

BAB I PEDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan jasa adalah suatu perusahaan yang kegiatan usahanya ditujukan untuk memperoleh pendapatan ataupun penghasilan melalui pelayanan jasa-jasa tertentu (Saladin, 2003). Perusahaan jasa merupakan suatu tempat berlangsungnya proses produksi yang menggabungkan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan suatu jasa. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan produk yang telah dihasilkan. Jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jasa didesain khusus yang memiliki berbagai jenis, tipe untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa ekspedisi.

Pada perkembangan dunia usaha yang pesat khususnya perusahaan di bidang jasa, semakin banyak masalah-masalah yang dihadapi oleh pemimpin perusahaan ataupun pihak manajemen. Menurut (Kotler, 2016) perusahaan jasa adalah perusahaan yang menawarkan suatu tindakan bersifat abstrak atau tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan pada orang lain. Oleh karena itu, memungkinkan seseorang pemimpin mengawasi seluruh jalannya operasional perusahaan secara langsung dan terus menerus, agar pihak manajemen perusahaan dapat melakukan tugasnya dengan baik serta mewujudkan sistem informasi yang dapat bekerja untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Pasar jasa sering kali sangat kompetitif, dengan banyak perusahaan yang menawarkan layanan serupa. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan jasa untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi daya saing mereka dan strategi apa yang dapat mereka gunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Keberhasilan sebuah

perusahaan jasa tidak hanya bergantung pada kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga pada faktor-faktor lain seperti manajemen operasional, strategi pemasaran, kepuasan pelanggan, dan keunggulan kompetitif. Melalui penelitian ini, dapat diidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan jasa dan membantu dalam pengembangan strategi yang efektif. Perusahaan jasa seringkali harus berinovasi secara terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berubah. Dalam penelitian ini, dapat dieksplorasi bagaimana perusahaan jasa dapat menciptakan inovasi dalam layanan mereka, baik melalui pengembangan produk baru, penggunaan teknologi baru, atau pengembangan model bisnis yang inovatif. Menjelajahi faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih perusahaan jasa tertentu. Penelitian ini dapat melibatkan faktor-faktor seperti citra merek, kepercayaan, reputasi perusahaan, atau strategi pemasaran yang efektif. Menyelidiki strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan jasa untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Fokus penelitian dapat ditujukan pada pengembangan merek, promosi, segmentasi pasar, atau penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam pemasaran jasa.

Penelitian ini dapat mengeksplorasi hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Fokus penelitian ini dapat ditempatkan pada peran kualitas pelayanan dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Mempelajari berbagai metode dan alat pengukuran kualitas pelayanan yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa. Penelitian ini dapat melibatkan pengembangan dan validasi instrumen pengukuran kualitas pelayanan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan industri jasa tertentu. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam konteks perusahaan jasa. Penelitian ini dapat meliputi

faktor internal seperti budaya organisasi, kepemimpinan, komitmen karyawan, dan faktor eksternal seperti harapan pelanggan, persepsi pelanggan, dan interaksi dengan pelanggan. Mempelajari hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta menjelaskan mekanisme melalui mana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Meneliti peran komunikasi dan interaksi pelanggan dalam menciptakan kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini dapat melibatkan analisis komunikasi verbal dan non-verbal antara pelanggan dan penyedia jasa, serta pengaruhnya terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Menganalisis perubahan tren dalam praktik promosi dan pemanfaatan media dalam lingkungan bisnis saat ini. Penelitian ini dapat mempertimbangkan pergeseran dari promosi tradisional ke promosi digital, pengaruh media sosial, atau penggunaan teknologi baru dalam strategi promosi. Menjelajahi pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen, seperti keputusan pembelian, preferensi merek, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dapat melibatkan analisis efektivitas berbagai bentuk promosi, seperti iklan, promosi penjualan, sponsorship, atau pemasaran konten, dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Skripsi promosi dapat mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam merespons promosi, seperti preferensi harga, kepuasan konsumen, persepsi nilai, atau faktor psikologis lainnya.

Kebutuhan di bidang jasa foto sangat diperlukan di era sekarang diberbagai kalangan mulai dari yang muda sampai yang tua. Terutama sekarang jasa foto sangat diperlukan ketika mengabadikan momen-momen tertentu seperti kelulusan,

pernikahan dan lain sebagainya. Selain itu, kebutuhan foto formal untuk ijazah, melamar pekerjaan dan yang lain lain juga sangat dibutuhkan. Artirasa Photo merupakan perusahaan jasa di bidang fotografi di kota Malang. Pelayanan jasa foto sangat berbeda dengan perusahaan jasa yang lain, karena dalam fotografi membutuhkan *skill* khusus, selain itu dalam melayani konsumen dalam sesi foto pun juga membutuhkan kemampuan berbicara yang bagus dikarenakan sangat berpengaruh dalam mengarahkan gaya sehingga konsumen paham dan nyaman saat diarahkan bergaya oleh fotografer. Artisa Photo berdiri sejak 2 November 2020, perkembangan Artirasa Photo dari tahun 2020 akhir sampai tahun 2023 sekarang bertambah pesat dalam kurun waktu 3 tahun ini, awalnya Artirasa Photo berfokus pada foto model dan foto produk saja pada bulan oktober 2020. Setelah itu pada bulan oktober Artirasa menerima pekerjaan foto dari relasi seperti foto wisuda, foto dokumentasi acara, foto prewedding dan lain-lain. Dari situlah pada tanggal 2 November 2020 telah diputuskan nama brand Artirasa Photo sebagai jasa fotografi di Malang dan memakai berbagai cara strategi pemasaran.

Dari tahun 2020 hingga tahun sekarang Artirasa photo terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa fotografi, mulai dari cara berkomunikasi kepada konsumen, memberi kompensasi pelayanan khusus apabila terjadi kesalahan dari pihak Artirasa photo, hingga meningkatkan kualitas foto sampai konsumen puas. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan tentang derajat kesesuaian antara harapan mereka terhadap pelayanan dan persepsi mereka tentang kinerja sebenarnya. Artirasa photo mempromosikan jasa fotonya melalui media sosial yaitu Instagram dan mempromosikan secara langsung dari relasi atau dari mulut ke mulut. Promosi adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi target pasar dengan menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan mereka tentang produk atau layanan yang ditawarkan serta nilai-nilai yang terkait (Kotler

dan Armstrong, 2016). Artirasa Photo dapat menampilkan hasil-hasil foto diposting di instagram, konten video reels yang dapat meningkatkan daya tarik para calon konsumen, selain itu di instagram dapat menampilkan iklan yang ditujukan kepada pengguna instagram yang belum tahu Artirasa Photo dan juga Instagram memberikan fitur yang mempermudah penyebaran promosi yang tepat dan efisien.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik menguji penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Foto Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan jasa dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Artirasa photo?
2. Apakah kualitas pelayanan jasa mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen di Artirasa photo?
3. Apakah promosi berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen di Artirasa photo?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis seberapa kualitas pelayanan jasa foto di Artirasa photo.
2. Untuk menganalisis seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan jasa foto terhadap keputusan pembelian konsumen di pembelian selanjutnya di Artirasa photo
3. Untuk menganalisis seberapa pengaruhnya promosi jasa foto terhadap keputusan pembelian konsumen di pembelian selanjutnya di Artirasa photo

D. Manfaat Penelitian

Penulisan tugas akhir ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi seluruh pihak bersangkutan, manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mengetahui secara langsung pengaruhnya kualitas pelayanan jasa dan promosi di Artirasa photo terhadap keputusan pembelian konsumen. Mendapatkan pengalaman dalam proses penilitian dan penulisan skripsi sesuai dengan kasus yang terjadi di lingkup perusahaan. Serta menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan jasa foto mana yang baik dan bagaimana cara mempromosikan sebuah perusahaan jasa foto.

2. Bagi perusahaan

Penulisan skripsi ini bisa digunakan oleh perusahaan jasa foto Artirasa photo, tentang bagaimana cara memaksimalkan kualitas pelayanan dan bisa memilah dalam penerapan metode promosi yang mana yang paling akurat untuk meningkatkan banyaknya konsumen yang mebeli jasa foto di Artirasa photo. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan dan banyaknya yang mengetahui tentang jasa foto di Artirasa photo.

3. Bagi Universitas

Agar menciptakan hubungan baik antara pihak perusahaan dengan universitas terkait, mendapatkan dan mengetahui informasi mengenai bagaimana proses layanan jasa foto yang baik mulai dari konsumen masih penasaran menjadi membeli jasa foto di Artirasa photo dan proses mempromosikan jasa foto di Artirasa photo. Penulisan skripsi ini juga bisa bermanfaat bagi peneliti untuk mengembangkan usahanya.