

Table Of Content

**Journal Cover** ..... 2  
**Author[s] Statement** ..... 3  
**Editorial Team** ..... 4  
**Article information** ..... 5  
    Check this article update (crossmark) ..... 5  
    Check this article impact ..... 5  
    Cite this article ..... 5  
**Title page** ..... 6  
    Article Title ..... 6  
    Author information ..... 6  
    Abstract ..... 6  
**Article content** ..... 8

ISSN (ONLINE) 2598 9928



**INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC**

PUBLISHED BY  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

## Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

## Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

## EDITORIAL TEAM

### Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

### Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

### Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

## Article information

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

# Impact of Creativity and Lifestyle on Customer Satisfaction in Event Planning Services: A Quantitative Study

## *Pengaruh Kreativitas dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Event Planning: Sebuah Studi Kuantitatif*

**Widya Yeza Putri, nuri.stiedw@stiedewantara.ac.id, (1)**

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara Jombang, Indonesia*

**Nuri Purwanto, nuri.stiedw@gmail.com, (0)**

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara Jombang, Indonesia*

<sup>(1)</sup> Corresponding author

### Abstract

This study investigates the influence of creativity and lifestyle on customer satisfaction in event planning services. Using a quantitative approach and explanatory method, data was collected from 100 consumers who had utilized event planning services over a six-month period. The analysis revealed that creativity significantly enhances consumer satisfaction, indicating that higher levels of creativity lead to increased satisfaction. Additionally, lifestyle was found to be a positive predictor of consumer satisfaction, highlighting that a higher lifestyle correlates with greater satisfaction in utilizing event planning services. These findings underscore the importance of creativity and lifestyle considerations in enhancing customer satisfaction within the event planning industry.

#### Highlight:

- **Creativity Amplifies Consumer Satisfaction:** The study establishes a significant link between creativity and enhanced consumer satisfaction within event planning services, emphasizing the pivotal role of innovative approaches in service delivery.
- **Lifestyle as a Positive Predictor:** The research identifies lifestyle as a key factor influencing consumer satisfaction in event planning services, underscoring the importance of aligning services with the preferences and values of the target clientele.
- **Implications for Event Planning Industry:** These findings provide valuable insights for the event planning industry, highlighting the need to prioritize creativity and consider the lifestyle preferences of consumers to maximize overall satisfaction and competitiveness in the market.

**Keyword:** Creativity, Lifestyle, Customer Satisfaction, Event Planning Services, Quantitative Approach

Published date: 2023-09-11 05:57:07

## Pendahuluan

Wedding planner adalah event planner yang menyediakan berbagai macam paket pernikahan, antara lain layanan makanan, kecantikan dan fashion, layanan bunga dan dekorasi, gedung, dekorasi upacara pernikahan, fotografi dan videografi, layanan MC, dan hiburan yang dibutuhkan untuk mengisi sebuah acara. Khitanan, syukuran, dan upacara lainnya selain pernikahan. Fenomena psikologis kreativitas sungguh menakjubkan. Meskipun sejarah telah menunjukkan bahwa manusia selalu kreatif, kreativitas masih merupakan kapasitas manusia yang belum dimanfaatkan. Landasan penting untuk membangun kewirausahaan adalah pendidikan kreativitas.[1]

Menghubungkan dan menyusun kembali pengetahuan dalam pikiran manusia memungkinkan pemikiran yang lebih kreatif dan menghasilkan ide-ide baru yang mengarah pada kemajuan yang berharga. Salah satu definisi kreativitas adalah kemampuan untuk menemukan ide-ide segar atau pendekatan baru terhadap hal-hal yang sudah ada.

Oleh karena itu, orang-orang kreatif menunjukkan kebiasaan-kebiasaan tertentu, seperti mengubah benda-benda kuno menjadi benda-benda berguna, seperti ketika mereka membuat lampu pernikahan yang indah dari CD, atau ketika mereka mengatur acara-acara menyenangkan seperti memotong roti dalam jumlah besar, melempar karangan bunga, dan mencium pengantin. [2]

Karena pengaruh zaman, beragam barang layanan dekoratif telah berevolusi, yang masing-masing menawarkan serangkaian manfaat berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki beragam pilihan ketika menggunakan barang-barang yang disediakan produsen sebagai jasa dekoratif.

Salah satu aspek segmentasi psikografis adalah gaya hidup. Cara hidup konsumen merupakan tujuan penting yang harus dipertimbangkan oleh produsen. Hal ini disebabkan gaya hidup juga mencakup gaya hidup konsumen yang meliputi pemilihan produk dan kebiasaan konsumsi sehari-hari. Dalam penelitian ini Wedding Organizer (WO) berfungsi sebagai layanan yang memanfaatkan fungsi wedding planner. Industri jasa WO, yang menyediakan penyelenggaraan semua acara terkait pernikahan, muncul dari peluang dalam kehidupan kontemporer yang mencari kecepatan, kemudahan, dan pragmatisme untuk mengatasi masalah kurangnya waktu. [3]

Perencana pernikahan adalah perusahaan yang menawarkan layanan khusus dan individual dengan tujuan membantu calon pengantin, serta keluarganya, mulai dari tahap perencanaan hingga tahap pelaksanaan. Putri Dekorasi membantu merencanakan setiap aspek pernikahan dengan memberikan pengetahuan tentang berbagai topik terkait pernikahan. Perencana pernikahan sangat menyadari bahwa pengoperasian peralatan atau proses pernikahan yang baik bergantung pada pihak yang menyediakan layanan. Penyediaan layanan tersebut juga diperlukan untuk menjadi mediator antara keluarga kedua pihak. Di dunia sekarang ini, di mana jasa wedding organizer tidak hanya berkontribusi pada pemikiran dan ide, tetapi juga sangat diperlukan. Perusahaan penyelenggara pernikahan juga harus berperan sebagai mediator antara keluarga pasangan. Menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen merupakan proses integrasi yang menyatukan pengetahuan untuk menilai beberapa alternatif perilaku dan mengambil keputusan [4]

Dekorasi pernikahan sangatlah penting dan memiliki arti penting keindahan pada setiap dekorasi pernikahan serta berbagai penemuan dekorasi pernikahan masa kini. Awalnya, dekorasi pernikahan hanya diproduksi sebagai desain dekorasi pernikahan pesanan konvensional, namun seiring berjalannya waktu, dekorasi tersebut berkembang dan kini sering diminta oleh pelanggan untuk model terbarunya. Konsumen saat ini selalu mempunyai ekspektasi yang sangat tinggi terhadap suatu produk yang mereka gunakan atau beli, baik itu berupa produk maupun jasa. Oleh karena itu, pelaku korporasi harus berinovasi dan menyediakan produk dengan kualitas terbaik jika ingin memuaskan pelanggan. Para peneliti menggunakan metrik kepuasan pelanggan untuk mempelajari fenomena ini di wilayah studi. Saat ini, baik berupa barang maupun jasa, konsumen selalu mempunyai ekspektasi yang sangat tinggi terhadapnya. Oleh karena itu, untuk memuaskan pelanggan, pelaku usaha harus berinovasi dan menyediakan barang dengan kualitas terbaik. Peneliti memanfaatkan variabel kepuasan pelanggan dari fenomena ini di wilayah penelitian.

Sebuah layanan pernikahan di Kota Jombang bernama Putri Dekorasi menawarkan layanan acara Backdrop dan perencanaan pesta. Dunia usaha saat ini mengalami persaingan yang semakin ketat, sehingga dunia usaha perlu mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan pelanggan dengan menyediakan barang dan jasa yang berkualitas tinggi, antara lain waktu pengiriman yang lebih cepat, pelayanan pelanggan yang lebih unggul dibandingkan pesaing, dan empati yang tinggi terhadap pelanggan agar mampu bersaing. Ketika jelas bahwa informasi tentang suatu produk atau layanan mempengaruhi reputasi dan kesenangan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperjelas hubungan kreativitas dan kebahagiaan pelanggan dengan jasa Putri Dekorasi serta hubungan gaya hidup dengan kepuasan pelanggan jasa Putri Dekorasi.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan merupakan penelitian eksplanatori. Metode kuantitatif dapat dipahami sebagai teknik penelitian berbasis positivis yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel



tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. [5].

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei langsung untuk mengumpulkan data, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria dan mudah ditemukan secara langsung atau langsung. Pertanyaan akhir dalam kuesioner yang akan dikirimkan untuk diisi oleh responden akan didasarkan pada komponen-komponen yang dapat dikuantifikasi sebagai titik awal. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini pelanggan yang membeli jasa Putri Dekorasi adalah populasinya. Sampel populasi harus mewakili secara akurat. Sedangkan sampling jenuh adalah metode yang diadopsi dalam penyelidikan ini. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 klien Putri Dekorasi yang pernah menggunakan jasanya sebagai responden penelitian. Analisis regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan, dan SPSS diterapkan pada hasilnya.

## Hasil dan Pembahasan

Uji validitas diperlukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Temuan yang diperoleh dari uji validitas instrumen penelitian ini adalah sebagai berikut :

### A. Hasil

#### 1. Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,743	0,165	Valid
X1.2	0,718	0,165	Valid
X1.3	0,846	0,165	Valid

**Table 1.** Hasil Uji Validitas Kreatifitas

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner melalui SPSS 22

Menunjukkan variable X1 (*Kreatifitas*) terhadap Y (keputusan pembelian produk Putri Dekorasi) mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Dapat diketahui bahwa masing-masing pernyataan pada variable *Kreatifitas*

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,631	0,165	Valid
X2.2	0,878	0,165	Valid
X2.3	0,937	0,165	Valid

**Table 2.** Hasil Uji Validitas Gaya Hidup

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner melalui SPSS 22

Tabel 3 menampilkan variabel. Setelah dilakukan pengujian temuan uji validitas diketahui bahwa seluruh item adalah valid sehingga memungkinkan untuk diterapkannya variabel Gaya Hidup terhadap pilihan pembelian barang Dekorasi Putri dalam penelitian.

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1.1	0,936	0,165	Valid
Y1.2	0,895	0,165	Valid
Y1.3	0,423	0,165	Valid
Y1.4	0,759	0,165	Valid
Y1.5	0,936	0,165	Valid
Y1.6	0,919	0,165	Valid
Y1.7	0,916	0,165	Valid
Y1.8	0,785	0,165	Valid
Y1.9	0,919	0,165	Valid

**Table 3.** Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner melalui SPSS 22

Variabel Y (pilihan membeli barang Dekorasi Putri) adalah sah seperti terlihat pada Tabel 4. Seluruh item ditentukan valid setelah dilakukan pengujian temuan uji validitas. sehingga memungkinkan untuk menggunakan variabel Y dalam penelitian.

2. Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,754	Reliabel
X2	0,772	Reliabel
Y	0,949	Reliabel

Table 4. Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner melalui SPSS 22

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kreativitas sebesar 0,754. Variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,949, sedangkan variabel Gaya Hidup sebesar 0,772. Karena hasilnya lebih dari 0,6, temuan ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dapat dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan akan mampu menghasilkan data yang andal, dan jika pernyataan tersebut dikirmkan kembali, maka akan diperoleh hasil yang sebagian besar konsisten dengan hasil sebelumnya.

3. Uji R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.833a	.695	.688		1.332	1.917
a. Predictors: (Constant), X1, X2						
b. Dependent Variable: Y						

Table 5. Model Summary<sup>b</sup>

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner melalui SPSS 22

Kepuasan pelanggan yang diukur dalam penelitian ini dipengaruhi oleh karakteristik kreatif dan gaya hidup sebesar 69,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dieksplorasi dalam penelitian ini, yaitu 100% - 69,5% = 30,5%. Koefisien terminasi (R<sup>2</sup>) penelitian ini sebesar 0,695.

4. Uji HIPOTESIS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.821	1.090		2.588	.011		
	X1	.327	.054	.462	6.017	.000	.533	1.875
	X2	.441	.076	.446	5.806	.000	.533	1.875

Table 6. Coefficients<sup>d</sup>

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner melalui SPSS 22

Hasil analisis regresi sebesar 2,82 + 0,327 X 1 + 0,441 X 2, dan interpretasi hasil penelitian ini adalah jika Kreativitas mengalami penurunan pada salah satu variabel sedangkan variabel lainnya tetap stabil maka Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Dekorasi Putri akan mengalami peningkatan konsumsinya sekitar 0,32 kali lipat, dan jika Gaya Hidup mengalami penurunan pada salah satu variabel sedangkan variabel lainnya tetap stabil maka akan mengalami peningkatan.

**B. Pembahasan**

**1. Pengaruh Kreatifitas terhadap Kepuasan Konsumen**

Temuan studi ini menunjukkan bagaimana inovasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Putri Decor. Artinya ketika daya cipta meningkat maka kebahagiaan pelanggan terhadap layanan Putri Decor akan meningkat. Kemajuan teknologi global telah menghasilkan terobosan besar dalam aktivitas dan barang kreatif. Banyak produk di pasar berusaha mengikuti tren terkini sehubungan dengan transformasi ini. [4] menggambarkan inovasi produk sebagai proses menciptakan barang atau sistem inovatif yang mengarah pada kesuksesan sosial bagi konsumen dan masyarakat atau lingkungan yang lebih luas, serta kesuksesan ekonomi bagi perusahaan.

Barang-barang inovatif harus memenuhi harapan konsumen karena merupakan produk baru. Penetapan harga, gaya hidup, dan motivasi hanyalah beberapa contoh ekspektasi konsumen yang diinginkan. Ketika suatu produk unik dapat memenuhi harapan pelanggan.

hasil penelitian ini mendukung Penelitian [10] Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan nilai signifikansi masing-masing 0,000, 0,008, dan 0,001, kreativitas berpengaruh besar terhadap daya beli konsumen, inovasi berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen, dan strategi pemasaran berpengaruh besar terhadap daya beli konsumen.

## 2. Pengaruh gaya hidup dan Kepuasan Konsumen

Temuan studi ini menunjukkan bagaimana cara hidup tertentu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Putri Decor. Artinya, ketika gaya hidup membaik maka kepuasan pelanggan terhadap layanan Putri Decor pun akan meningkat.

Keputusan seseorang tentang bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya dikenal sebagai gaya hidupnya [9]. Menurut penelitian ini, gaya hidup mempunyai dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh [7] yang menyimpulkan bahwa kesenangan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh gaya hidup. Pendekatan pernyataan AIO seperti yang diperkenalkan oleh [6] digunakan peneliti untuk mengkaji kehidupan konsumen yaitu perilaku, minat, dan sudut pandang.

## Simpulan

Penyelidikan menghasilkan kesimpulan bahwa orisinalitas mempengaruhi kebahagiaan pelanggan terhadap layanan Putri Dekorasi. Semakin tinggi tingkat orisinalitasnya, maka pelanggan akan semakin puas terhadap pelayanan Putri Decor dan hal ini mungkin dipengaruhi oleh faktor gaya hidup. Semakin berkecukupan gaya hidup mereka, maka semakin puas pula mereka terhadap pelayanan Putri Dekorasi.

## References

1. S. Robiah and H. H. Adinugraha, "Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa Jasa MUA," *J. Econ. Strateg.*, vol. 3, no. 1, pp. 54-69, 2022, doi: 10.36490/jes.v2i2.286.
2. K. Kholifah and N. F. Rahmawati, "Pengaruh Kreatifitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mayoutfit Store di Galaxy Bekasi Selatan)," *JAMBIS J. Adm. Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 498-506, 2021, [Online]. Available: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/view/2337>
3. M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, and Almas Filzah, "Pengaruh Kreatif, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen," *J. Ilmu Manajemen, Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 1, pp. 117-138, 2022, doi: 10.55606/jimek.v2i1.160.
- 4.
5. A. I. Riany and D. Dahmiri, "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi)," *J. Manaj. Terap. dan Keuang.*, vol. 9, no. 2, pp. 94-104, 2020, doi: 10.22437/jmk.v9i2.12038.
6. A. Syaifudin, "The Impact of Creativity and Innovation on Increasing Micro Enterprise Income PKL Gading Fajar Sidoarjo," *IJEBD (International J. Entrep. Bus. Dev.)*, vol. 1, no. 1, p. 88, 2017, doi: 10.29138/ijebd.v1i1.349.
7. U. Sumarwan, "Definisi Perilaku Konsumen, Buku Perilaku Konsumen, Edisi Kedua, Penerbit (GI, Ghaila Indonesia).," Penerbit (GI, Ghaila Indones., no. 1994, pp. 2009-2010, 2014, [Online]. Available: [https://books.google.co.id/books?id=D9\\_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sar+wo+no.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bi+na+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACFu3U0HyN3I](https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sar+wo+no.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bi+na+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACFu3U0HyN3I)
8. K. Anggitawati, "Pengaruh Gaya Hidup dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare," 2017.
9. Hadiyati, "Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 1, Mar. 2011, pp. 8-16.
10. I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 9th ed. A. Tejokusumo, Ed., 2018.
11. R. P. Subakti, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Juice&Smoothieszone," 2019.