

## ABSTRAK

Dewasa ini perekonomian di Indonesia sangat berkembang dengan cepat, perkembangan ini terbukti dengan semakin meningkatnya pola konsumsi oleh masyarakat dari tahun ke tahun. Masyarakat tidak hanya terpaku untuk membelanjakan/menggunakan uangnya untuk barang saja tapi juga terhadap kebutuhan-kebutuhan lainnya khususnya di bidang jasa.

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan konsumen di bidang jasa, secara tidak langsung akan membawa perubahan yang positif di dalam pangsa pasar di bidang jasa itu sendiri. Begitu pula hal yang dihadapi oleh Nirwana Enterprises yang mempunyai aktivitas sehari-harinya di bidang pelayanan jasa. Nirwana Enterprises adalah suatu party organizer yang bergerak di bidang penyelenggaraan pesta, mulai dari pemesanan tempat, acara, dekorasi, sound and lighting, invitation dan special effect.

Banyaknya pesaing-pesaing yang saling bermunculan dan bersaing ketat untuk saling memperebutkan calon konsumen dengan jumlah yang terbatas, Nirwana Enterprises menerapkan berbagai strategi pemasaran tanpa mengesampingkan perilaku konsumen yang dirasa saat ini sangat bervariasi. Hal ini dirasakan penting karena party organizer ini merupakan jasa yang lebih mengutamakan pada mutu pelayanan yang baik khususnya pada variabel kesopanan, kreativitas dan keprofesionalisme yang tinggi.

Untuk menganalisa sejauh mana variabel kesopanan, kreativitas dan profesionalisme mempengaruhi konsumen terhadap mutu pelayanan di dalam memilih party organizer Nirwana Enterprises, maka penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 80 responden, khususnya responden yang telah menggunakan jasa party organizer Nirwana Enterprises, yang kemudian diolah dengan teori dan metode pengujian yang relevan dan berkaitan dengan pokok permasalahan.

Dari hasil kuesioner tersebut didapatkan hasil bahwa hipotesis pertama yang diajukan penulis tidak terbukti, dimana variabel kesopanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,033 yang lebih kecil dibandingkan dengan variabel kreatifitas yang memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,923. Sedangkan variabel kesopanan, kreatifitas dan profesionalisme mempunyai pengaruh yang signifikan dengan kepuasan konsumen terhadap mutu pelayanan party organizer di Nirwana Enterprises, Surabaya. Sehingga hipotesis kedua yang diajukan oleh penulis terbukti kebenarannya, hal ini dapat dilihat pada uji F dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $6,578 > 2,75$ .