

**CONSUMER INSIGHTS DALAM PEMILIHAN
VENDOR WEDDING DI DIY
TAHUN 2012-2013**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana Ekonomi (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Adriyanie Laurensia Hartanto

NPM: 09 03 17544

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
JUNI 2013**

SKRIPSI

**CONSUMER INSIGHTS DALAM PEMILIHAN
VENDOR WEDDING DI DIY
TAHUN 2012-2013**

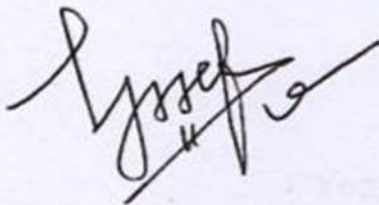
Disusun oleh:

ADRIYANIE LAURENSIA HARTANTO

NPM: 09 03 17544

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Fandy Tjiptono, M. Com., Ph. D

3 Juni 2013

SKRIPSI

**CONSUMER INSIGHTS DALAM PEMILIHAN VENDOR
WEDDING DI DIY
TAHUN 2012-2013**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

ADRIYANIE LAURENSIA HARTANTO

NPM: 09 03 17544

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 Juli 2013 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen

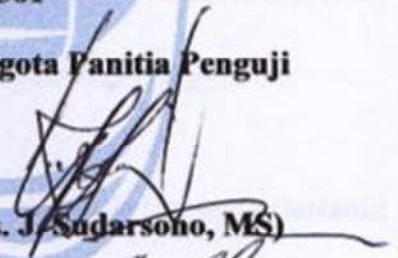
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

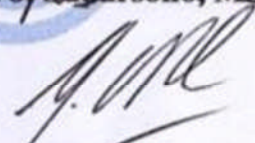


(Fandy Tjiptono, M.Com., Ph.D)

Anggota Panitia Penguji



(Drs. J. Sudarsono, MS)



(Drs. Gunawan Jiwanto, MBA)

Yogyakarta, 12 Juli 2013

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



(Dr. Dorothea Wahyu Ariani, SE., MT)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

CONSUMER INSIGHTS DALAM PEMILIHAN VENDOR WEDDING DI DIY TAHUN 2012-2013

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 Juni 2013

Yang menyatakan



Adriyanle Laurensia Hartanto

CONSUMER INSIGHTS DALAM PEMILIHAN VENDOR WEDDING DI DIY TAHUN 2012-2013

Disusun oleh:
Adriyanie Laurensia Hartanto
NPM: 090317544

Pembimbing
Fandy Tjiptono, Ph.D

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menelaah proses pengambilan keputusan pemilihan *vendor* –*vendor untuk wedding ceremony*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui metode etnografi yaitu wawancara mendalam (*in depth interview*) dan melakukan observasi kepada pasangan yang akan menikah dan telah menikah, partisipan berasal dari kota Yogyakarta. Data sekunder diperoleh melalui website www.weddingku.com dan website yang memuat berita tentang pesta pernikahan. Selanjutnya analisis isi digunakan untuk mengetahui pengetahuan konsumen mengenai *vendor wedding*, pesta pernikahan yang diinginkan konsumen, proses pengambilan keputusan, sudut pandang konsumen dalam pemilihan *vendor wedding*, dan sudut pandang konsumen mengenai *wedding decoration*.

Berdasarkan hasil penelitian proses pengambilan keputusan dalam pemilihan *vendor wedding* dimulai dari pencarian informasi *vendor wedding* melalui relasi, teman, keluarga atau saudara, mendatangi pesta pernikahan, melalui media promosi perusahaan, dan *vendor* tersebut memang sudah dikenal oleh konsumen. Konsumen akan memilih *vendor* yang disiplin, kreatif, berorientasi pada hasil atau kualitas, profesional, harga bersaing, dan sumber daya manusia yang komunikatif, popularitas *vendor weddingnya*, reputasi, dan konsep yang ditawarkan.

Wedding decoration dalam persepsi konsumen yaitu dekorasi dapat digunakan untuk menghindari kejenuhan bagi tamu-tamunya, dekorasi menjadi *first impression*, membangun *ambience* dan *atmosfer*, dekorasi juga menjadi salah satu yang menentukan tema wedding.

Saat ini konsumen memiliki kecenderungan menginginkan pesta pernikahan yang lebih santai, simpel, tidak kaku, tidak formal, dan dapat berinteraksi kepada tamu yang hadir dengan lebih intim.

Pada generasi saat ini terdapat pergeseran keterlibatan orang tua dalam mengadakan pesta pernikahan. Orang tua tidak lagi menjadi satu-satunya orang yang mempengaruhi keputusan kedua calon mempelai dalam memilih sebuah vendor wedding. Saat ini calon mempelai juga dipengaruhi oleh teman-teman dan pasangannya dalam memilih vendor wedding.

Kata kunci: *consumer insights, vendor wedding, pesta pernikahan.*



KATA PENGANTAR

Pesta pernikahan merupakan salah satu momen yang paling dinantikan oleh setiap pasangan karena merupakan suatu awal untuk mengarungi bahtera rumah tangga dan memulai kehidupan baru bersama pasangan. Maka dari itu, pasangan yang akan menikah akan mempersiapkan secara matang pesta yang akan mereka selenggarakan. Pemilihan *vendor wedding* menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah pesta pernikahan karena berkaitan secara langsung dan akan menentukan sukses atau tidaknya sebuah pesta pernikahan.

Penelitian yang berjudul “*Consumer Insights* Dalam Pemilihan *Vendor Wedding* Di DIY” disusun untuk mengidentifikasi dan menganalisis konsumen dalam melakukan pemilihan *vendor wedding* sehingga selain sebagai persyaratan mencapai derajat sarjana ekonomi, hasil penelitian ini dapat berguna bagi *vendor wedding* dalam memahami dan mengetahui keinginan dari konsumen.

Hanya oleh karena anugerah-Nya penelitian yang berjudul “*Consumer Insights* Dalam Pemilihan *Vendor Wedding* Di DIY” dapat selesai dengan lancar. Berkat penyertaan-Nya segala proses dalam penelitian dapat terlewati dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan mulai dari proses awal hingga akhir penulisan penelitian:

1. Kepada mama, adik, dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
2. Bapak Fandy Tjiptono, Ph.D, yang telah membimbing dalam proses penelitian.
3. Kepada seluruh partisipan yang bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara.

Yogyakarta, 3 Juni 2013

Adriyanie Laurensia Hartanto

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan.....	11
1.4. Batasan Masalah.....	11
1.5. Manfaat.....	12
1.6. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Pendahuluan.....	15
2.2. Landasan Teori.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Pendahuluan.....	28
3.2. Konteks Riset.....	28
3.3. Metode Riset.....	29
3.4. Data dan Sumber Data.....	31
3.5. Lokasi Penelitian.....	32
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Metode Analisis Data.....	33
3.8. Prosedur Penelitian.....	34
3.9. Profil Partisipan.....	35
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	38
4.1. Pendahuluan.....	38
4.2. Pengetahuan Konsumen Mengenai Vendor Wedding.....	39
4.3. Konsep Pernikahan.....	40

4.4. Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Vendor	
Wedding.....	45
4.4.1. Pencarian Informasi Vendor Wedding.....	45
4.4.2. Waktu Persiapan Pesta Pernikahan.....	49
4.4.3. Persiapan Untuk Mewujudkan Pesta Pernikahan.....	49
4.4.4. Kendala Yang Sering Dihadapi Pada Saat	
Mempersiapkan Pesta Pernikahan.....	54
4.4.5. Kriteria Pemilihan Vendor Wedding.....	58
4.4.6. Faktor Yang Membuat Konsumen Benar-Benar	
Yakin Untuk Memilih Vendor Wedding Tersebut.....	59
4.4.7. Keterlibatan Lingkungan Sekitar Pada Pemilihan	
Vendor Wedding.....	64
4.5. Sudut Pandang Konsumen Mengenai Vendor Wedding.....	66
4.5.1. Vendor Wedding Yang Ideal.....	66
4.5.2. Sistem Promosi Yang Menarik Bagi Konsumen.....	68
4.5.3. Inovasi Yang Diinginkan Untuk Wedding Yang Ada	
Di Yogyakarta.....	71
4.5.4. Yang Menarik Perhatian Pertama Kali.....	73
4.6. Dekorasi.....	74
4.6.1. Tema Dekorasi.....	74
4.6.2. Fungsi Dekorasi.....	75
4.6.3. Dekorasi Yang Baik Menurut Konsumen.....	76
4.7. Ringkasan Hasil Wawancara.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	81
5.1. Pendahuluan.....	81
5.2. Kesimpulan.....	81
5.3. Implikasi Manajerial.....	82
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Vendor Di Yogyakarta.....	5
Tabel 2.1. Vendor <i>Wedding Ceremony</i>	26
Tabel 3.1. Teknik Etnografi.....	30
Tabel 3.2. Profil Partisipan.....	35
Tabel 4.1. Vendor Wedding Ceremony Yang Diketahui Konsumen.....	39
Tabel 4.2. Rincian Biaya Untuk Acara Pernikahan.....	50
Tabel 4.3. Urutan Pemilihan <i>Vendor Wedding</i>	53
Tabel 4.4. Kriteria Pemilihan Vendor.....	59
Tabel 4.5. Ringkasan Hasil Wawancara.....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Prosesi Pada Pesta Pernikahan.....	6
Gambar 1.2. Pesta Pernikahan Dengan Adat Internasional.....	7
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Jasa.....	15
Gambar 2.2. <i>Key Stakeholders Wedding Organizer</i>	27
Gambar 3.1. Prosedur Riset.....	34
Gambar 4.1. Prosesi Dalam <i>Morning Ceremony</i>	41
Gambar 4.2. Pernikahan Dengan Konsep <i>Garden Party</i>	43
Gambar 4.3. Prosesi Pasang Jas Mempelai Bersama <i>Bestman</i>	44
Gambar 4.4. Prosesi Pemberkatan Di Gereja.....	44
Gambar 4.5. Merek Vendor Pada Atribut Yang Digunakan.....	46
Gambar 4.6. Media Promosi.....	47
Gambar 4.7. Promosi Pameran <i>Wedding</i> Di Yogyakarta.....	48
Gambar 4.8. Pesta Pernikahan Bertema <i>Dolphine</i>	52
Gambar 4.9. Pendapat Dan Cara Menentukan <i>Vendor Wedding</i>	66
Gambar 4.10. Dekorasi Pernikahan.....	76