

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA WEDDING ORGANIZER DI KOTA PEKANBARU**

**Winda Maya Sari<sup>1)</sup>, Lapeti Sari<sup>2)</sup>, Deny Setiawan<sup>2)</sup>**

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : [windamayasaripku@gmail.com](mailto:windamayasaripku@gmail.com)

*Factors That Affect Demand for Wedding Organizer in Pekanbaru*

### **ABSTRACT**

*This research was conducted in the city of Pekanbaru which is the center of government, commerce, education and others in Riau Province. High mobility makes the city of Pekanbaru has increased population every year. This means that the higher the demand for the public to use the services of the Wedding Organizer, considering that people who want their work to be faster and more practical. The purpose of this study was to determine the factors that influence the demand for Wedding Organizer services in Pekanbaru City. In this study the population was taken from all Wedding Organizer entrepreneurs in Pekanbaru using 14 samples. Using Quantitative Descriptive with SPSS tool version 2.4. By using multiple linear regression to test the hypothesis. The results of this study indicate that the R Squared value is 0.975 which means that 97.5% of Wedding Organizer requests are influenced by variable rental prices, income, and promotions while 2.5% is influenced by other variables not examined by researchers. Partially, the rental price has a negative and significant effect on the demand of the Wedding Organizer while the income and promotion variables have a significant positive effect on the demand of the Wedding Organizer.*

*Keywords: Demand, Rental Price, Revenue, Promotion*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi serta kemajuannya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dalam bidang ekonomi yang membuat berbagai industri tumbuh dengan pesat selain itu juga dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kebutuhan barang dan jasa dari tahun ke tahun menjadi pemicu percepatan tumbuhnya industri di Indonesia. Dampak yang terjadi pada perkembangan yang melaju pesat yaitu gaya hidup masyarakat, terutama di perkotaan yang cenderung memiliki mobilitas tinggi dituntut untuk melakukan sesuatu secara fleksibel, instan dan dinamis.

Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka perusahaan perlu mengadakan suatu riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

*Wedding Organizer* merupakan pihak yang mengatur dan mengolah sebuah acara yang diselenggarakan atas permintaan pelanggan, dengan bahasa ringkasnya *Wedding Organizer* ialah seni yang mengatur dan mengolah kegiatan (Betrix, 2006). dari definisi diatas timbulah penyedia jasa *Wedding Organizer* yang artinya penyedia jasa pengorganisir secara atau kegiatan yang terdiri atas serangkaian mekanisme yang sistematis dan tentunya wajib memiliki

ketekunan, keseriusan serta kekompakan kerja tim.

**Tabel 1 Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha di Kota Pekanbaru**

No	Lapangan Usaha	2015	2016	2017	2018	2019
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	1,69	1,57	1,60	1,63	1,60
2	Pertambangan dan Penggalian	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
3	Industri Pengolahan	20,29	18,98	19,97	19,93	19,85
4	Pengadaan Listrik dan gas	0,16	0,16	0,18	0,20	0,20
5	Pengadaan air, Pengaliran sampah, Limbah dan Daur	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
6	Konstruksi	29,58	29,98	29,60	29,70	29,71
7	Perdagangan besar dan Eceran, Reparasi mobil dan Sepeda Motor	28,32	30,01	29,31	29,60	30,40
8	Transportasi dan Pergudangan	2,47	2,43	2,52	2,54	2,54
9	Penyediaan Akomodasi dan makan minum	2,09	2,39	2,17	2,10	2,02
10	Informasi dan Komunikasi	2,32	2,14	2,17	2,10	2,06
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	3,70	3,61	3,55	3,56	3,30
12	Real Estate	2,91	2,76	2,87	2,80	2,65
13	Jasa Perusahaan	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
14	Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan	4,08	3,46	3,29	3,07	2,92
15	Jasa Pendidikan	1,04	1,11	1,14	1,12	1,10
16	Jasa kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,44	0,45	0,49	0,48	0,48
17	Jasa Lainnya	0,9	0,95	1,08	1,10	1,12
	PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

**Sumber :** BPS Kota Pekanbaru, Kota Pekanbaru Dalam Angka 2019

Pada tabel 1 dapat dilihat penyumbang PDRB terbesar di Kota Pekanbaru setiap tahunnya adalah dari Industri Kontruksi, lalu dari sektor Industri Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil Sepeda Motor kemudian yang ketiga dari Industri Pengolahan. Walaupun ketiga sektor tersebut penyumbang PDRB terbesar tetapi pertumbuhannya tidak selalu naik. Sedangkan industri jasa lainnya dan industri transportasi dan pergudangan selalu naik walaupun peningkatannya tidak terlalu signifikan. Jasa *Wedding Organizer* termasuk dalam kelompok jasa lainnya, artinya *Wedding Organizer* juga memiliki peran dalam peningkatan

PDRB Kota Pekanbaru, dan melihat dari tabel diatas bahwa jasa lainnya mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

## TELAAH PUSTAKA

### Konsep Industri

Pengertian industri secara makro adalah semua sektor-sektor yang dapat menghasilkan nilai tambah dan secara garis besar dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu industri yang menghasilkan barang-barang dan industri yang menghasilkan jasa-jasa. Pengertian industri secara mikro diartikan sebagai kumpulan perusahaan-perusahaan yang dapat menghasilkan barang-barang yang homogen atau saling dapat mengganti secara erat (Hasibuan, 2013).

Dari sudut pandang teori ekonomi mikro, industri didefinisikan sebagai kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti dengan erat. Namun secara pembentukan harga yaitu cenderung bersifat makro adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah dan secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu industri penghasil barang dan industri penghasil jasa (Teguh, 2016).

Menurut Departemen Perindustrian, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014, tentang perindustrian, yang dimaksud dengan Industri adalah seluruh kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk Jasa Industri . Industri padat sumber daya alam, meliputi industri yang banyak menggunakan sumber daya alam sehingga bahan baku industri ini mempunyai

potensi yang kuat dari sisi internal supply dan untuk pengembangan produksi ini sudah dapat didukung oleh litbang dalam negeri.

1. Industri padat tenaga kerja, meliputi industri yang banyak menggunakan tenaga kerja untuk dapat mengembangkan produk, ini diperlukan usaha meningkatkan keterampilan dan produktivitas tenaga kerja, baik melalui penanaman modal maupun teknologi.
2. Industri padat modal, meliputi industri yang banyak menggunakan modal. Dalam pengembangan produk ini diperlukan usaha meningkatkan produk, ini sangat tergantung pada faktor eksternal.
3. Industri padat teknologi, meliputi industri yang banyak mengandalkan teknologi sebagai faktor unggulan untuk bersaing. Untuk mengembangkan produk ini diperlukan usaha meningkatkan penguasaan teknologi, baik melalui ahli teknologi maupun teknologi yang menyatu pada barang modal yang diimpor.

### **Teori Permintaan**

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Para ahli ekonomi mempelajari teori permintaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, yang berguna dalam menstabilkan perekonomian jangka pendek. Seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhannya, pertama kali yang akan dilakukan adalah pemilihan atas berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Selain itu juga dilihat apakah harganya sesuai dengan

kemampuan yang dimiliki. Jika harganya tidak sesuai, maka ia akan memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Sifat hubungan antara suatu barang dengan harganya dalam hukum permintaan bersifat kebalikan atau negatif, artinya jika suatu barang naik, permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang, dan sebaliknya jika harga suatu barang turun, permintaan barang tersebut akan meningkat (Mankiw, 2012).

### **Pengertian Permintaan**

Menurut ilmu ekonomi, permintaan adalah berbagai jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut (Sukirno, 2013).

Kegunaan yang dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia mengakibatkan barang tersebut dikonsumsi. Konsumsi seseorang terhadap suatu barang dalam jangka waktu tertentu menunjukkan kuantitas (jumlah barang yang diminta). Bila harga barang dihubungkan dengan dimensi waktu, maka harga dapat berubah-ubah sepanjang waktu. Perubahan tersebut dimungkinkan karena adanya perubahan dalam biaya produksi, persaingan, keadaan perekonomian dan pengaruh lainnya.

Permintaan adalah berbagai jumlah barang dan jasa yang diminta oleh konsumen dalam satu pasar untuk periode tertentu pada berbagai kemungkinan tingkat pendapatan atau berbagai harga barang yang mempunyai hubungan yang dekat (Sudarsono, 2002).

Dengan demikian harga suatu barang dapat berbeda – beda pada jangka waktu tertentu. Kuantitas barang yang diminta pada berbagai tingkat harga pada jangka waktu tertentu disebut sebagai permintaan.

Menurut Mujiyanto,(2011) definisi lain mengatakan permintaan dalam terminologi ekonomi adalah jumlah yang diinginkan dan dapat dan dapat dibeli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga.

### **Elastisitas Permintaan**

Aspek yang memberikan arti penting bagi analisis ekonomi adalah konsep elastisitas. Elastisitas merupakan suatu pengertian yang menggambarkan derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel yang mempengaruhi. Dikenal ada tiga yaitu elastisitas pendapatan, elastisitas harga barang itu sendiri dan elastisitas silang.

#### a. Elastisitas Pendapatan

Konsep elastisitas pendapatan merupakan hubungan antara perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan pendapatan.

#### b. Elastisitas Harga

Konsep elastisitas harga digunakan untuk mengukur derajat kuantitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan harga barang itu sendiri.

#### c. Elastisitas Silang

Konsep elastisitas silang dapat diartikan sebagai tingkat kepekaan suatu barang yang diakibatkan oleh perubahan barang lain.

Dalam ilmu ekonomi dikenal dua macam elastisitas, yaitu elastisitas permintaan (*demand*) dan elastisitas penawaran (*supply*) sejumlah jenis barang mungkin mengalami lonjakan ataupun penurunan permintaan yang cukup besar, namun beberapa jenis baranglainnya tidak terlalu terpengaruh penjualannya. Inilah yang disebut dengan elastisitas permintaan. Bila

didefinisikan, elastisitas permintaan adalah besar perubahan permintaan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan harga. Sebuah permintaan dikatakan elastis jika kuantitas harga yang diminta akan berubah banyak akibat harga berubah. Sebaliknya, permintaan dikatakan inelastis bila kuantitas barang yang diminta hanya sedikit berubah akibat harga berubah (Wahyu,2007)

### **Hukum Permintaan**

Hukum Permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta, atau merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana sifat – sifat hubungan antara permintaan terhadap sesuatu barang dengan harganya. Hukum permintaan ini berlaku dalam keadaan *ceteris paribus*, yang artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap), faktor lain selain faktor harga dianggap tidak berubah atau diasumsikan tetap nilainya.

Menurut Sukirno, (2008)permintaan dapat dipengaruhi oleh banyak variabel diantara lain:

#### 1. Harga Barang itu Sendiri

Harga barang akan mempengaruhi jumlah permintaan jika harga barang itu naik maka jumlah permintanya akan turun dan masyarakat akan beralih kebarang lainnya. Sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah permintaannya akan naik.

#### 2. Harga Barang lain yang terkait

Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan akan suatu barang. Hubungan antara suatu barang dengan barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan yaitu (Sukirno 2008) :

##### a. Barang Pengganti atau Substitusi

Barang pengganti adalah barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lain tersebut. Harga barang pengganti dapat

mempengaruhi permintaan yang digantikannya. Apabila harga barang pengganti turun maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan dan sebaliknya apabila harga barang pengganti naik maka barang yang digantikannya akan mengalami peningkatan dalam permintaan.

b. **Barang Penggenap atau Komplementer**

Suatu barang dikatakan sebagai barang penggenap atau komplementer apabila barang tersebut digunakan secara bersama –sama dengan barang lain. Kenaikan atau penurunan permintaan atas barang penggenap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Jika permintaan naik maka permintaan terhadap barang penggenap juga mengalami kenaikan atau sebaliknya.

d. **Barang Netral**

Barang netral adalah barang yang tidak mempunyai kaitan sama sekali dengan barang yang bersangkutan. Oleh karena itu perubahan atas permintaan salah satu barang tersebut tidak akan berpengaruh terhadap permintaan barang lainnya.

3. **Pendapatan Masyarakat**

Pendapatan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan besar kecilnya permintaan terhadap suatu barang perubahan dalam jumlah pendapatan selalu berpengaruh terhadap perubahan permintaan suatu barang. Berdasarkan pada sifat perubahan permintaan apabila terjadi perubahan pendapatan maka jenis barang dapat dibedakan menjadi empat golongan (Sukirno 2008) :

a. **Barang Inferior**

Barang inferior adalah barang yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat yang berpendapatan rendah. Apabila terjadi kenaikan pendapatan maka permintaan terhadap barang inferior ini akan berkurang dan para pembeli lebih suka membelanjakan uangnya

untuk barang yang mutunya lebih baik.

b. **Barang Esensial**

Barang esensial atau barang pokok adalah barang yang sangat penting peranannya dalam kehidupan sehari-hari. Apabila terjadi kenaikan pendapatan maka permintaan terhadap barang esensial akan tetap.

c. **Barang Normal**

Suatu barang dinamakan barang normal apabila permintaannya meningkat seiring meningkatnya pendapatan.

d. **Barang Mewah**

Barang mewah adalah suatu barang yang akan dikonsumsi masyarakat apabila pendapatannya sudah relatif tinggi. Barang mewah ini akan dibeli tinggi oleh masyarakat apabila kebutuhan mereka terhadap barang pokok sudah dipenuhi. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat pendapatan maka permintaan terhadap barang mewah ini akan naik.

4. **Distribusi Pendapatan**

Jumlah pendapatan tertentu dari masyarakat yang diubah corak distribusinya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berubah pula. Misalnya, pemerintah menaikkan pajak terhadap orang – orang kaya dan kemudian hasil pajak tersebut untuk menaikkan pendapatan pekerja yang berpenghasilan rendah, maka corak permintaan terhadap berbagai barang akan mengalami perubahan. Barang – barang yang dikonsumsi oleh orang kaya permintaannya akan berkurang dan barang – barang yang dikonsumsi oleh orang yang penghasilannya naik akan mengalami bertambahnya jumlah permintaan.

5. **Jumlah Penduduk**

Pertumbuhan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan penambahan permintaan. Tetapi biasanya pertumbuhan penduduk diikuti dengan penambahan kesempatan kerja. Dengan demikian banyak orang yang menerima pendapatan dan ini akan

menambah daya beli masyarakat, penambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

#### 6. Selera Masyarakat

Selera mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang – barang, semakin suka konsumen terhadap suatu barang maka permintaan barang itu akan naik dan sebaliknya.

#### 7. Ramalan mengenai keadaan masa datang

Perubahan perubahan di ramalkan mengenai keadaan dimasa akan datang mempengaruhi permintaan. Ramalan bahwa harga – harga akan naik dimasa yang akan datang mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa ini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang.

Namun kita sulit memahami variabel tersebut dalam waktu bersamaan. Hukum permintaan berbunyi sebagai berikut: apabila harga suatu barang dan jasa meningkat, maka jumlah barang yang diminta akan menurun. Sebaliknya apabila harga suatu barang dan jasa menurun jumlah barang yang diminta akan meningkat.

Menurut A Hamdani, (2006) promosi merupakan salah satu variable dalam permintaan jasa yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam menjual produk. Kegiatan promosi bukan hanya saja untuk alat komunikasi antara penjual dan pembeli, merupakan juga alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau pemasaran produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Gitosudarmo, (2014) promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka menjadi kenal akan produk dan tertarik untuk membelinya/memakainya. Adapun alat – alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu usaha adalah dengan cara iklan, promo jualan,

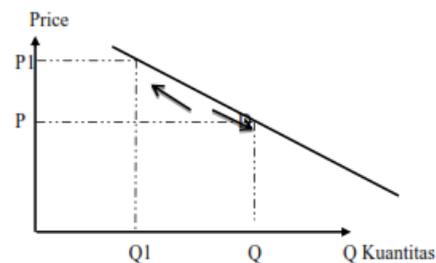
potongan harga serta memberikan bonus – bonus yang dapat menarik simpati konsumen.

#### Kurva Permintaan

Kurva Permintaan (*Demand Curve*) merupakan grafik yang menggambarkan hubungan antara harga dengan jumlah komoditas yang ingin dan dapat dibeli konsumen. Kurva ini digunakan untuk memperkirakan dalam pasar kompetitif dan sering kali digabung dengan kurva penawaran untuk memperkirakan titik equilibrium (saat jumlah penawaran dan permintaan sama).

Kurva permintaan juga dapat juga dapat diartikan sebagai satu kurva/garis yang memperlihatkan hubungan antara berbagai jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga (P) barang tersebut. Kurva Permintaan selalu berlereng negatif, artinya menurun dari kiri keatas kanan bawah, hal ini disebabkan variabel *price* dengan *variabel quantity* berlawanan arah, dimana bila P bertambah (positif), maka Qd berkurang (negatif) atau sebaliknya. (Amaliawati,2009).

#### Grafik 1 Kurva Permintaan (*Demand Curve*)



Sumber: (Sugiarto dkk, 2005)

Pada kurva permintaan dapat terjadi pergerakan ataupun pergeseran yang disebabkan oleh perubahan pada faktor yang mempengaruhi permintaan. Pergerakan sepanjang kurva permintaan terjadi bila harga komoditas yang diminta berubah (naik atau turun). Penurunan harga komoditas tersebut akan menaikkan jumlah yang diminta dan menaikkan harga komoditas

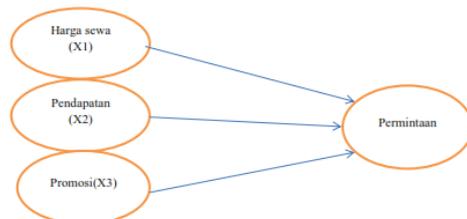
mengurangi jumlah yang diminta. Pada kuva dapat dilihat jika harga barang atau jasa berada pada P1 maka jumlah permintaan barang atau jasa tersebut akan sedikit yakni sebanyak Q1. Namun pada saat harga turun yakni menjadi P, maka jumlah permintaan barang dan jasa tersebut juga akan meningkat yakni sebanyak Q.

Pergeseran kurva permintaan ke kanan atau ke kiri disebabkan oleh perubahan permintaan yang ditimbulkan oleh faktor-faktor selain harga komoditas tersebut. Sebagai contoh kenaikan pendapatan memungkinkan pembeli untuk menaikkan permintaan pada setiap tingkat harga bila harga komoditas yang dibeli tidak berubah sehingga akan menggeser kurva permintaan tersebut ke kanan.

### Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan dan uraian dari teori diatas bahwa harga sewa, pendapatan konsumen, jarak dan selera merupakan variabel bebas yang memberi pengaruh terhadap tingkat permintaan jasa *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru sebagai variabel terikat. Hubungan kedua variabel ini digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**



#### 1. Harga Sewa jasa *Wedding Organizer* (X1)

Apabila harga itu sendiri naik maka konsumen akan mencari alternatif lain yang dapat digunakan sebagai pengantinya. Kenaikan harga dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap permintaan tersebut (Sukirno,2003).

#### 2. Pendapatan (X2)

Pendapatan *Wedding Organizer* adalah penghasilan dari seluruh anggota *Wedding Organizer* yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan keluarga ataupun perorangan anggota rumah tangga. Pendapatan seseorang dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu sesuai dengan kemampuan mereka. Oleh sebab itu dengan berubahnya pendapatan seseorang maka akan berubah pula besarnya pengeluaran mereka akan konsumsi suatu barang. Jadi, pendapatan TIsuatu barang.

#### 3. Promosi (X3)

Promosi/diskon adalah harga miring atau bahkan potongan harga yang diberikan pihak *Event Organizer* kepada konsumennya. Dengan demikian Promosi sangat penting untuk karena dapat menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk memilih *Event Organizer* yang akan digunakan.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru, dikarenakan Kota Pekanbaru memiliki potensi yang cukup tinggi yang membuat banyak perusahaan berkeinginan untuk mendirikan dan mengembangkan usaha baru di Kota Pekanbaru.

### Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh penulis secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi ilmiah. Data diperoleh melalui pengisian kuisisioner yang dilakukan langsung kepada responden.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari

instansi/lembaga pemerintah ataupun swasta yang sebelumnya telah diolah terlebih dahulu oleh instansi tersebut. Data sekeunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara untuk memperoleh bahan-bahan keterangan atau kenyataan yang benar-benar mengungkapkan data – data yang diperlukan dalam suatu penelitian baik untuk data yang pokok maupun data penunjang. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar – daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2009).

b. Wawancara

Wawancara yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang penulis teliti.

### Variabel Penelitian

Menurut Sugino (2009) variabel dalam penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Adapun Variabel penelitian ini adalah:

- a. Harga Sewa (X1), Harga adalah tarif jasa yang diberikan kepada konsumen dalam satu kali jasa *Wedding Organizer*.
- b. Pendapatan (X2), adalah penghasilan masyarakat yang diperoleh dari pekerjaan pokok, pekerja sampingan selama sebulan. Pada penelitian ini

pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan dari kepala keluarga.

- c. Promosi (X3), Promosi adalah potongan harga/diskon yang menjadi bahan pertimbangan pengguna jasa *Wedding Organizer*, karena semakin besar harga promo/diskon maka pembeli akan semakin banyak dan tertarik untuk membelinya.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah permintaan masyarakat akan jasa *Wedding Organizer*.

### Metode Analisis Data

Metode analisis merupakan suatu usaha untuk menentukan jawaban atas pertanyaan atas rumusan dan hal – hal yang diperoleh dalam suatu penelitian. Data yang sudah masuk dan yang sudah terkumpul dianalisis untuk menjawab tujuan dari penelitian. Teknik analisis data disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu data yang telah terkumpulkan ditabulasikan kembali dan akan memberikan angka-angka hasil olahan komputersasi dengan bantuan program *SPSS 24 (Statistical Package Sosial Science)* dengan model estimasi Analisis Regresi Linier Berganda. Untuk mengetahui perubahan nilai variabel dependen yaitu permintaan *Wedding Organizer* yang disebabkan karena adanya perubahan pada variabel-variabel independen dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi permintaan *Wedding Organizer* menggunakan regresi linier berganda (*multiple linier regression*) dengan formula sebagai berikut (Anwar, 2014):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Permintaan *Wedding Organizer*

X<sub>1</sub> = Harga sewa (Rp)

- $X_2$  = Pendapatan *Wedding Organizer* (Rp)  
 $X_3$  = Harga Promosi (Rp)  
 a,b = Besaran yang akan diduga  
 e = Kesalahan

### Uji Asumsi Klasik

Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik yang merupakan dasar model regresi linier berganda. Pada pengujian asumsi klasik ini menggunakan program statistik komputer SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Versi 24.0 dan pengujian menggunakan uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011).

### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Cara untuk melihat normalitas residual adalah melalui analisis grafik (histogram dan normal P-P Plot) dan analisis statistik.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan problema autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang muncul secara berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2006). Cara yang digunakan bertujuan untuk mendeteksi autokorelasi yaitu dengan melihat uji *Durbin-Watson* (DW test)

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah variabel yang saling berkorelasi pada variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka terdapat

masalah multikolinearitas sehingga model regresi tidak dapat digunakan (Ghozali, 2006). Pengujian ini dapat dilihat melalui nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10 dan nilai TOL (*Tolerance*) lebih besar dari 0,10 maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011).

### Uji Heterokedastisitas

Menurut Suliyanto (2011), heterokedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian pada variabel regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut heterokedastisitas. Untuk mendeteksi apakah ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode grafik (melihat *scatterplot*) dan dengan metode glejser. Metode grafik menganalisis penyebaran titik yang terdapat pada *scatterplot* yang dihasilkan dari pengolahan data SPSS (*Statistical Package for Social Science*) dengan dasar pengambilan keputusan, jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas. Jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sementara metode glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual maka dalam model terdapat masalah heterokedastisitas. Dengan dasar pengambilan keputusan, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $\text{sig} > \alpha$ ) maka dapat disimpulkan model tidak mengandung gejala heterokedastisitas.

## Uji Statistik

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  yang sempurna adalah satu, yaitu apabila keseluruhan variabel terikat dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Dimana  $0 < R^2 < 1$  sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah:

- Nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati nol, maka kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat sangat terbatas.
- Nilai  $R^2$  mendekati satu, maka kemampuan variabel-variabel bebas menerangkan hampir semua informasi yang digunakan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

### Uji Hipotesis Simultan (F-test)

Uji F pada dasarnya dimaksudkan untuk membuktikan secara statistik bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu permintaan *Wedding Organizer* dengan hipotesis untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan derajat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

- $H_0$  ditolak, jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $n-k-1 ; k$ ) dan nilai signifikansi  $F_{hitung} < \alpha$  sebesar 0,05 artinya bahwa secara bersama-sama variabel terikat mampu mempengaruhi semua variabel bebas secara signifikan.
- $H_0$  diterima, jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $n-k-1 ; k$ ) dan nilai signifikansi  $F_{hitung} > \alpha$  sebesar 0,05 artinya bahwa secara bersama-sama semua variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Pada tabel ANOVA (hasil pengolahan data dengan SPSS) dapat dilihat apakah hasil perhitungan variabel bebas secara bersama-sama memberikan

hasil yang signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel terikat.

### Uji Hipotesis Parsial (t-test)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas secara individu menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006). Dengan menganggap variabel ini lain tetap, menggunakan derajat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel} = H_0$  ditolak, maka terdapat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq +t_{tabel} = H_0$  diterima, maka tidak ada pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Selanjutnya uji dibawah ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi  $t_{hitung}$  dan  $\alpha = 0,05$  agar dapat dilihat hasil perhitungan memberikan nilai signifikan atau tidak signifikan. Adapun kriteria keputusan sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi  $t_{hitung} < \alpha = 0,05$  maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.
- Apabila nilai signifikansi  $t_{hitung} > \alpha = 0,05$  maka variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

## HASIL PENELITIAN

Beberapa aspek yang perlu dicermati dari responden sebagai objek penelitian yaitu jenis kelamin, asal responden, jumlah, tingkat pendidikan, lama usaha, status kepemilikan, masalah/kendala, jumlah pendapatan, tenaga kerja, jenis usaha, tenaga kerja dan beberapa aspek lainnya

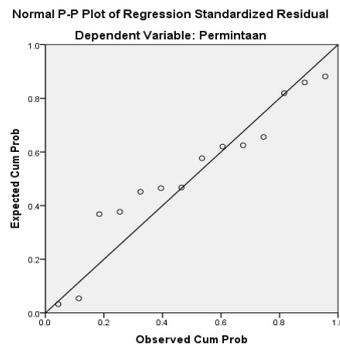
### Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model persamaan regresi yang baik dan benar-benar mampu memberikan estimasi yang handal dan tidak bisa sesuai

dengan kaidah BLUE (Best Linier Unbiased Estimator), maka perlu dilakukan uji terhadap empat asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi

### Uji Normalitas

**Gambar 2 Grafik normal P-Plot Jumlah Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru.**



**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Sekunder SPSS, 2020

Pada gambar 2 grafik normal *P-Plot Of Regression Standardized Residual*, titik-titik berada disekitar garis lurus yang melintang atau diagonalnya. Artinya bahwa data-data atau residual dalam model regresi linier berganda ini sudah berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Untuk menguji adanya dapat dilakukan dengan menganalisis antar variabel dan perhitungan nilai tolerance value serta *variance inflation factor* (VIF). Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance lebih dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen dan yang nilainya lebih dari 90%. Nilai value tolerance untuk semua variabel independen lebih besar dari 10% sedangkan VIF kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas Hasil Pengaruh Harga Sewa, Pendapatan, dan Promosi Terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru.**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Harga Sewa	.368	2.716
Pendapatan	.129	7.732
Promosi	.104	9.644

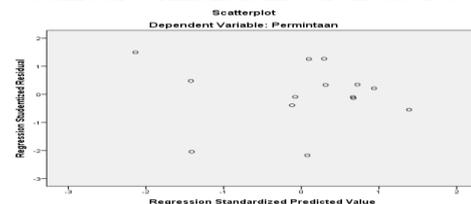
a. Dependent Variable: Nilai Permintaan  
**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Sekunder, 2020

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai tolerance value yang lebih besar dari 0,10 yaitu 0,368 Harga Sewa, 0,129 Pendapatan, 0,104 Promosi. Sedangkan untuk VIF masing-masing variabel dari penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai VIF Harga Sewa 2,716, Pendapatan 7,732 dan Promosi 9,644 menunjukkan bahwa nilainya lebih kecil dari 10 maka tidak mengandung multikolinieritas. Oleh sebab itu data dalam penelitian ini telah memenuhi syarat uji multikolinieritas sehingga dapat dalam pengujian model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

### Uji Heterokedasitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain dilakukan dengan mengamati gambar *scatter plot*, apabila pada gambar titik-titik tidak membentuk satu pola tertentu maka tidak terjadi gejala heterokedasitas.

**Gambar 3 Analisis Heterokedasitas**



**Sumber:** Hasil Pengolahan Data Sekunder SPSS, 2020

### Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak masalah autokorelasi digunakan dengan melihat nilai koefisien Durbin-Watson. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan:

**Tabel 3 Tabel Ketentuan DW**

Durbin Watson	Kesimpulan
Kurang dari 1,08	Ada autokorelasi
1,08 sampai dengan 1,66	Tidak ada kesimpulan
1,66 sampai dengan 2,34	Tidak ada autokorelasi
2,34 sampai dengan 2,92	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,9	Kesimpulan

Sumber : Data Olahan, 2020

**Tabel 4 Koefisien Durbin-Waston pengaruh Harga Sewa, Pendapatan dan Promosi Terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.987 <sup>a</sup>	.975	.967	.02121	1.748

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Pendapatan

b. Dependent Variable: Permintaan

Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 4 koefisien Durbin-Waston hitung sebesar 1,748 berarti bahwa estimasi DW berada pada pengukuran 0,0595 sampai 1,928 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pada model ini tidak mengandung autokorelasi. Dengan demikian, DW jatuh pada daerah tanpa kesimpulan, oleh karena itu data dalam penelitian ini dapat dilanjutkan ke model regresi linier berganda.

### Hasil Regresi Linier Berganda

Model fungsi linier yang digunakan adalah fungsi regresi linier berganda. Penggunaan fungsi regresi linier berganda sendiri digunakan kepada objek penelitian, yang dalam hal ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sehingga diperlukan regresi linier berganda untuk mengetahui keseimbangan atau elastisitas faktor permintaan agar mampu menganalisis permintaan secara optimal.

**Tabel 5 Hasil Regresi Linier Berganda Pengaruh Harga Sewa, Pendapatan dan Promosi terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.681	.856		-.796	.443		
Harga	-.174	.057	-.253	-3.071	.012	.368	2.716
Pendapatan	.197	.066	.416	2.962	.014	.129	7.732
Promosi	.302	.127	.373	2.383	.038	.104	9.644

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder SPSS 2020

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda dengan bantuan alat uji SPSS (*Statistical Package Social Science*) maka ditemukan persamaan regresi linier berganda seperti berikut

$$Y = -0,681 - 0,174X_1 + 0,197X_2 + 0,302X_3$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa:

- Nilai Konstanta ( $\beta_0$ ) -0,681 nilai ini berarti jika semua variabel independen bukan (harga sewa, pendapatan, promosi) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*) maka nilai produksi industri *Wedding Organizer* akan mengalami penurunan sebesar 0,681%
- Nilai Koefisien ( $\beta_1$ ) -0,174 nilai ini menunjukkan bahwa jika Harga Sewa terjadi penurunan 1 Rupiah maka permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru mengalami penurunan sebesar -0,174% dengan asumsi pendapatan dan promosi tetap dan konstan.
- Nilai Koefisien ( $\beta_2$ ) 0,197 nilai ini menunjukkan bahwa jika Pendapatan terjadi kenaikan 1 Rupiah maka permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru mengalami kenaikan sebesar 0,197% dengan asumsi pendapatan dan promosi tetap dan konstan.

- d. Nilai Koefisien ( $\beta_3$ ) 0,302 nilai ini menunjukkan bahwa jika Promosi terjadi kenaikan 1 Rupiah maka permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru mengalami kenaikan sebesar 0,302% dengan asumsi pendapatan dan promosi tetap dan konstan.

### Pengajuan Statistik

#### A. Uji Simultan ( Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh secara simultan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, dan hasil pengolahan data dengan uji simultan atau uji F didapatkan data yaitu sebagai berikut:

H0: Harga Sewa, Pendapatan dan Promosi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru.

H1: Harga Sewa, Pendapatan dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru.

Uji F dilakukan dengan membandingkan F-Hitung dengan F-Tabel pada signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ )

$$\begin{aligned} F\text{-Tabel} &= (k-1) : (n-k) \\ &= (3-1) : (14-3) \\ &= 2 : 11 \\ &= 3,98 \end{aligned}$$

#### Uji t- Statistik (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan konstan dengan tidak keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Ho :  $b_i = 0$  artinya, suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Ho :  $b_i \neq 0$  artinya, variabel independen bukan merupakan penjelas

yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel pada signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

$$\begin{aligned} t\text{-tabel} &= \alpha/2 : n-1-k \\ &= 0,05/2 : 14-1-3 \\ &= 0,025 : 10 \\ &= 2,22814 \end{aligned}$$

### PEMBAHASAN

#### 1. Pengaruh nilai Harga Sewa, Pendapatan, Promosi Terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian pada *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru Diketahui bahwa secara parsial secara parsial faktor harga sewa tidak berpengaruh terhadap permintaan *Wedding Organizer*. Dengan nilai probabilitas (sig) lebih kecil ( $0,012 < 0,05$ ). Sedangkan Pendapatan dengan nilai probabilitas lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,014 < 0,05$ ) H0 ditolak H1 diterima ini berarti bahwa pendapatan berpengaruh dengan permintaan *Wedding Organizer* di Kota pekanbaru dan Promosi dengan nilai probabilitas lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,038 < 0,05$ ) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Berdasarkan uji simultan faktor harga sewa, pendapatan dan promosi secara bersama sama berpengaruh terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru.

#### 2. Pengaruh nilai Harga Sewa Terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru

Dari hasil regresi ditemukan bahwa nilai harga sewa tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru, artinya harga sewa tidak terlalu mempengaruhi masyarakat untuk tetap memakai/menggunakan *Wedding Organizer* sebagai jasa pembantu dalam memudahkan urusannya.

### 3. Pengaruh nilai Pendapatan Terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru

Dari hasil regresi ditemukan bahwa nilai pendapatan berpengaruh terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru, artinya semakin tinggi jumlah pendapatan yang dihasilkan *Wedding Organizer* maka semakin tinggi pula permintaan masyarakat terhadap *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru, karena pendapatan dianggap hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis usaha dan pendapatan dianggap sebagai tolak ukur keberhasilan suatu bisnis.

### 4. Pengaruh nilai Promosi Terhadap Permintaan Wedding Organizer di Kota Pekanbaru

Dari hasil regresi ditemukan bahwa nilai pendapatan berpengaruh terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru, karena promosi dianggap penting dalam menjalankan suatu bisnis, artinya semakin tinggi promosi yang diberikan oleh pengusaha maka semakin tinggi pula permintaan masyarakat, karena masyarakat cenderung senang akan promosi, promosi dalam artian kata yaitu potongan harga yang diberikan produsen/pengusaha kepada masyarakat yang akan membeli jasa nya.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Secara parsial (uji t), variabel Harga Sewa ( $X_1$ ) berpengaruh tidak signifikan artinya semakin tinggi Harga Sewa maka permintaan akan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru akan semakin turun. Secara parsial (uji t) variabel Pendapatan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru. Secara parsial (uji t) variabel

Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap permintaan *Wedding Organizer* di Kota Pekanbaru.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Perlunya perhatian pemerintah terhadap pengusaha *Wedding Organizer* untuk lebih mengontrol harga agar tidak terjadi penetapan harga di atas rata – rata.
2. Bagi Pengusaha *Wedding Organizer* agar lebih inovatif lagi dalam memberikan ide untuk konsep acara yang akan dilakukan dan lebih mempersiapkan semuanya sebelum melaksanakan job.
3. Bagi peneliti lain, dapat lebih lanjut dengan populasi yang lebih luas dan menggunakan variabel tambahan selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat diketahui variabel yang berpengaruh terhadap produksi industri mie basah di Kota Pekanbaru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliawati, 2009. Pembahasan Permintaan dan Penawaran. Erlangga: Jakarta
- Anwar. 2014. Metode penelitian. Salemba Empat: Jakarta
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasibuan, Malayu. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara: Jakarta
- Mankiw, Gregory. 2012. Pengantar Ekonomi Mikro. Salemba Empat: Jakarta

- Mujiyanto,K. 2011. Pengaruh Citra Merek, Promosi kualitas terhadap pembelian *Wedding Organizer I*: Semarang
- Sudarsono, Gunawan. 2002. Teori – teori Permintaan. Rineka Cipta: Jakarta
- Sugiarto, 2005. Ekonomi Mikro sebagai kajian Komperensif. PT Gramedia: Pustaka Ttama Jakarta
- Sugiono. 2009. Penelitian Kuantitatif. Alfabeta: Bandung
- Sukirno, Sadono. 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Penerbit PT. Raja Grafindo persada: Jakarta
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan – Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset: Yogyakarta
- Teguh,Muhammad. 2016. Ekonomi Industri. Raja Grafindo: Jakarta
- Wahyu, Tri. 2007. Pengertian Elastisitas Permintaan Skripsi Universitas Andalas: Padang