

HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ، إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini dipersembahkan kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan memotivasi penulis, antara lain:

1. Kedua orang tua peneliti, Mamah Aminah dan Bapak Bahirudin yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungan, doa, dan dorongan moril maupun material kepada penulis. Kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.
2. Bapak Joko Fitra, M.Sc., MM selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian, dan kesabaran yang selama ini diberikan kepada penulis.
3. Kak Feri Suminar selaku *owner* Studio Foto Blacksweet. Terimakasih telah memberikan izin dan bantuan dengan tulus kepada penulis.
4. Teman-teman penulis, Setiyadi, Nur Isnaeni, Anisa Nabila Wardani, Titin Nugraheni, Dewi Indah Triwahyuni, Harum Eka Indra Mustika, Iman Jatmiko, dan Puput Rakhmadani yang selalu menyemangati dan memberikam semangat, bantuan dan hiburan.

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *service quality*, dan *social media marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet di Kebumen. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *google form* secara *online*. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden pada konsumen yang pernah melakukan pemotretan di Studio Foto Blacksweet. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *brand awareness* (X1), *service quality* (X2), dan *social media marketing* (X3) dan keputusan penggunaan jasa (Y). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPPSS 26 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Variabel *brand awareness* (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet, variabel *service quality* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet, variabel *social media marketing* (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet, sedangkan variabel *brand awareness*, *service quality*, dan *social media marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Nilai Adjusted R² persamaan 0,655 artinya bahwa variabel keputusan penggunaan jasa (*dependent*) yang dijelaskan oleh variabel *brand awareness*, *service quality*, dan *social media marketing* (*independent*) dalam penelitian ini sebesar 65,5% sedangkan 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Service Quality*, *Social Media Marketing*, Keputusan Penggunaan Jasa

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of brand awareness, service quality, and social media marketing on the decision to use services at Blacksweet Photo Studio in Kebumen. Data collection was carried out using Google Forms online. This study used a purposive sampling technique with a total of 100 respondents to consumers who had taken a photo shoot at Blacksweet Photo Studio. The variables used in this study are brand awareness (X1), service quality (X2), and social media marketing (X3) and the decision to use services (Y). This study used data analysis techniques using descriptive and statistical analysis techniques including validity tests, reliability tests, classic assumption tests, hypothesis testing, multiple linear regression analysis using the help of the SPSS 26 for windows program. The results of this study indicate that all variables are valid and reliable, multicollinearity does not occur, heteroscedasticity does not occur and the model meets the assumptions of normality. Brand awareness variable (X1) partially has a positive and significant effect on the decision to use services at Blacksweet Photo Studio, service quality variable (X2) partially has a positive and significant effect on the decision to use services at Blacksweet Photo Studio, social media marketing variable (X3) partially has a positive and significant effect on the decision to use services at Blacksweet Photo Studio, while the variables brand awareness, service quality, and social media marketing simultaneously have a significant effect on the decision to use the service. The value of Adjusted R² equation is 0.655 meaning that the decision variable for using services (dependent) which is explained by brand awareness, service quality, and social media marketing (independent) variables in this study is 65.5% while 34.5% is influenced by other variables that are not explained by this study.

Keywords: *Brand Awareness, Service Quality, Social Media Marketing, Service Usage Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kelimpahan Rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Service Quality*, dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan serta kerja sama dari berbagai pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Almamater tercinta Universitas Putra Bangsa yang menjadi tempat penulis menyelesaikan studi sarjana.
2. Bapak Joko Fitra, M.Sc., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama penulisan skripsi.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar yang terus mendoakan dan memberikan dukungan dalam bentuk apapun.
5. Teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu menyertai dan memberkati mereka serta ilmu yang dimiliki berguna untuk kebaikan kita semua. Penulis memohon maaf apabila dalam penyusunan maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kata yang sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 31 Juli 2023

Penulis

Ayu Restianah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	17
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	17

1.5.2	Manfaat Praktis	17
BAB II.....		18
KAJIAN PUSTAKA.....		18
2.1.	Tinjauan Teori.....	18
2.1.1.	<i>Usage Service Decision</i> (Keputusan Penggunaan Jasa).....	18
2.1.2.	<i>Brand Awareness</i>	26
2.1.3.	<i>Service Quality</i>	33
2.1.4.	<i>Social Media Marketing</i>	40
2.1.	Penelitian Terdahulu	44
2.2.	Hubungan Antar Variabel.....	51
2.3.	Model Empiris	54
2.4.	Hipotesis	54
BAB III		56
METODE PENELITIAN.....		56
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	56
3.2.	Variabel Penelitian.....	56
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	57
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	61
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	63
3.6.	Populasi dan Sampel.....	65
3.7.	Teknik Analisis	67

3.8. Alat Analisis Data	68
BAB IV	80
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	80
4.1. Analisis Deskriptif	80
4.2. Analisis Statistik	86
4.3. Pembahasan.....	103
BAB V.....	108
SIMPULAN	108
5.1. Simpulan	108
5.2. Keterbatasan.....	109
5.3. Implikasi	110
5.3.1 Implikasi Praktis	110
5.3.2 Implikasi Teoritis	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top 7 Studio Foto di Kabupaten Kebumen.....	4
Tabel I- 2 Hasil Observasi Pada Konsumen Studio Foto Blacksweet	7
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Penggunaan Jasa	58
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Brand Awareness</i>	59
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Service Quality</i>	60
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Social Media Marketing</i>	61
Tabel IV- 1 Data Distribusi Kuesioner	82
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	85
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	87
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	87
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i>	88
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa.....	88
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	90
Tabel IV- 12 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov <i>Monte Carlo</i>	96
Tabel IV- 13 Hasil Uji Regresi Linear Bergand	97
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	99
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	101
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	29
Gambar II- 2 Nilai-nilai <i>Brand Awareness</i>	30
Gambar II- 3 Model Empiris.....	54
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	92
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	120
Lampiran II. Data Responden	125
Lampiran III. Tabulasi Data	128
Lampiran IV. Hasil Uji Validitas	130
Lampiran V. Hasil Uji Reliabilitas	134
Lampiran VI. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	135
Lampiran VII. Hasil Uji Hipotesis	137
Lampiran VIII. Tabel r	138
Lampiran IX. Tabel t.....	141
Lampiran X. Tabel f.....	144
Lampiran XI. Kartu Seminar.....	147
Lampiran XII. Kartu Bimbingan.....	148