



Hak Cipta :

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

**ANALISIS PENGALAMAN KONSUMEN DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN REFNA WEDDING DENGAN
PE8NDEKATAN *SERVICE QUALITY* DAN *VALUE*
*PROPOSITION CANVAS***



DHAFIN ANUGROHO HAMADI

NIM: 2015420164

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

DHAFIN ANUGROHO HAMADI. Analisis Pengalaman Konsumen dalam Menggunakan Layanan Refna Wedding dengan Pendekatan *Service Quality* dan *Value Proposition Canvas*. Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Refna Wedding. Permasalahan ini muncul akibat adanya penurunan jumlah konsumen Refna Wedding dalam tiga tahun terakhir. Tingginya persaingan antar penyedia jasa *wedding organizer* di Depok juga menuntut Refna Wedding untuk lebih peka terhadap kekurangan dan kelebihan perusahaan agar tetap kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan *Service Quality (ServQual)* untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam manajemen layanan Refna Wedding berdasarkan lima dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Selanjutnya, *Value Proposition Canvas (VPC)* digunakan untuk memetakan *Customer Profile* (termasuk *customer jobs*, *pains*, dan *gains*) dan *Value Map* (termasuk *products & services*, *pain relievers*, dan *gain creators*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Refna Wedding memiliki kekuatan dalam aspek *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang tercermin dari kepuasan konsumen terhadap kelengkapan fasilitas, penampilan staf, ketepatan waktu, dan respons cepat terhadap kebutuhan. Namun, pada aspek *gain creators*, Refna Wedding belum sepenuhnya menciptakan pengalaman emosional yang unik atau berkesan luar biasa yang membedakan mereka dari kompetitor. Meskipun ada kepuasan pada layanan dasar, belum ada nilai unik yang memperkuat ikatan emosional dengan perusahaan, sehingga diperlukan pengembangan *gain creators* yang lebih menonjol seperti personalisasi layanan mendalam atau elemen kejutan emosional.

Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Refna Wedding, *Service Quality*, *Value Proposition Canvas*.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

DHAFIN ANUGROHO HAMADI. *Analysis of Consument Experience in Using Refna Wedding Services with Service Quality and Value Proposition Canvas Approaches*. Department of Commerce Administration, Jakarta State Polytechnic. 2025.

This research aims to analyze customer experience in using Refna Wedding services. The problem arises due to a decrease in the number of Refna Wedding customers in the last three years. The high competition among wedding organizer service providers in Depok also demands Refna Wedding to be more sensitive to the company's shortcomings and advantages to remain competitive. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data was obtained through in-depth interviews, observation, and documentation. Analysis was carried out using the Service Quality (ServQual) approach to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in Refna Wedding's service management based on five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Furthermore, the Value Proposition Canvas (VPC) was used to map the Customer Profile (including customer jobs, pains, and gains) and Value Map (including products & services, pain relievers, and gain creators). The results showed that Refna Wedding has strengths in the aspects of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, which is reflected in customer satisfaction with complete facilities, staff appearance, punctuality, and quick fully created a unique or extraordinarily memorable emotional experience that differentiates them from competitors. Although there is satisfaction with basic services, there is no unique value that strengthens the emotional bond with the company, thus requiring the development of more prominent gain creators such as in-depth service personalization or emotional surprise elements.

Keywords: Customer Experience, Refna Wedding, Service Quality, Value Proposition Canvas.



Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengalaman Konsumen dalam Menggunakan Layanan Refna Wedding dengan Pendekatan *Service Quality* dan *Value Proposition Canvas*”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, sekaligus memberikan solusi dan rekomendasi perbaikan layanan pada Refna Wedding berdasarkan kerangka *Service Quality* dan *Value Proposition Canvas*.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan serta dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2021-2025 dan Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2025-2029.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.AB., M.Si., selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Arizal Putra Pratama B.O.M., M.A.B., selaku dosen pembimbing materi yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memeriksa, dan memberikan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
5. Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd., selaku dosen pembimbing penulisan skripsi, yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memeriksa, dan memberikan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
6. Bapak/Ibu manajemen dan seluruh tim Refna Wedding yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam pengumpulan data lapangan.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moral, doa, dan semangat tanpa henti selama penulis menempuh studi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Depok, 21 Juli 2025

Penulis,

Dhafin Anugroho Hamadi





Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Kerangka Teori.....	6
2.1.1 Layanan Jasa	6
2.1.2 Pengalaman Konsumen.....	7
2.1.3 <i>Service Quality</i>	8
2.1.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	10
2.1.5 Relevansi Metode <i>Service Quality</i> dan <i>Value Proposition Canvas</i> ...	11
2.1.6 <i>Wedding Organizer</i>	12
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	14
2.3 Deskripsi Konseptual.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	18
3.1.1 Waktu Penelitian	18
3.1.2 Tempat Penelitian	18
3.2 Kerangka Penelitian.....	19
3.3 Metode Penelitian.....	21
3.3.1 Fokus Penelitian	21
3.3.2 Informan Penelitian	23
3.3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.5 Instrumen Penelitian	27
3.3.6 Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	30
4.1.1 Profil Informan Penelitian.....	30
4.1.2 Proses Pelaksanaan Wawancara	32
4.1.3 Hasil Rekapitulasi Wawancara.....	33
4.2 Hasil Analisis Data	41



Hak Cipta :

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

4.2.1 Hasil Analisis Berdasarkan Dimensi Service Quality	41
4.2.2 Hasil Analisis Berdasarkan <i>Value Proposition Canvas</i>	50
4.3 Pemetaan <i>Value Proposition Canvas</i> Refna Wedding	59
4.3.1 Pemetaan <i>Customer Profile</i>	60
4.3.2 Pemetaan <i>Value Map</i>	61
4.3.3 Analisis Kecocokan Nilai (<i>fit</i>).....	62
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	68





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	18
Tabel 4.1 Transkrip Wawancara Internal	33
Tabel 4.2 Transkrip Wawancara Eksternal	38
Tabel 4.3 Customer Profile Refna Wedding	60
Tabel 4.4 Value Map Refna Wedding	61
Tabel 4.5 Analisis <i>Fit Customer Profile</i> dan <i>Value Map</i>	64





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Refna Wedding Tahun 2022-2024.....	2
Gambar 2.1 <i>Service Quality Model</i>	9
Gambar 2.2 <i>Value Proposition Canvas Template</i>	10
Gambar 2.3 Deskripsi Konseptual	16
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	19
Gambar 3.2 Fokus Penelitian	22
Gambar 4.1 <i>Value Proposition Canvas Refna Wedding</i>	63





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara I	71
Lampiran 2 Pedoman Wawancara II.....	72
Lampiran 3 Pedoman Observasi	73
Lampiran 4 Transkrip Wawancara I.....	75
Lampiran 5 Transkrip Wawancara II	77
Lampiran 6 Transkrip Wawancara III.....	79
Lampiran 7 Transkrip Wawancara IV	81
Lampiran 8 Transkrip Wawancara V	83
Lampiran 9 Transkrip Wawancara VI.....	85
Lampiran 10 Reduksi Wawancara Internal.....	87
Lampiran 11 Reduksi Wawancara Eksternal.....	88
Lampiran 12 Dokumentasi Dengan Informan Internal	89

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan momen sakral yang diharapkan hanya terjadi sekali seumur hidup, sehingga banyak pasangan ingin menjadikannya sempurna dan berkesan. Namun, persiapan pernikahan sering kali kompleks dan membutuhkan banyak aspek yang harus diperhatikan. *Wedding Organizer (WO)* merupakan jasa yang memberikan informasi dan solusi terkait acara pernikahan, mulai dari tata rias, dekorasi, hingga entertainment dan fotografi. *Wedding Organizer (WO)* berperan dalam mengelola berbagai aspek pernikahan, mulai dari akad nikah, upacara adat, dekorasi pelaminan, katering, rias pengantin, dokumentasi, dan elemen lainnya yang mendukung kelancaran acara. Dengan adanya *WO*, calon pengantin dan keluarga dapat terbantu dalam menyelenggarakan pernikahan sesuai dengan konsep yang diinginkan tanpa harus menangani seluruh persiapan secara mandiri. Didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perencanaan pernikahan yang terorganisir dan efisien.

Menurut Wijaya dkk. (2021: 96–104), “*Wedding Organizer* adalah suatu usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya pada acara pernikahan untuk membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.” Jika pada masa lalu persiapan pernikahan dilakukan secara mandiri oleh keluarga dan calon pengantin mulai dari pemilihan vendor, penyewaan dekorasi, hingga pengaturan teknis acara proses ini sering kali memakan banyak waktu, tenaga, dan biaya.

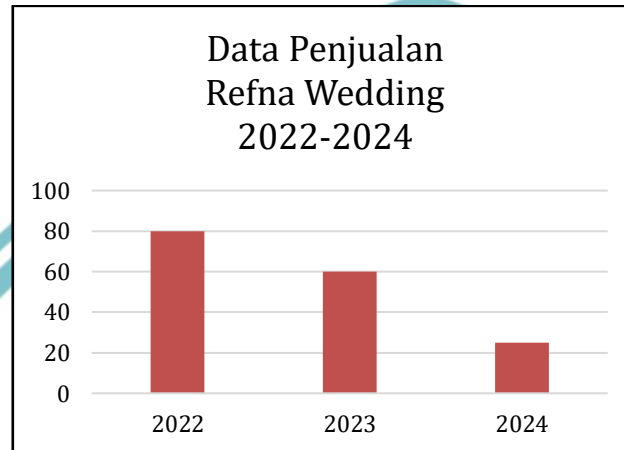
Saat ini, jumlah penyedia layanan *wedding organizer* di wilayah Depok terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari Bridestory.com, tercatat lebih dari 30 *wedding organizer* yang aktif menawarkan beragam paket dan konsep pernikahan untuk calon pengantin. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut setiap penyedia jasa, termasuk Refna Wedding, untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan agar mampu memenuhi kepuasan konsumen.



Hak Cipta :

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

Tanpa adanya upaya yang berkelanjutan untuk memahami kebutuhan serta harapan konsumen, Refna Wedding berisiko kehilangan daya saing di tengah pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1.1 Data Penjualan Refna Wedding Tahun 2022-2024

Sumber: Data diolah, 2025

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa jumlah adanya penurunan jumlah konsumen yang signifikan dalam tiga tahun terakhir mencerminkan adanya tantangan dalam mempertahankan daya saing Refna Wedding. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan layanan yang ada mungkin tidak lagi memenuhi ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi kembali bagaimana layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu pendekatan yang efektif berdasarkan penelitian sebelumnya untuk memahami dan merancang nilai yang tepat bagi perusahaan dan konsumen adalah dengan menggunakan *service quality (ServQual)* dan *value proposition canvas*.

Pendekatan *Service Quality (ServQual)* menekankan pentingnya mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap berbagai aspek layanan termasuk kecepatan tanggapan (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), kesan profesional dalam interaksi (*assurance*), kualitas fasilitas fisik dan materi komunikasi (*tangible*), serta perhatian personal (*empathy*) sehingga dapat mengidentifikasi area spesifik yang memerlukan peningkatan untuk mencapai kepuasan optimal (Saleh dkk., 2023:8).

Di sektor *wedding organizer*, penerapan kelima dimensi *Service Quality* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* membuktikan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

relevansinya dalam konteks ini oleh Pramestyan & Tiarawati (2025) dalam studi pada “*Event & Wedding Organizer Seven Production di Surabaya*”, yang menemukan bahwa *Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan. Dengan mengintegrasikan hasil analisis *Value Proposition Canvas* dan pengukuran *Service Quality*, Refna Wedding dapat merancang layanan yang tidak hanya sesuai kebutuhan konsumen, tetapi juga meningkatkan keandalan dan empati dalam setiap hal, langkah ini diharapkan dapat memenuhi kepuasan konsumen serta memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan.

Menurut Shamsuzzoha dkk. (2023:5), *Value Proposition Canvas* tetap menjadi alat penting untuk merancang proposisi nilai yang tepat sasaran bagi konsumen dengan berfokus pada profil konsumen (*customer profile*) dan peta nilai (*value map*) dalam berbagai konteks. Profil konsumen mencakup pemahaman tentang pekerjaan yang ingin diselesaikan konsumen, rasa sakit yang mereka alami, dan keuntungan yang mereka harapkan. Peta nilai menggambarkan produk atau layanan yang ditawarkan, bagaimana produk tersebut mengurangi rasa sakit konsumen, dan bagaimana produk tersebut menciptakan keuntungan bagi konsumen.

Penerapan *Value Proposition Canvas* telah terbukti efektif dalam berbagai konteks bisnis. Sebagai contoh, Hapsari & Kustanto (2024) dalam penelitian pada UMKM Jefri Galleri Bambu di Karawang menemukan bahwa penggunaan *Value Proposition Canvas* membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengidentifikasi keuntungan dan masalah yang dihadapi konsumen dalam penggunaan produk mereka. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan nilai produk dan merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran.

Dalam konteks Refna Wedding, penggunaan *Value Proposition Canvas* memungkinkan untuk menganalisis secara mendalam apakah layanan yang ditawarkan telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, dan pendekatan *Service Quality (ServQual)* berfungsi untuk mengevaluasi kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen pada lima dimensi layanan yaitu *tangible*,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dengan memahami elemen-elemen dalam canvas ini beserta hasil pengukuran kualitas layanan, Refna Wedding dapat menyesuaikan layanan mereka untuk lebih tepat sasaran, meningkatkan kepuasan konsumen dan pada akhirnya memperkuat keunggulan kompetitif.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik *Analisis Pengalaman Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Refna Wedding Dengan Pendekatan Service Quality dan Value Proposition Canvas* sebagai fokus dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penurunan jumlah konsumen Refna Wedding menuntut tim manajemen untuk segera mengevaluasi layanan agar dapat memenuhi pengalaman konsumen.
- b. Banyaknya penyedia jasa *wedding organizer* di Kota Depok memaksa Refna Wedding untuk lebih peka terhadap kekurangan dan kelebihan perusahaan agar tetap kompetitif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas. Penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Refna Wedding dengan pendekatan *Value Proposition Canvas* dan pengukuran *Service Quality* dapat menjelaskan faktor-faktor yang berkontribusi pada penurunan jumlah konsumen?
- b. Bagaimana integrasi temuan *Value Proposition Canvas* dan hasil pengukuran *Service Quality* dapat dijadikan rekomendasi perbaikan layanan untuk membalik tren penurunan konsumen dan meningkatkan kepuasan klien Refna Wedding?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari dilakukan penelitian ini adalah:

- a. Mendeskripsikan pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Refna Wedding dengan pendekatan *Value Proposition Canvas* dan pengukuran *Service Quality* untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab penurunan jumlah konsumen.
- b. Merumuskan rekomendasi perbaikan layanan berdasarkan integrasi temuan *Value Proposition Canvas* dan *Service Quality* yang diharapkan membalik tren penurunan konsumen serta meningkatkan kepuasan klien Refna Wedding.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah kajian dalam bidang manajemen layanan jasa dengan mengombinasikan kerangka *Service Quality* dan *Value Proposition Canvas*. Dengan mengukur kualitas layanan pada lima dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) sekaligus memetakan kebutuhan dan harapan konsumen, penelitian ini akan memperjelas bagaimana kesenjangan kualitas layanan dan proposisi nilai memengaruhi penurunan retensi klien. Hasilnya diharapkan dapat menjadi dasar konseptual untuk memahami hubungan antara kualitas layanan, proposisi nilai, dan kepuasan konsumen dalam industri *wedding organizer* di Kota Depok.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, rekomendasi perbaikan yang dihasilkan akan membantu Refna Wedding mengatasi tren penurunan konsumen. Dengan menitikberatkan pada peningkatan aspek *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Serta penyempurnaan elemen-elemen *Value Proposition Canvas* yang paling krusial bagi konsumen. Manajemen dapat merancang langkah konkret untuk meningkatkan kepuasan klien. Selain itu, kerangka perbaikan ini dapat menjadi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

panduan bagi *wedding organizer* lain yang ingin memperkuat proposisi nilai dan kualitas layanan mereka.



Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Refna Wedding dengan pendekatan *Service Quality* dan *Value Proposition Canvas*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Refna Wedding
Pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan Refna Wedding menunjukkan adanya apresiasi terhadap aspek layanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Namun, ditemukan pula beberapa kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, terutama dalam fleksibilitas penyesuaian layanan dan koordinasi teknis. Hal tersebut berkontribusi terhadap penurunan jumlah konsumen Refna Wedding dalam tiga tahun terakhir.
- b. Integrasi temuan *Value Proposition Canvas* dan *Service Quality*
Berdasarkan hasil analisis, Refna Wedding telah berhasil menciptakan kesesuaian yang kuat antara kebutuhan konsumen (*customer jobs*) dan solusi yang ditawarkan (*pain relievers*). Layanan seperti pengelolaan teknis acara, koordinasi vendor, serta pemenuhan kebutuhan telah terpenuhi secara fungsional, yang tercermin dalam kekuatan pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Namun demikian, pada aspek penciptaan nilai tambah (*gain creators*), Refna Wedding belum sepenuhnya mampu memberikan pengalaman emosional yang membedakan dan berkesan. Kepuasan konsumen masih terbatas pada layanan dasar, tanpa menunjukkan adanya nilai unik yang mampu memperkuat ikatan emosional dengan perusahaan. Oleh karena itu, penciptaan pengalaman yang lebih istimewa dan memorable menjadi hal penting yang perlu dikembangkan untuk mencapai kesesuaian nilai layanan secara menyeluruh.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang disimpulkan maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

a. Untuk Perusahaan

Refna Wedding disarankan untuk memperkuat aspek *gain creators* dengan merancang elemen layanan yang mampu menciptakan pengalaman emosional dan berkesan bagi konsumen, hal ini dapat diwujudkan melalui personalisasi layanan. Pembinaan berkala terhadap staf terkait dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* juga penting untuk menjaga konsistensi kualitas layanan.

b. Untuk Perusahaan Sejenis

Pelaku industri *wedding organizer* lain dapat mempertimbangkan integrasi antara pendekatan *Service Quality* dan *Value Proposition Canvas* dalam mengevaluasi dan merancang layanan. Penekanan tidak hanya pada pemenuhan fungsi teknis pernikahan, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah emosional dan pengalaman unik yang dapat meningkatkan retensi konsumen. Evaluasi berkala terhadap *customer profile* dan respons terhadap *gain expectations* perlu menjadi bagian dari strategi berkelanjutan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan industri yang ketat.

c. Untuk Penelitian Selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi hubungan antara elemen *gain creators* dengan tingkat loyalitas konsumen dalam industri jasa kreatif. Penelitian dapat menggunakan pendekatan *mixed-method* dengan skala yang lebih luas guna memperkuat generalisasi temuan. Selain itu, menambahkan variabel seperti persepsi harga atau efek media sosial terhadap kepuasan konsumen akan memperkaya pemahaman mengenai dinamika pengalaman konsumen secara lebih komprehensif