

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fotografi merupakan salah satu bentuk seni visual yang memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Melalui fotografi, momen-momen berharga dapat diabadikan, baik untuk keperluan pribadi maupun profesional. Fotografi telah berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi, memungkinkan fotografer untuk lebih kreatif dalam menangkap dan mengedit gambar. Dengan semakin mudahnya akses terhadap kamera digital dan perangkat lunak pengolah gambar, industri fotografi mengalami pertumbuhan yang pesat dan semakin beragam dalam aplikasinya.

Oleh karena itu, kehadiran seorang fotografer menjadi elemen yang sangat penting dalam dunia fotografi, karena merekalah yang mampu menghadirkan sentuhan artistik dan keunikan tersendiri dalam setiap jepretan. Keunikan gaya dan pendekatan yang dimiliki oleh seorang fotografer sering kali mampu membangkitkan minat dan ketertarikan seseorang untuk menggunakan jasa dalam suatu brand fotografi.

Profesi fotografer memiliki berbagai spesialisasi yang mencakup fotografi pernikahan, komersial, jurnalistik, fashion, arsitektur, hingga fotografi seni. Fotografi pernikahan, misalnya, berfokus pada mendokumentasikan momen spesial dalam pernikahan dan menjadi salah satu layanan yang paling banyak

diminati. Sementara itu, fotografi komersial digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan citra produk dan layanan mereka, sering kali digunakan dalam iklan, katalog, dan promosi digital. Dalam bidang jurnalistik, fotografer berperan dalam menangkap momen penting yang menjadi bagian dari berita dan informasi global. Fotografi fashion banyak digunakan dalam industri mode untuk menampilkan koleksi terbaru desainer melalui media cetak maupun digital, sedangkan fotografi seni menjadi medium ekspresi individu yang mencerminkan gagasan dan emosi tertentu dalam karya visual.

Hal ini membuka peluang besar bagi munculnya usaha jasa fotografi yang kreatif, profesional, dan relevan dengan kebutuhan pasar. Seorang fotografer kini tidak hanya dituntut untuk menguasai peralatan dan teknik pengambilan gambar, tetapi juga harus mampu memahami karakter klien, merancang konsep visual yang menarik, serta memberikan pengalaman layanan yang memuaskan. Fotografer yang mampu menghadirkan pendekatan personal dan hasil yang konsisten memiliki peluang lebih besar untuk membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang.

Selain itu, dengan dukungan teknologi digital dan platform online, promosi usaha fotografer kini menjadi jauh lebih mudah dan efisien. Portfolio dapat ditampilkan melalui website atau media sosial, interaksi dengan calon pelanggan bisa dilakukan secara langsung, dan pemesanan jasa pun bisa berjalan secara digital tanpa harus bertatap muka secara fisik.

Melihat tren dan kebutuhan pasar yang terus berkembang, usaha fotografer

memiliki prospek yang cerah di masa kini maupun masa depan. Dengan menggabungkan keterampilan teknis, kreativitas, dan strategi pemasaran yang tepat, usaha ini dapat menjadi peluang bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan kepuasan secara personal dan profesional bagi pelakunya.

Sayhello Picture merupakan sebuah brand jasa fotografi yang resmi didirikan pada tahun 2018 oleh Hardi Susilo sebagai pemilik. Lahir dari kecintaan sang pendiri terhadap dunia fotografi, brand ini berawal dari sebuah hobi yang kemudian berkembang menjadi sebuah usaha profesional. Hardi Susilo memiliki ketertarikan yang besar dalam mengabadikan momen-momen berharga melalui lensa kamera, yang kemudian mendorongnya untuk membangun Sayhello Picture sebagai wadah untuk menyalurkan passion-nya sekaligus memberikan layanan fotografi berkualitas kepada masyarakat.

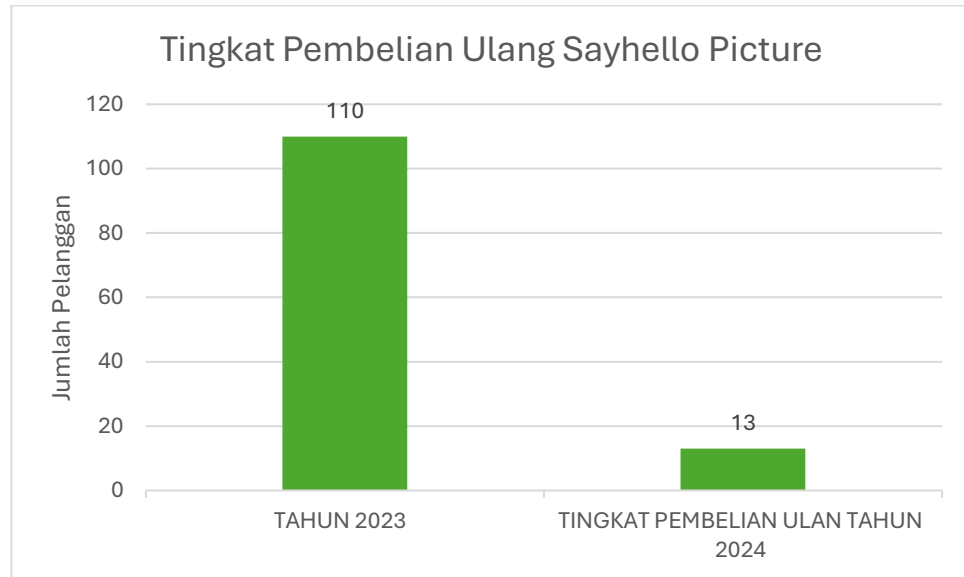
Dalam perjalanan bisnisnya, Sayhello Picture terus mengalami perkembangan dengan fokus pada penyediaan layanan fotografi yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga mampu menangkap esensi dari setiap momen. Berbagai jenis pemotretan telah menjadi bagian dari layanan yang ditawarkan, mulai dari sesi foto pribadi, *prewedding*, pernikahan, Wisuda, hingga kebutuhan komersial seperti fotografi produk dan branding bisnis. Setiap hasil jepretan yang dihasilkan tidak hanya sekadar gambar, tetapi juga sebuah cerita yang memiliki nilai estetika dan emosional yang mendalam.

Komitmen Sayhello Picture dalam menghadirkan hasil terbaik tercermin dari

dedikasi tim yang profesional serta penggunaan peralatan fotografi yang canggih dan modern. Dengan mengutamakan kepuasan pelanggan, Sayhello Picture selalu berusaha memberikan pengalaman fotografi yang menyenangkan dan hasil yang memuaskan. Setiap klien diberikan pelayanan yang personal dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka, sehingga setiap proyek yang dikerjakan memiliki sentuhan khas yang unik dan berkesan.

Selain berfokus pada layanan fotografi, Sayhello Picture juga aktif dalam mengembangkan kreativitas melalui berbagai proyek dan kolaborasi dengan fotografer lain, brand, serta komunitas kreatif. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk terus memperluas wawasan dan inovasi dalam dunia fotografi, sehingga Sayhello Picture tetap relevan dan mampu mengikuti perkembangan tren visual yang terus berubah.

Keberhasilan Sayhello Picture dalam membangun reputasi sebagai brand fotografi yang terpercaya tidak lepas dari kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap kualitas. Dengan pengalaman yang terus bertambah serta semangat untuk terus berkembang, Sayhello Picture siap untuk menghadirkan lebih banyak karya fotografi yang tidak hanya indah dipandang, tetapi juga memiliki makna mendalam bagi setiap pelanggan yang mempercayakan momen berharga mereka kepada Sayhello Picture.



(Sumber : Laporan Keuangan Sayhello Picture)

Gambar 1

Tingkat Pembelian ulang SayHello Picture pada tahun 2024:

Berikut adalah grafik batang yang menunjukkan jumlah pelanggan SayHello Picture pada tahun 2023 dan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian ulang di tahun 2024. Grafik ini membantu menggambarkan secara visual tingkat retensi pelanggan, yaitu 13 dari 110 pelanggan (sekitar 11,82%).

Peneliti telah melakukan pra survey terhadap 37 responden pengguna layanan Sayhello Picture dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Ulang.

Tabel 1

Hasil Pra Survey Minat Pembelian ulang

| No. | Pertanyaan | Jawaban | |
|-----|---|---------|-----------|
| | | YA (%) | TIDAK (%) |
| 1. | Apakah besar kemungkinan Anda akan menggunakan kembali layanan SayHello Picture di masa mendatang? | 20 | 80 |
| 2. | Apakah Anda akan tetap memilih Sayhello Picture meskipun ada layanan serupa dari penyedia lain? | 28,57 | 71,43 |
| 3. | Apakah Anda pernah mencari informasi lebih lanjut mengenai layanan atau paket terbaru dari Sayhello Picture? | 22,86 | 77,14 |
| 4. | Apakah Anda bersedia merekomendasikan SayHello Picture kepada teman atau keluarga setelah menggunakan layanannya? | 20 | 80 |
| 5. | Apakah Anda akan kembali menggunakan layanan SayHello Picture jika kualitas layanan tetap terjaga? | 14,29 | 85,71 |

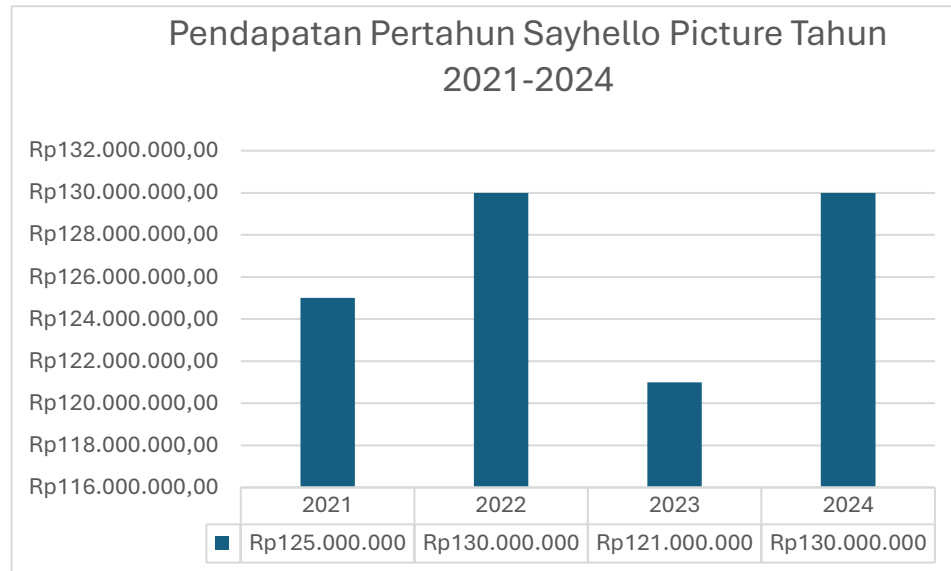
(Sumber : data primer penelitian, diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil prasurvei, minat beli ulang konsumen terhadap Sayhello Picture masih tergolong rendah. Hanya 20% responden yang berpeluang menggunakan kembali layanan, sementara 80% lainnya ragu. Sebanyak 28,57% responden tetap memilih Sayhello Picture meskipun ada penyedia lain, sedangkan 71,43% memilih alternatif lain. Ketertarikan mencari informasi layanan atau paket terbaru juga rendah, yaitu 22,86%, serta hanya 20% responden yang bersedia merekomendasikan kepada orang terdekat.

Bahkan ketika kualitas layanan dipertahankan, hanya 14,29% responden yang menyatakan akan membeli ulang, sementara 85,71% tidak berkomitmen. Hal ini menegaskan bahwa Sayhello Picture masih menghadapi tantangan besar dalam membangun loyalitas dan minat beli ulang konsumen.

Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak memiliki minat beli ulang, dan perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas

layanan, kepuasan pelanggan, dan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan loyalitas pengguna ke depannya.



(Sumber : Laporan Keuangan Sayhello Picture)

Gambar 2

Penghasilan Pertahun Sayhello tahun 2021-2024:

Berdasarkan grafik pendapatan tahunan Sayhello Picture (2021-2024), dapat disimpulkan bahwa:

Selama periode 2021–2024, pendapatan SayHello Picture menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Pendapatan meningkat dari tahun 2021 ke 2022 dan mencapai titik tertinggi, yang mencerminkan pertumbuhan bisnis yang baik dan kemungkinan didukung oleh meningkatnya permintaan atau strategi pemasaran yang efektif. Namun, pada tahun 2023 tren tersebut tidak berlanjut karena pendapatan mengalami penurunan tajam hingga menjadi yang terendah dalam periode pengamatan, yang diduga

dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan persaingan. Pada tahun 2024, pendapatan kembali mengalami peningkatan yang cukup signifikan, meskipun belum sepenuhnya menyamai capaian tahun 2022, namun sudah menunjukkan arah pemulihan dan indikasi kebangkitan bisnis.

Tabel 2
Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian

| No. | Pertanyaan | Jawaban | |
|-----|--|---------|-----------|
| | | YA (%) | TIDAK (%) |
| 1. | Apakah Anda mempertimbangkan jenis layanan fotografi yang ditawarkan sebelum memilih fotografer? | 91,43 | 8,57 |
| 2. | Apakah kualitas layanan memengaruhi keputusan Anda untuk memilih Sayhello Picture? | 80 | 20 |
| 3. | Apakah Anda memilih jasa fotografi berdasarkan reputasi atau nama brand fotografer tertentu? | 77,14 | 22,86 |
| 4. | Apakah fleksibilitas waktu dari Sayhello Picture membantu Anda dalam menentukan waktu pembelian layanan? | 74,29 | 25,71 |
| 5. | Apakah Anda menggunakan layanan Sayhello Picture karena proses pemesanan melalui WhatsApp sangat mudah? | 80 | 20 |

(Sumber : data primer penelitian, diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil prasurevei terhadap 35 responden, konsumen mempertimbangkan beberapa aspek sebelum menggunakan jasa fotografi Sayhello Picture. Jenis layanan menjadi faktor utama dengan 91,43% responden menyatakan berpengaruh, diikuti kualitas layanan dan kemudahan pemesanan melalui WhatsApp masing-masing sebesar 80%. Selain itu, 77,14% responden mempertimbangkan nama brand atau citra fotografer, serta 74,29% menilai fleksibilitas waktu sebagai faktor penting.

Secara keseluruhan, keputusan pembelian dipengaruhi oleh kombinasi jenis

layanan, kualitas, reputasi, fleksibilitas, dan kemudahan akses. Namun, meskipun jenis layanan paling dominan, aspek lain tersebut belum sepenuhnya memberikan pengaruh yang kuat bagi seluruh responden.

SayHello Picture menawarkan layanan fotografi dan videografi yang beragam untuk mengabadikan berbagai momen penting secara kreatif dan personal. Layanan yang disediakan mencakup *pre-wedding* dan pernikahan, dokumentasi acara keluarga, pemotretan produk, serta pembuatan video promosi dan dokumentasi bisnis. Dengan dukungan tim profesional dan peralatan modern, SayHello Picture menghasilkan karya visual yang estetik, komunikatif, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta karakter setiap klien.



Gambar 3 Foto *PreWedding*



Gambar 4 Foto *Wedding*



Gambar 5 Foto Engagement

Gambar 5 Foto *Engagement*

Gambar 6 Foto *Graduation*

SayHello Picture merupakan penyedia jasa fotografi yang berlokasi di daerah Bogor, namun memiliki jangkauan layanan yang luas mencakup seluruh wilayah Jabodetabek. Ephoto serta Yubimoto yang memiliki lokasi di daerah Depok namun memiliki jangkauan wilayah Jabodetabek. Ketiga penyedia jasa ini meskipun berbeda lokasi, sama-sama menawarkan fleksibilitas dalam menjangkau klien dari berbagai kota di Jabodetabek. Dengan cakupan layanan yang luas ini, mereka mampu memenuhi kebutuhan fotografi untuk berbagai keperluan, baik personal maupun profesional, tanpa terbatas oleh batas geografis. Hal ini menjadi nilai tambah yang memperkuat daya saing masing-masing brand dalam industri fotografi yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil observasi awal diperoleh harga seperti List Price pada tabel

dibawah ini

Tabel 3
Perbandingan Harga Sayhello Picture, Ephoto, dan Yubimoto

| PRICELIST | SayHello Picture | Ephoto | Yubimoto |
|---------------------------|-------------------------|---------------|-----------------|
| <i>PREWEDDING PACKAGE</i> | Rp. 3.000.000 | Rp. 2.000.000 | Rp.3.000.000 |
| | Rp. 2.000.000 | Rp.1.000.000 | Rp. 2.500.000 |
| <i>WEDDING PACKAGE</i> | RP. 5.500.000 | Rp. 3.500.000 | Rp. 5.000.000 |
| | Rp.4.500.000 | Rp. 4.500.000 | Rp. 4.000.000 |
| <i>ENGAGEMENT PACKAGE</i> | Rp. 1.500.000 | Rp. 2.000.000 | Rp. 2.500.000 |
| | Rp.2.500.000 | Rp.1.000.000 | Rp. 2.000.000 |
| <i>GRADUATION PACKAGE</i> | Rp. 400.000 | Rp. 500.000 | Rp. 450.000 |
| | Rp. 500.000 | | Rp. 550.000 |

(Sumber: Pricelist dari Ketiga Brand Tersebut)

Perbandingan harga antara SayHello Picture, Ephoto, dan Yubimoto menunjukkan perbedaan strategi penetapan harga. SayHello Picture memposisikan diri sebagai penyedia layanan premium, terutama pada paket *prewedding* dan *wedding* yang memiliki harga tertinggi, namun menawarkan harga paling terjangkau pada paket *engagement* dan *graduation* untuk menarik konsumen muda atau baru. Ephoto menetapkan harga paling ekonomis di hampir semua kategori, sehingga cocok bagi pelanggan yang mengutamakan keterjangkauan. Sementara itu, Yubimoto berada di posisi tengah dengan harga yang relatif stabil, mencerminkan upaya menyeimbangkan kualitas dan harga. Perbedaan ini menunjukkan segmentasi pasar yang berbeda dan pentingnya harga dalam persaingan jasa fotografi.

Tabel 4
Hasil Pra Survey Harga

| No. | Pertanyaan | Jawaban | |
|-----|---|---------|-----------|
| | | YA (%) | TIDAK (%) |
| 1. | Apakah Anda merasa harga jasa fotografi Sayhello Picture lebih tinggi dibandingkan penyedia jasa sejenis? | 68,57 | 31,43 |
| 2. | Harga yang ditawarkan Sayhello Picture membuat ragu untuk membeli layanan? | 62,86 | 37,14 |
| 3. | Apakah Anda menggunakan jasa fotografi Sayhello Picture jika mereka memberikan promo atau diskon? | 80 | 20 |
| 4. | Harga menjadi pertimbangan utama dalam memilih jasa fotografi? | 71,43 | 28,57 |
| 5. | Harga yang ditawarkan Sayhello Picture sesuai dengan hasil foto yang diterima?. | 34,29 | 65,71 |

(Sumber : data primer penelitian, diolah tahun 2025)

Berdasarkan kuesioner terhadap 35 responden, mayoritas responden 68,57% menilai harga jasa fotografi Sayhello Picture lebih tinggi dibandingkan pesaing, sehingga 62,86% merasa ragu untuk melakukan pembelian. Meski demikian, promo atau diskon memiliki daya tarik besar, karena 80% responden menyatakan bersedia menggunakan jasa Sayhello Picture jika terdapat potongan harga. Selain itu, 71,43% responden menyebutkan bahwa harga merupakan faktor utama dalam memilih jasa fotografi.

Namun, hanya 34,29% responden yang menilai harga sebanding dengan kualitas hasil foto, sedangkan 65,71% menilai tidak sepadan. Temuan ini menunjukkan perlunya evaluasi strategi harga melalui penyesuaian harga atau peningkatan kualitas dan nilai tambah layanan agar persepsi konsumen terhadap harga menjadi lebih positif.

Secara umum, meskipun harga dianggap penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, sebagian besar responden belum melihat harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas layanan yang mereka dapatkan.

Tim profesional SayHello Picture terdiri dari fotografer, videografer, dan editor berpengalaman yang bekerja secara kolaboratif untuk menghasilkan konten visual berkualitas tinggi. Fotografer dan videografer menguasai berbagai gaya pengambilan gambar serta teknik pencahayaan, komposisi, dan penggunaan peralatan modern, serta mampu menciptakan suasana nyaman bagi klien. Sementara itu, editor berperan menyusun narasi visual, melakukan koreksi warna, dan menambahkan elemen grafis untuk memperkuat pesan. Dengan pendekatan yang responsif dan personal, tim ini memastikan setiap proyek sesuai kebutuhan klien dan menghasilkan karya yang memuaskan.

Proses layanan di SayHello Picture dimulai dengan konsultasi awal untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan tujuan klien. Selanjutnya, tim melakukan perencanaan konsep dan penjadwalan sesi pemotretan atau perekaman agar seluruh persiapan berjalan optimal. Pada tahap pelaksanaan, tim profesional mengabadikan momen sesuai konsep yang disepakati di lokasi yang ditentukan. Setelah itu, hasil foto atau video melalui proses editing dan revisi sesuai permintaan klien, kemudian diserahkan dalam format digital atau cetak. Proses yang terstruktur ini memastikan setiap proyek berjalan lancar dan menghasilkan hasil yang memuaskan.

Ketiga penyedia jasa fotografi, yakni SayHello Picture, Ephoto, dan Yubimoto,

memiliki kesamaan dalam hal durasi proses pengeditan foto. Berdasarkan observasi, ketiganya umumnya memerlukan waktu sekitar 3 hingga 7 hari kerja untuk menyelesaikan proses editing sebelum hasil akhir diserahkan kepada klien. Rentang waktu ini menunjukkan standar waktu pengerjaan yang relatif serupa di antara pelaku industri fotografi di wilayah Jabodetabek, yang disesuaikan dengan kompleksitas proyek serta kebutuhan akan kualitas hasil yang maksimal.

Sebagai bukti fisik kualitas layanan, SayHello Picture menampilkan portofolio karya fotografi dan videografi melalui media sosial untuk menunjukkan gaya dan kualitas hasil kerja. Selain itu, testimoni klien turut disajikan sebagai bukti kepuasan dan kepercayaan. Penggunaan peralatan profesional dalam setiap proyek mencerminkan komitmen SayHello Picture terhadap standar layanan yang tinggi.

Dalam industri jasa, khususnya pada bidang fotografi, kualitas layanan merupakan elemen krusial yang berperan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. SayHello Picture sebagai penyedia jasa fotografi profesional dihadapkan pada tantangan untuk senantiasa mempertahankan dan meningkatkan mutu pelayanannya agar mampu menjawab harapan konsumen yang terus berkembang.

Kualitas layanan menunjukkan sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Di SayHello Picture, aspek-aspek seperti ketepatan waktu, sikap ramah dari tim fotografer, kemampuan dalam mengabadikan momen secara artistik, serta ketelitian dalam penyampaian hasil foto menjadi indikator utama dalam menilai kualitas layanan. Pelanggan tidak hanya menilai dari segi hasil akhir foto, melainkan dari seluruh proses layanan yang diterima, mulai dari tahap

pemesanan, komunikasi pra-acara, hingga proses penyerahan hasil foto.

Penelitian ini menyoroiti kualitas layanan SayHello Picture karena dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini sejalan dengan kecenderungan konsumen masa kini yang lebih selektif dalam memilih layanan berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya. Ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan, maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan kembali menggunakan layanan atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Dengan demikian, penting untuk mengkaji sejauh mana kualitas layanan SayHello Picture berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan minat beli ulang. Penelitian ini juga akan menggali dimensi-dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap persepsi dan minat pelanggan, sehingga dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran di masa mendatang.

Tabel 5

Hasil Pra Survey Kualitas Layanan

| No. | Pertanyaan | Jawaban | |
|-----|--|---------|-----------|
| | | YA (%) | TIDAK (%) |
| 1. | Fotografer Sayhello Picture melayani Anda dengan ramah dan profesional? | 80 | 10 |
| 2. | Hasil foto yang saya terima sesuai dengan ekspektasi Anda? | 42,86 | 57,14 |
| 3. | Sayhello Picture memberikan penjelasan yang jelas sebelum dan sesudah sesi foto. | 71,43 | 28,57 |
| 4. | Apakah detail layanan (paket, jumlah file, durasi) sesuai dengan penjelasan awal saat pemesanan? | 40 | 60 |
| 5. | Sayhello Picture bersedia menyesuaikan layanan dengan | 54,29 | 45,71 |

| No. | Pertanyaan | Jawaban | |
|-----|-----------------|---------|-----------|
| | | YA (%) | TIDAK (%) |
| | kebutuhan saya. | | |

(Sumber : data primer penelitian, diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil prasurvei, 80% responden menilai fotografer Sayhello Picture ramah dan profesional, serta 71,43% menyatakan komunikasi sebelum dan sesudah sesi foto sudah jelas. Namun, kepuasan terhadap hasil foto masih rendah, karena hanya 42,86% responden yang merasa hasil sesuai ekspektasi, sementara 57,14% merasa belum sesuai. Selain itu, hanya 40% responden yang menilai detail layanan seperti paket, jumlah file, dan durasi telah sesuai kesepakatan, sedangkan 60% menyatakan tidak sesuai. Fleksibilitas layanan dinilai cukup oleh 54,29% responden, namun 45,71% lainnya merasa kebutuhan mereka belum terakomodasi. Secara keseluruhan, Sayhello Picture unggul dalam sikap dan komunikasi, tetapi masih perlu meningkatkan konsistensi hasil foto dan kejelasan detail layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, meskipun SayHello Picture cukup dikenal, sebagian besar responden merasa kurang puas dengan kecocokan antara informasi awal dan realisasi layanan, serta kurangnya perhatian terhadap detail informasi teknis, yang dapat menjadi bahan evaluasi penting bagi peningkatan layanan ke depan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas apakah harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis mengambil judul:

“Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Sayhello Picture)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Persaingan yang Ketat di Industri Fotografi Sayhello Picture harus beradaptasi dengan cepat dan inovatif agar tetap relevan dan bersaing di pasar yang sangat kompetitif.
2. Fluktuasi Pendapatan yang Tidak Stabil Sayhello Picture perlu mengembangkan strategi pemasaran dan penetapan harga yang lebih stabil dan efektif untuk memastikan pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan.
3. Harga yang ditawarkan oleh Sayhello Picture masih dianggap kurang kompetitif oleh sebagian konsumen, terutama ketika dibandingkan dengan layanan sejenis. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana harga menjadi faktor utama dalam mendorong keputusan pembelian, serta apakah harga yang ditawarkan mampu mendorong minat beli ulang.
4. Kualitas layanan menjadi faktor penting dalam bisnis jasa seperti fotografi, namun persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang diberikan tidak selalu konsisten. Meskipun sebagian pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh fotografer Sayhello Picture, seperti komunikasi, ketepatan waktu, dan hasil akhir foto, namun masih terdapat keluhan minor mengenai

interaksi pelanggan, fleksibilitas, dan kejelasan informasi sebelum dan sesudah sesi foto. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan, yang dapat memengaruhi loyalitas mereka.

5. Minat beli ulang dari konsumen belum sepenuhnya stabil. Sebagian konsumen menunjukkan keinginan untuk menggunakan kembali jasa Sayhello Picture, namun sebagian lainnya belum menunjukkan komitmen kuat. Hal ini menimbulkan dugaan bahwa minat beli ulang memiliki peran penting sebagai variabel yang menjembatani pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.
6. Keputusan pembelian dalam jasa fotografi tidak hanya bersifat spontan, melainkan melalui proses pertimbangan rasional yang melibatkan banyak aspek seperti harga, pelayanan, kenyamanan pemesanan, serta pengalaman sebelumnya. Dalam hal ini, penting untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas layanan berperan langsung maupun tidak langsung terhadap keputusan pembelian.

C. Batasan Masalah

Melihat adanya permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, penelitian ini difokuskan untuk membahas secara lebih mendalam guna mencapai tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa batasan dalam ruang lingkup penelitian ini, yaitu:

1. Tahap Identifikasi Masalah

Penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi fenomena rendahnya minat beli ulang konsumen pada jasa fotografi Sayhello Picture, meskipun perusahaan telah menawarkan harga bersaing dan kualitas layanan yang relatif baik. Identifikasi ini diperkuat dengan merujuk pada penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas konsumen. Objek penelitian dibatasi pada konsumen yang pernah menggunakan jasa Sayhello Picture

2. Tahap Perumusan Variabel Penelitian

Penelitian ini membatasi variabel yang diteliti pada:

- A. Harga (X1)
- B. Kualitas Layanan (X2)
- C. Minat Beli Ulang (Y)
- D. Keputusan Pembelian (Z) sebagai variabel intervening

Peneliti tidak membahas faktor lain seperti strategi promosi, aspek teknis fotografi, maupun kondisi keuangan perusahaan.

3. Tahap Penentuan Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah jasa fotografi Sayhello Picture, dengan subjek penelitian terbatas pada konsumen yang pernah menggunakan jasa tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak digeneralisasikan

pada industri fotografi secara keseluruhan, melainkan hanya relevan untuk kasus Sayhello Picture.

4. Tahap Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara selama kurun waktu 1 bulan. Kuesioner disusun berdasarkan indikator harga, kualitas layanan, keputusan pembelian, dan minat beli ulang, dengan mengacu pada instrumen yang digunakan dalam penelitian terdahulu.

5. Tahap Analisis Data

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) atau analisis jalur, sebagaimana lazim digunakan pada penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh variabel intervening. Analisis difokuskan pada hubungan langsung maupun tidak langsung antara variabel harga, kualitas layanan, keputusan pembelian, dan minat beli ulang.

6. Kesimpulan Analisis Data

Kesimpulan penelitian dibatasi pada pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian. Penelitian ini tidak memberikan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja perusahaan, melainkan hanya menyoroti persepsi konsumen dan implikasinya bagi strategi pemasaran Sayhello Picture. untuk melakukan pembelian ulang jasa di Sayhello Picture.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Sayhello Picture?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Sayhello Picture?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sayhello Picture?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sayhello Picture?
5. Apakah minat beli ulang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sayhello Picture?
6. Apakah terdapat pengaruh harga layanan terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian menggunakan sebagai variabel intervening?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian menggunakan sebagai variabel intervening?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada Sayhello Picture.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Sayhello Picture.
3. Menganalisis pengaruh harga Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sayhello Picture
4. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sayhello Picture
5. Menganalisis minat beli ulang terhadap keputusan pembelian pada Sayhello Picture
6. Menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sayhello Picture
7. Menganalisis pengaruh kualitas layanan harga terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sayhello Picture

F. Manfaat Penelitian

Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk memperluas wawasan dan pemahaman mengenai konsep-konsep penting dalam pemasaran, seperti harga, strategi promosi, kualitas layanan, keputusan pembelian dan Minat beli

ulang dalam konteks jasa fotografi. Penelitian ini juga membantu penulis dalam memahami keterkaitan antar variabel tersebut dalam membangun kepuasan konsumen terhadap suatu brand.

Bagi Sayhello Picture

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Sayhello Picture dalam meninjau kembali dan mengoptimalkan strategi penetapan harga serta kualitas layanan yang telah dijalankan. Selain itu, hasil penelitian juga memberikan gambaran mengenai seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan untuk melakukan pembelian ulang, sehingga dapat dijadikan dasar dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dan keunggulan bersaing perusahaan.

Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai sumber literatur tambahan bagi mahasiswa, dosen, atau peneliti yang tertarik melakukan kajian serupa dalam bidang pemasaran jasa. Penelitian ini juga menyediakan data empiris yang relevan untuk dijadikan acuan dalam penelitian lanjutan, khususnya terkait perilaku konsumen, strategi promosi, dan faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian di sektor industri jasa kreatif di Indonesia.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang terstruktur, penulisan laporan penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang yang melandasi dilakukannya penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi berbagai pihak, serta penjelasan singkat mengenai sistematika penulisan yang digunakan dalam laporan ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas berbagai teori yang relevan dengan topik penelitian, yaitu harga, kualitas layanan, keputusan pembelian dan minat beli ulang. Selain itu, juga dibahas penelitian terdahulu yang mendukung studi ini, serta penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber dan metode pengumpulan data, definisi

operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hal ini akan dijelaskan mengenai data dan fakta lapangan untuk selanjutnya dianalisis dengan berbagai teknik statistik sekaligus untuk menjawab secara pasti masalah yang telah ditemukan pada bab-bab sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan dan analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran-saran untuk menunjang penelitian selanjutnya