

## ABSTRAK

**Fahirani Gunawan (1199240055): “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan *Wedding Organizer* pada Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus *Katineung Wedding Organizer Jatinangor*).”**

Semenjak Pandemi *Covid-19* masuk ke Negara Indonesia sekitar Maret 2020 sampai dengan Mmaret 2022 banyak sekali sektor kehidupan yang terkena dampaknya salah satunya sektor bisnis di bidang *Wedding Organizer*. Tidak menutup kemungkinan bahwasannya di tengah Pandemi *Covid-19* melanda, masih banyak manusia yang ingin melakukan pernikahan impiannya dengan berbagai pembatasan yang harus dipatuhi. Para pebisnis atau pengusaha *Wedding Organizer* harus tetap memberikan pelayanan jasanya kepada para pelanggan mereka di tengah Pandemi *Covid-19* melanda sesuai pergeseran perilaku konsumen saat pandemi.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini menggunakan teori Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2007), Strategi Pemasaran menurut Kurtz, etc (2008), dan Kepuasan Pelanggan menurut Kotler and Keller (2014).

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder, pelanggan *Katineung Wedding Organizer Jatinangor* sebagai populasi, 50 pelanggan sebagai sampel dengan ukuran sampel menurut Roscuc (1975) dalam sekaran (2014), dan menggunakan *software* SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penlitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) uji parsial (uji t) dari  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) berpengaruh dan signifikan terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) dengan hasil perbandingan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  adalah  $3,537 > 2,011$  dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , (2) uji parsial (uji t) dari  $X_2$  (Strategi Pemasaran) berpengaruh dan signifikan terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) dengan hasil perbandingan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  adalah  $5,246 > 2,816$  dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , dan (3) uji simultan (uji F) dari ( $X_1$ ) Kualitas Pelayanan dan ( $X_2$ ) Strategi Pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap (Y) Kepuasan Pelanggan dengan hasil perbandingan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$   $75,631 > 3,20$  dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Pengaruh, Pandemi Covid-19, Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan.*