

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi semua bisnis, tidak memandang bisnis tersebut besar maupun kecil. Apabila dalam suatu bisnis tidak adanya pemasaran, maka pelanggan tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualannya menjadi rendah. Pemasaran merupakan salah satu dari seluruh kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan guna mempertahankan kelangsungan usahanya, berkembang dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga pelanggan mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2017) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Venkatesh dan Penaloza yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2017) pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan..

Inti dari pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Kegiatan dalam pemasaran terjadi guna menentukan kebutuhan dan keinginannya dengan cara tertentu yang disebut pertukaran. Dari definisi diatas dapat juga dijelaskan bahwa arti pemasaran jauh lebih luas daripada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang perlu dipuaskan, menentukan produk, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk pelanggan. Jadi kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem. Agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai maka diperlukan keahlian daripada pengelola perusahaan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Inti dari setiap kesuksesan bisnis terletak pada teknik pemasaran dan juga pengeolaan manajemen nya. Dalam menawarkan sebuah produk / jasa, pelaku harus benar – benar memperhatikan segala aspek mulai dari harga, kualitas, dan harus menjalin komunikasi yang baik terhadap pelanggan dengan tujuan mendapatkan testimoni dan apresiasi dari pelanggan. Maka dari itu, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan pengelolaan manajemen pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha khususnya jasa fotografi ini. Karena untuk menarik pelanggan diperlukan komunikasi yang baik untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan ( terdiri dari pengorganisasian, pengarahan, dan mengkoordinir ) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Didalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan analisis yang dilakukan untuk

mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya. Sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada pelanggan jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau pelanggan mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Dharmmesta & Handoko, 1982).

Perusahaan yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat di dalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut "Konsep Pemasaran". Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan berorientasi kepada kebutuhan pelanggan. Hal ini secara asasi berbeda dengan falsafah bisnis terdahulu yang berorientasi pada produk, dan penjualan. Secara definitif dapatlah dikatakan bahwa: Konsep Pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan pelanggan merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Stanton, 1978). Tiga unsur konsep pemasaran: Orientasi pada Pelanggan; Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral, dan Kepuasan Pelanggan.

Tujuan manajemen pemasaran salah satunya adalah menciptakan permintaan (demand) melalui berbagai cara. Membuat cara yang berhubungan untuk mengetahui selera pelanggan dan preferensi pelanggan terhadap barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Saat ini, Kemajuan

teknologi dalam bidang pemasaran serta perubahan lingkungan sangatlah pesat, pebisnis melakukan perubahan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam serta mempertahankan pelanggan menghadapi persaingan bisnis, macam usaha dilakukan dimulai dari promosi yang dibuat semenarik mungkin hingga mutu pelayanan yang sangat diperhatikan guna mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Selain itu, harga yang ditawarkan atas produk atau jasa pun harus sesuai dengan apa yang didapatkan pelanggan. Perusahaan atau pun pebisnis sekarang ini diharuskan untuk bekerja cepat dan bergerak sigap untuk meningkatkan kinerja usaha dan juga kualitas yang ditawarkan, hal ini membuat pengusaha harus benar – benar kreatif dan inovatif dalam mempertahankan produk dan jasa agar diterima oleh pelanggan contohnya saja pada salah satu usaha dibidang jasa yaitu fotografi.

Menurut Tjiptono (2015) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013) Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Kemudian menurut Kotler dan Keller (2017) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal penulis masih terdapat masalah mengenai Kepuasan Pelanggan, hal ini dapat diketahui dari hal Kepuasan Pelanggan yang ditandai dengan masih adanya keluhan dari sebagian pelanggan



atas keterlambatan waktu dalam pencetakan foto yang akan diberikan kepada pelanggan. Hal tersebut dapat membuat sebagian pelanggan mencari jasa foto lainnya.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap pelaku usaha, selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan usaha, memuaskan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk / jasa yang ditawarkan cenderung akan kembali di kemudian hari.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam berbisnis karena berpengaruh terhadap penjualan produk / jasa sebuah bisnis. Dalam mempertahankan kelangsungan usaha, semua pelaku usaha berlomba – lomba dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan baik itu dari segi harga, pelayanan, hingga hal – hal lainnya yang dapat memberikan pengalaman dan kesan yang baik kepada pelanggan guna membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Di zaman sekarang ini, jasa fotografi sangat diperlukan untuk mengabadikan berbagai moment yang dapat dijadikan sebagai kenangan dan disimpan untuk masa yang akan datang. Untuk itu, perkembangan fotografi saat ini cukup pesat dan banyak orang – orang tertarik dalam menjalankan bisnis dibidang fotografi ini. Banyak yang membuka studio foto dan juga banyak yang berkerja sebagai freelancer fotografi. Berkembangnya jumlah usaha di bidang photography di kerinci khususnya di desa siulak deras mudik tentu membuat persaingan menjadi sangat ketat. Pelanggan akan dihadapkan dengan beberapa pilihan. Dalam menentukan pilihan tentu pelanggan akan melihat dari berbagai sisi sebelum menentukan jasa mana yang akan dipakai. Apabila pelanggan merasa puas dalam memakai suatu

jasa, maka berkemungkinan besar pelanggan tersebut akan kembali memakai jasa atau merekomendasikannya kepada pelanggan baru.

Banyak hal yang dapat membuat pelanggan merasa kurang puas terhadap jasa yang diberikan. Bisa jadi dikarenakan oleh testimoni atau pengalaman belanja orang lain yang kurang baik sehingga membuat pelanggan baru terpengaruhi, atau pun karena kurang puasnya pelanggan terhadap produk dikarenakan harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan kualitas produk yang didapat. Kemudian bisa juga disebabkan oleh pelayanan yang didapat oleh pelanggan kurang baik, sehingga ketika pelanggan menggunakan jasa tidak sesuai dengan informasi yang didapat akan menimbulkan rasa kurang puas di dalam diri pelanggan. Informasi ini bisa didapat melalui promosi – promosi yang ada maupun dari testimoni – testimoni orang lain.

**Tabel 1.1**

**Daftar Pesaing Queen Photography**

<b>No.</b>	<b>Nama Pesaing</b>	<b>Alamat</b>
1.	Shif Photostudio	Siulak Deras Mudik
2.	Fauzi Photography	Siulak Tenang
3.	Jayan Picture	Kayu Aro
4.	Ibnu Picture	Siulak
5.	Sep Photography	Pasar Senen Siulak

Sumber : Observasi Lapangan 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan pesaing tidak hanya berasal dari desa siulak deras mudik saja, melainkan juga datang dari luar desa siulak deras mudik. Hal tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya pesaing tersebut menuntut pihak pengelola Queen Photography untuk menciptakan strategi yang baik agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan dengan jasa photography lainnya dengan tujuan utama memberikan kepuasan terhadap pelanggan sesuai dengan minat dan keinginan pelanggan.

Hal terpenting yang wajib diperhatikan setiap pelaku usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah membangun kepercayaan dan kenyamanan dari pelanggan tersebut. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography adalah sebagai berikut : Menurut Lupiyoadi (2001) ada lima faktor utama yang perlu di perhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional Pelanggan, Biaya dan Kemudahan. Menurut Zeithaml.et al.(2003), faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : Product and service features (fitur produk dan layanan), Consumer emotions (perasaan pelanggan), Attributes for service success or failure (atribut untuk keberhasilan atau kegagalan layanan), Perceptions of equity or fairness (persepsi dari keadilan dan kewajaran), Perceptions of other consumers (Persepsi orang lain).

**Tabel 1.2**  
**Data Pengguna dan Jenis Jasa Foto yang ditawarkan**  
**Queen Photography**  
**( Tahun 2021 – 2023 )**

No.	Jenis Jasa / Produk	2021 - 2023	
		( Jun – Nov )	( Des – Mei )
1.	Pre wedding	8	5
2.	Wedding	7	10
3.	Baby Potrait	10	15
4.	Photobooth	5	6
5.	Pas Foto	67	130
	<b>Jumlah pengguna</b>	<b>97</b>	<b>166</b>

Sumber : Queen Photography

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat dilihat adalah bahwa jumlah pelanggan pada setiap penggunaan paket dan layanan foto pada Queen Photography dari tahun 2021 – 2023 mengalami peningkatan. Jasa yang paling banyak diminati adalah Pas Foto. Meskipun mengalami peningkatan dari tahun 2021 – 2023, pada kenyataannya masih banyak terdapat kekurangan misalnya pada paket foto pre wedding yang mengalami penurunan dan dinilai masih belum memenuhi tuntutan dan harapan pelanggan. Berbagai keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung pun kerap diberikan kepada pihak queen photography sebagai bukti akan hal tersebut. Maka tidaklah heran masalah kepuasan mendapat perhatian besar dan berulang kali dibicarakan oleh pelanggan maupun pihak queen photography itu



sendiri. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap pemakaian jasa, jika harapan pelanggan tidak terpenuhi maka hal tersebut membuat minat pelanggan berkurang. Kemudian masalah harga dan pelayanan yang diberikan juga berdampak dalam kepuasan pelanggan. Jika hal tersebut tidak sejalan, maka kepuasan tidak akan didapatkan oleh pelanggan.

Menurut Kotler (2019) Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2016) menyebutkan bahwa harga merupakan satu - satunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Kemudian menurut Kotler & Amstrong (2016) "Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service ". (harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa). Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan pelanggan saat melakukan pembelian. Sebagian pelanggan bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai. Berdasarkan definisi tersebut ditegaskan bahwa harga merupakan faktor penting bagi perusahaan, karena harga akan mendatangkan pendapatan bagi perusahaan dan mendorong perkembangan perusahaan yang berkelanjutan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang akan melayani pelanggan sebagai proses pertukaran barang atau jasa (Lusia, Suciati, & Setiowati, 2016).

Tabel 1.3

## Daftar Harga Pesaing Queen Photography

No.	Nama Pesaing	Daftar Harga Paket			
		Pra Wedding	Wedding	Baby Potrait	Pas Foto
1.	Queen Photography	Rp1.000.000	Rp1.800.000	Rp850.000	Rp25.000
2.	Shif Photostudio	Rp 750.000	Rp1.000.000	Rp300.000	Rp20.000
3.	Fauzi Photography	Rp800.000	Rp1.000.000	Rp300.000	Rp20.000
4.	Jayan Picture	Rp1.000.000	Rp1.200.000	-	-
5.	Ibnu Picture	Rp 700.000	Rp1.000.000	Rp400.000	Rp20.000
6.	Sep Photography	Rp2.500.000	Rp2.500.000	-	Rp 25.000

Sumber Observasi Lapangan 2023

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk / jasa yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan akan sangat berpengaruh dengan kualitas produk yang kita berikan. Hal tersebut berhubungan langsung dengan kepuasan yang akan didapat oleh pelanggan. Jika harga dan kualitas yang ditawarkan sesuai, maka pelanggan akan merasa puas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan pelanggan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula (Tjiptono, 2005). Dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, pelanggan membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi. Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh pelanggan

sehingga Queen Photography perlu benar - benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap pelanggan. Kualitas produk / jasa harus lah benar – benar setimpal dengan harga yang akan dibayar oleh pelanggan. Dan hal tersebut akan membuat pelanggan merasa puas atas nominal yang ia keluarkan.

Menurut Lupiyoadi (2013) Kualitas pelayanan adalah keuntungan eksternal yang dimaksud dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu barang (jasa), yaitu di mana kualitas produk (jasa) yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah “ Keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”. Kemudian menurut Fandy Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kesenjangan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Menelusuri arti pelayanan tidak lepas dari masalah kepentingan umum, yang menjadi asal usul timbulnya istilah pelayanan publik. Dengan kata lain antara kepentingan umum ada kaitannya dengan pelayanan umum. Dalam dunia bisnis dengan persaingan banyak perusahaan yang memberikan produk dan kualitas yang saling bersaing.

Fenomena yang terlihat pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik terkait dengan Kualitas Pelayanan yaitu kemampuan melayani pelanggan terkadang bisa dikatakan masih belum maksimal karena tenaga kerja yang sedikit membuat komunikasi dengan pelanggan dinilai masih kurang. Hal tersebut dapat membuat pelanggan merasa kurang nyaman. Dalam situasi yang seperti ini, maka yang paling menentukan adalah jasa foto mana yang dapat menghasilkan pelayanan yang terbaik. Dengan melayani pelanggan dengan ramah dan memberikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan produk yang akan diberikan akan membuat pelanggan merasa nyaman untuk memakai jasa yang kita tawarkan. Penyedia jasa seperti Queen Photography ini harus bisa membuat pelanggan merasa nyaman dan dekat dengan mereka agar pelanggan dapat percaya dan bebas berekspresi dalam sesi foto, tentu hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap hasil foto yang akan diberikan. Memuaskan pengguna jasa sebenarnya adalah memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka sebagai pembeli pelayanan maka dihadapkan pada tantangan untuk dapat memenuhi kebutuhan pengguna jasa. Menurut Griffith (2014), Testimoni adalah cara yang digunakan pemasar untuk membangun kepercayaan pelanggan. Informasi yang disajikan seorang testimoni harus memihak kepada orang banyak dan bukan untuk kepentingan pribadi. Sedangkan Menurut Setiawati (2015) Testimoni merupakan cara untuk membangun kredibilitas, informasi yang dipublikasikan di media sosial harus memihak kepada orang banyak dibandingkan dengan kepentingan pribadi. Kemudian menurut Kotler (2017), persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan masukan - masukan informasi untuk



menciptakan suatu gambaran yang bermakna tentang dunia. Testimoni membantu pelanggan untuk memutuskan menggunakan produk/jasa karena mendapatkan rekomendasi dari pihak ketiga dan hal itu akan bisa membuat lebih meyakinkan ketika ada seorang pelanggan yang sudah menggunakan produk/jasa yang membagi pengalamannya. Testimonial atau dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah testimonium pada dasarnya adalah pengakuan atau dukungan terhadap suatu bisnis dari pelanggan yang puas. Maka dari itu, produk, harga, dan pelayanan harus benar – benar diperhatikan selaku pelaku usaha yang menawarkan jasa karena testimoni dari pelanggan akan sangat mempengaruhi pandangan calon pelanggan lain dan berdampak pada kelangsungan usaha. Pengalaman orang lain akan mempengaruhi minat dan persepsi pelanggan baru. Faktor inilah yang nantinya akan menentukan pengalaman belanja yang ia dapatkan. Hal ini dikarenakan pelanggan akan langsung membandingkan testimoni orang lain dengan pengalaman yang didapatkan sendiri. Apabila ia juga menerima pengalaman baik sama seperti orang lain, maka ia juga akan merasa puas dan selalu memilih produk Anda di antara pesaing-pesaing lainnya.

Fenomena yang terlihat adalah adanya pengakuan dari pelanggan bahwa mereka datang memakai jasa karena rekomendasi dari pihak ketiga yang meyakinkan mereka dan juga telah memakai jasa Queen Phototgraphy ini dan merasa puas akan jasa yang diberikan.

Permasalahan yang timbul adalah mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, dan Testimoni orang lain yang nantinya akan berdampak terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik.

Dari beberapa latar belakang fenomena yang terjadi pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik maka terdapat fenomena yang menarik untuk dilakukan penelitian. Dan juga penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana (2016) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. TOI.

Penelitian yang dilakukan oleh Retno Wulansari (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada indoApril cabang Pondok Ranji menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan indoApril kawasan Pondok Ranji.

Penelitian yang dilakukan oleh Riri Oktarini (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Aplikasi GOJEK di Kota Tangerang.

Dan terakhir Penelitian yang dilakukan oleh Susan Novitasari Khadijah dan Ika Ayu Dianasari (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik menunjukkan bahwa Persepsi Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “ **PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN TESTIMONI ORANG LAIN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA FOTO QUEEN PHOTOGRAPHY DESA SIULAK DERAS MUDIK** “.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Harga, Kualitas Pelayanan, dan Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara simultan dan seberapa besar pengaruhnya ?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik secara simultan dan seberapa besar pengaruhnya.

### 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pihak yang berkepentingan antara lain :

1. Manfaat akademis
  - Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan wacana bisnis terutama dalam Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan.



- Untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan tentang pemasaran khususnya tentang Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Untuk menambah referensi bagi peneliti dimasa yang akan datang dan juga berguna bagi pihak yang berkepentingan.

## 2. Manfaat praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak Manajemen Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik.
- Bagi penulis, sebagai alat mentransformasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah serta untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Testimoni orang lain terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara langsung atau secara tidak langsung pada pengguna jasa foto Queen Photography di Desa Siulak Deras Mudik.

