,058	,416	,679
	Kualitas pelayanan	,315	,127	,341	2,483	,017
	Kreativitas	,197	,258	,105	,764	,449

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## CURRICULUM VITAE



### A. Identitas Diri

Nama : Icca saputri  
 NIM : 501180148  
 Tempat, Tanggal Lahir : Jambi, 29 Desember 2000  
 Alamat : Jl. Halim Perdana Kusuma  
 Lrg. GG Bondo III RT.06  
 No. 51 Kelurahan Sungai  
 Asam Kecamatan Pasar Jambi, Kota Jambi,  
 36134  
 No HP : 085246011458 / 083191066544  
 Email : [iccasaputri036@gmail.com](mailto:iccasaputri036@gmail.com)  
 Instagram : @iccasaaputri / @hennabycaca  
 Nama Ayah : Mulyadi  
 Nama Ibu : Suherli

### B. Latar Belakang Pendidikan

1. 2005 – 2006 : TK Trisula Perwari Jambi  
 2. 2006 – 2012 : SD N 06 Kota Jambi  
 3. 2012 – 2015 : SMP N 2 Kota Jambi  
 4. 2015 – 2018 : SMK N 2 Kota Jambi

### C. Motto Hidup

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : “Karena sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan,”

“Jika orang lain bisa, maka aku pasti juga bisa melakukannya.”