BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha bisnis di jaman yang serba modern ini semakin pesat, hal tersebut ditandai dengan bermunculan serta berkembangnya berbagai bidang usaha di Indonesia. Melalui sektor ekonomi kreatif, masyarakat dapat mengetahui peluang serta potensi bisnis di Indonesia. Ekonomi kreatif telah memberikan kontribusi yang besar serta mengalami kenaikan setiap tahunnya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pada tahun 2016, ekonomi kreatif menyumbang Rp 922,59 triliun untuk PDB. Subsektor yang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap PDB dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Data Persentase Kontribusi Subsektor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia

No	Nama Subsektor	Persentase Kontribusi
1	Kuliner	41,40 %
2	Fashion	18,01 %
3	Kriya	15,40 %
4	Televisi dan Radio	8,27 %
5	Penerbitan	6,32 %
6	Arsitektur	2,34 %
7	Aplikasi dan *Game Developer*	1,86 %
8	Periklanan	0,81 %
9	Musik	0,48 %
10	Fotografi	0,46 %

(Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa subsektor fotografi memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yakni sebanyak 0,46 % yang apabila dikonversikan ke dalam jumlah uang yakni sebesar Rp. 42,43 Miliar. Hal tersebut mengindikasikan bahwa subsektor dalam bidang fotografi mempunyai peluang serta potensi yang baik untuk dikembangkan di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, fotografi menjadi sebuah gaya hidup yang banyak digemari oleh masyarakat, khususnya dalam mengabadikan *moment* penting serta bahagia. Pada jaman dulu fotografi seringkali dianggap mahal, hanya orang-orang tertentu yang dapat menikmati fotografi, namun seiring dengan kemajuan teknologi masa kini, perlengkapan fotografi semakin mudah ditemui, sehingga banyak pihak yang mencoba untuk membuka usaha studio foto. Studio foto sendiri dapat diartikan sebagai tempat pemotretan yang digunakan oleh seorang fotografer menggunakan kamera, yang di dukung dengan fasilitas serta perlengkapan yang tersedia, untuk menghasilkan sebuah foto yang dapat memuaskan konsumen. Berbagai jenis promosi dan jenis paket pemotretan di sediakan dengan tujuan menarik perhatian dan memuaskan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.

Jenis usaha studio foto ini cukup menarik perhatian masyarakat. Hal tersebut tentunya menjadi sebuah tantangan untuk perusahaan, karena memicu daya saing yang semakin ketat antara perusahaan yang satu dengan yang lain. Perusahaan harus siap berkompetisi dengan perusahaan lain yang sejenis, salah satunya yaitu dengan menciptakan citra yang baik terhadap konsumen, memberikan kualitas pelayanan

yang baik serta meningkatkan inovasi dan kreatifitas guna menciptakan konsep foto yang berbeda yang dapat menarik perhatian konsumen dalam memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan agar terciptanya kepuasan konsumen.

Perusahaan harus bisa memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan dapat tercipta dengan adanya kesesuaian antara keinginan atau harapan dengan kenyataan yang ada. Banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Salah satunya yaitu dengan menyediakan kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang modern, berbagai macam promosi foto, dan masih banyak faktor lain yang dapat menciptakan kepuasan konsumen. Namun faktanya masih banyak perusahaan yang kurang peduli dengan kepuasan yang dirasakan konsumen, sehingga mengakibatkan kurangnya rasa puas konsumen dalam penggunaan jasa. Apabila konsumen merasakan ketidak puasan terhadap jasa pada suatu perusahaan, maka besar kemungkinannya tidak ada ketertarikan pada konsumen untuk menggunakan lagi jasa yang ditawarkan, yang akan menyebabkan turunnya keuntungan perusahaan atau bahkan terjadinya kerugian. Begitu pula sebaliknya, apabila konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan memberikan penilaian yang baik baik terhadap perusahaan, dan sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan tetap atau pelanggan dalam waktu yang lama.

Perusahaan harus cermat membentuk serta menciptakan *store image* yang baik terhadap konsumen, agar terciptanya kepuasan. *Store image* atau citra toko dapat menjadi penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan. Penilaian konsumen ini berbeda-beda, baik antar individu maupun antar kelompok. Ini berarti *store*

image dapat berupa persepsi positif maupun negatif tergantung dari kepuasan maupun kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen sehingga menciptakan persepsi yang berbeda-beda.

Store image atau citra toko dapat terbentuk dengan adanya pengalaman konsumen dengan perusahaan. Pengalaman ini dapat berupa pengalaman langsung maupun tidak langsung dalam berhubungan dengan perusahaan maupun pengguna jasa. Salah satu contoh pengalaman langsung yaitu konsumen yang datang ke lokasi perusahaan, dan mempunyai pengalaman langsung untuk menilai perusahaan, penilaian ini dapat dilihat dari sisi pelayanaannya, tata letak, suasana, kerapihan lokasi, serta masih banyak hal yang menjadi pertimbangan untuk penilaian dalam pengalaman langsung. Dengan adanya pengalaman, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat meninggalkan kesan ataupun persepsi mengenai baik buruknya suatu perusahaan sehingga konsumen dapat mempersepsikan citra terhadap suatu perusahaan.

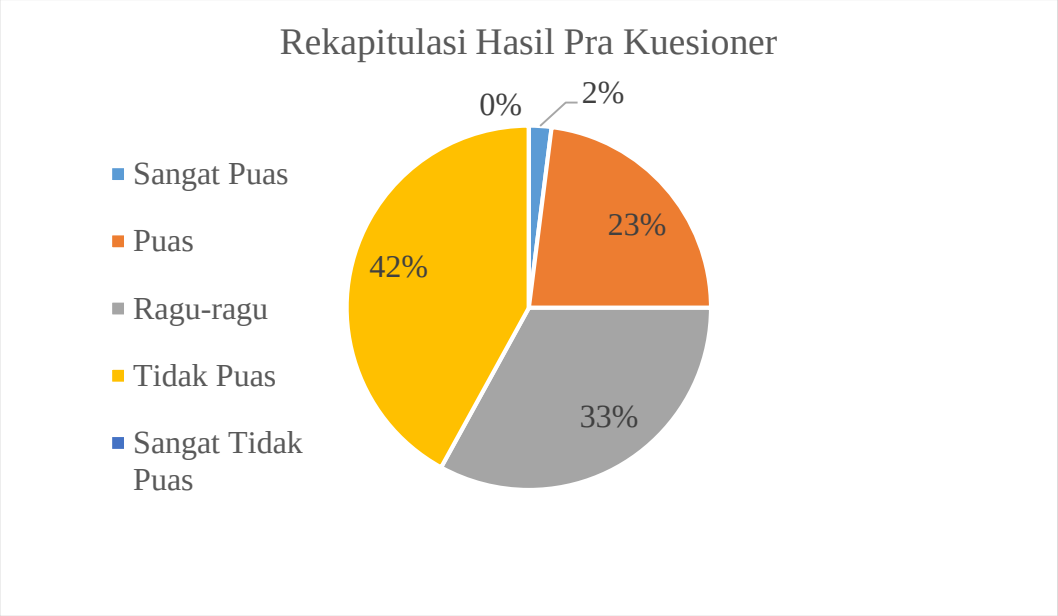
Faktor lain yang dapat menciptakan kepuasan konsumen yaitu *service quality* atau kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. Perusahaan perlu untuk memperhatikan *service quality* yang diberikan kepada konsumen. Perusahaan dapat melakukan peningkatan dalam hal *service quality*, peningkatan ini dapat dimulai dari beberapa hal, seperti peningkatan dalam segi kerapihan, keramahan karyawan, serta kesopanan karyawan saat menghadapi konsumen. Setiap perusahaan tentunya perlu untuk menawarkan *service quality* yang baik, agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Studio foto Tustel 110 merupakan studio foto yang ada di Sukabumi sebagai lokasi penelitian dengan nomor Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) 510 / 065 PK / II / KOPERINDAG. Studio Foto Tustel 110 mulai beroperasi pada bulan Mei 2011. Studio foto Tustle 110 menyediakan berbagai fasilitas serta paket dan promo dalam pelayanannya untuk menarik perhatian dan memuaskan konsumen. Fasilitasnya yaitu berupa berbagai macam *background* yang menarik untuk pemotretan agar menghasilkan *output* yang baik pula untuk konsumen. Selain dalam hal fotografi, studio foto Tustle 110 juga menjual beberapa *merchandise* seperti *frame* minimalis

Seiring berjalannya waktu banyak konsumen yang mengeluh serta merasa tidak puas dengan jasa studio foto Tustel 110 Sukabumi, ini mengakibatkan *store image* dari studio foto Tustle 110 menurun. Setiap perusahaan tentunya harus dapat menciptakan *store image* yang baik terhadap konsumen agar konsumen dapat memberikan penilaian serta kesan yang positif terhadap jasa studio foto yang telah digunakan, namun faktanya masih banyak konsumen yang merasa tidak puas terhadap jasa studio foto Tustel 110, sehingga konsumen memberikan penilaian kurang baik terhadap studio foto Tustel 110. Beberapa konsumen menilai bahwa konsep dari studio foto Tustel 110 belum modern dan masih dinilai kuno, sehingga menyebabkan ketidak puasan konsumen. Selain mempertahankan *store image* yang baik, perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen melalui pengadaan *service quality* yang baik, agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun faktanya banyak konsumen yang menilai *service quality* yang diberikan oleh studio foto Tustle 110 belum memenuhi harapan

konsumen. Hal tersebut berdampak terhadap timbulnya ketidakpuasan pada konsumen yang telah menggunakan jasa studio foto Tutel 110 Sukabumi.

Permasalahan tersebut didukung oleh hasil kuisioner pra penelitian yang disebarkan kepada 15 responden yang telah menggunakan jasa studio foto Tustel 110, yang dilakukan pada bulan November 2018 sebagai berikut:



(Sumber :Olah data peneliti, 2019)
Gambar 1.1 Rekapitulasi Hasil Pra Kuesioner

Hasil data tersebut mendukung persoalan yang diamati oleh peneliti, yang menyatakan bahwa adanya ketidakpuasan konsumen studio foto Tustel 110 Sukabumi. Hal ini diduga disebabkan oleh *store image* studio foto Tustel 110 yang kurang baik dimata konsumen, sehingga dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen, serta kurangnya *service quality* yang diberikan perusahaan terhadap konsumen yang telah menggunakan jasa studio foto Tustel 110 Sukabumi.

Dari permasalahan serta uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut permasalahan yang ada di studio foto Tustel 110 dan melakukan penelitian dengan judul, **"Analisis *Store Image* dan *Service Quality* Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Studio Foto Tustel 110 Sukabumi"**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menemukan sebuah permasalahan yaitu adanya ketidakpuasan konsumen yang disebabkan oleh adanya perbedaan ekspektasi dengan hasil yang diterima oleh konsumen. Selain itu permasalahan lainnya terlihat dari *store image* yaitu *atmosphere* studio foto yang kurang baik dimata konsumen. Ditambah lagi permasalahan *service quality* yang belum maksimal, yang disebabkan oleh kurangnya kehandalan karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen studio foto Tustel 110 Sukabumi.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengidentifikasi serta menganalisis masalah pada *store image* dan *service quality* serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

1.2.2.1 Bagaimana gambaran *store image* pada studio foto Tustel 110 Sukabumi?

1.2.2.2 Bagaimana gambaran *service quality* pada studio foto Tustel 110 Sukabumi?

1.2.2.3 Bagaimana gambaran kepuasan konsumen pada studio foto Tustel 110 Sukabumi?

1.2.2.4 Seberapa besar pengaruh *store image* dalam meningkatkan kepuasan konsumen di studio foto Tustel 110 Sukabumi?

1.2.2.5 Seberapa besar pengaruh *service quality* dalam meningkatkan kepuasan konsumen di studio foto Tustel 110 Sukabumi?

1.2.2.6 Seberapa besar pengaruh *store image* dan *service quality* dalam meningkatkan kepuasan konsumen di studio foto Tustel 110 Sukabumi?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1.3.1.1 Untuk mengetahui gambaran *store image* pada studio foto Tustel 110 Sukabumi

1.3.1.2 Untuk mengetahui gambaran *service quality* pada studio foto Tustel 110 Sukabumi

1.3.1.3 Untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen pada studio foto Tustel 110 Sukabumi

1.3.1.4 Untuk mengetahui besarnya pengaruh *store image* dalam meningkatkan kepuasan konsumen studio foto Tustel 110 Sukabumi

1.3.1.5 Untuk mengetahui besarnya pengaruh *service quality* dalam meningkatkan kepuasan konsumen studio foto Tustel 110 Sukabumi

1.3.1.6 Untuk mengetahui besarnya pengaruh *store image* dan *service quality* dalam meningkatkan kepuasan konsumen studio foto Tustel 110 Sukabumi.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, peneliti berharap dapat memberikan sebuah kontribusi yang positif dalam segi pemikiran, ilmu pengetahuan mengenai pengaruh *store image* dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen pada studio foto Tustel 110 Sukabumi, serta beberapa kegunaan lain diantaranya:

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Menerapkan teori, serta sebagai pengetahuan tambahan untuk meningkatan pemahaman mengenai *store image* dan *service quality*. Serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai topik bahasan yang sejenis di masa yang akan datang.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama :

1.3.2.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti terutama manajemen pemasaran dan perilaku konsumen yaitu mengenai *store image* dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen. Serta

melatih peneliti untuk bisa menerapkan teori-teori yang diperoleh dari hasil perkuliahan

1.3.2.2.2 Bagi Perusahaan

Peneliti berharap penelitian bisa membantu dalam memecahkan permasalahan yang ada dalam perusahaan khususnya mengenai kepuasan konsumen. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa dijadikan sumber informasi yang baik bagi perusahaan, dan bisa membuat perusahaan menjadi lebih baik lagi.

1.3.2.2.3 Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan menjadi referensi bagi mahasiswa atau mahasiswi yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Disamping itu dapat memberikan informasi, wawasan, dan pengetahuan yang cukup bagi pembaca dalam menerapkan strategi pemasaran

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Peneliti menetapkan tempat penelitian di Jalan R. A. Kosasih No.48, Cisarua, Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat

1.4.2 Lamanya Penelitian

Peneliti melakukan penelitian dengan jangka waktu yang terhitung dari bulan November 2018 - Juli 2019. Peneliti melakukan beberapa tahapan penelitian mulai dari persiapan sampai dengan pengujian.

Tabel 1.2 Jadwal Kegiatan Penelitian Tahun 2019

No.	Kegiatan	2018								2019																											
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I.	**Tahap Persiapan**																																				
1.	Studi Kepustakaan																																				
2.	Pengajuan Judul																																				
3.	Penentuan Perusahaan																																				
4.	Bimbingan Usulan Penelitian																																				
5.	Seminar Usulan Penelitian																																				
II.	**Tahap Penelitian**																																				
1.	Pengumpulan Data Dokumentasi																																				
III.	**Tahap Penyusunan**																																				
1.	Pengolahan Data																																				
2.	Analisis Data																																				
3.	Penyusunan Skripsi																																				
IV.	**Tahap Perbaikan**																																				
1.	Bimbingan Skripsi																																				
2.	Sidang Skripsi																																				
3.	Perbaikan Skripsi																																				