

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kreatif saat ini semakin pesat. Industri kreatif mencakup berbagai sektor yang berfokus pada produksi dan distribusi karya-karya budaya, artistik, dan intelektual. Industri kreatif juga melibatkan sebuah proses memproduksi atau menghasilkan barang atau jasa dengan melalui proses kreatif di dalamnya, seperti nilai estetika, kualitas, dan daya tarik komersial. Hal ini juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, serta mempengaruhi budaya dan identitas suatu masyarakat. Berdasarkan data www.kominfo.go.id melalui publikasi Kemenparekraf, tercatat pada tahun 2019 sub sektor ekonomi kreatif menyumbang Rp1.153,4 Triliun PDB atau 7,3% terhadap total PDB Nasional, 15,2% tenaga kerja, dan 11,9% ekspor. Terdapat 4 sub sektor ekonomi kreatif dengan pertumbuhan tercepat yaitu film, animasi, foto dan video, seni pertunjukan, dan desain komunikasi visual.

Pertumbuhan yang cepat di sektor ini terjadi juga di Jawa Tengah. Hal tersebut di sampaikan oleh Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jateng yaitu Sinoeng. N Rachmadi yang di wakili oleh Kasi Ekonomi Kreatif Istiyastuti pada acara Penguatan dan Pendampingan Kabupaten/Kota Kreatif di Jawa Tengah yang dilaksanakan di Kota Tegal pada 27 Mei 2023 yang dimuat oleh berita www.wartabahari.com menyampaikan bahwa sejak tahun 2017 Badan Ekonomi Kreatif di Pusat Dan sampai saat ini

di Provinsi Jawa Tengah memiliki 3.548 pelaku ekonomi kreatif, 204 komunitas dan 50 lembaga/komunitas kreatif serta 13 kabupaten/kota ekonomi kreatif. Sedangkan untuk sub sektor unggulan ekonomi kreatif di Jawa Tengah yaitu kuliner (41,40%), *fashion* (18,01%) dan Kriya (15,40%), sedangkan pertumbuhan tertinggi yaitu pada sub sektor TV dan Radio, Film, Animasi, Video, seni pertunjukan dan desain Komunikasi Visual. didukung oleh semakin tingginya adopsi teknologi digital di masyarakat.

Kata fotografi berasal dari kata “foto” dan “grafik”, yang keduanya memiliki arti “gambar”. Mengabadikan momen atau peristiwa penting dapat diabadikan menggunakan media foto yang nantinya bisa dijadikan kenangan dari momen tersebut. Menurut Sudjojo (2010) (dalam Ritonga, dkk 2022)) fotografi pada dasarnya adalah sebuah praktik untuk menangkap dan memodifikasi cahaya untuk mencapai efek yang diinginkan sehingga menghasilkan sebuah gambar yang dapat dijadikan sebagai pengabadian suatu momen yang dilakukan oleh banyak kalangan masyarakat saat ini. Di era digital, fotografi telah mengalami transformasi besar. Seiring dengan kemajuan teknologi, kamera digital menjadi semakin canggih dan dapat diakses oleh banyak orang. Fotografi digital memungkinkan para fotografer untuk melihat hasil foto secara instan, mengedit gambar dengan mudah, dan menyimpan foto dalam format digital. Hal tersebut membuat banyaknya industri kreatif tumbuh dan berkembang pesat untuk memenuhi permintaan konsumen, termasuk fotografi.

Usaha dibidang fotografi saat ini sudah semakin berkembang, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya industri studio foto. Keberadaan studio foto juga dapat menunjang kepopuleran dari fotografer. Studio dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah ruang tempat kerja bagi pelukis, tukang foto dan sebagainya. Menurut Salim, dkk (2018) studio adalah sebuah ruang untuk mengambil foto dalam berbagai kondisi yang terkendali. Ruang studio dalam wujud yang paling sederhana yaitu dapat berupa ruang kosong dengan selembar kain sebagai latar belakang pencahayaan, baik secara langsung maupun melalui sebuah kain tipis. Studio foto juga dilengkapi dengan berbagai perlengkapan atau alat properti seperti hiasan dinding, *artificial flower*, dan lainnya yang akan digunakan ketika sesi pemotretan.

Salah satu industri kreatif tersebut yaitu di bidang fotografi. Hal tersebut membuat banyaknya industri kreatif lahir di berbagai daerah, baik kota besar maupun kecil. Usaha studio foto atau fotografi di berbagai tempat atau wilayah bisa mencapai lima tempat atau bahkan lebih. Hal tersebut dapat memunculkan adanya persaingan antar usaha sejenis di bidang industri kreatif. Pada dasarnya setiap industri kreatif akan berupaya untuk memberikan hasil serta pelayanan yang terbaik agar tetap mendapatkan hati di setiap pelanggannya. Setiap studio foto juga tentunya memiliki ciri khas masing-masing untuk dapat dijadikan sebagai pembeda dengan industri kreatif yang bergerak di bidang sejenis serta dapat dijadikan hal penguat atau alasan orang untuk memilih suatu studio foto yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Terdapat beberapa usaha industri kreatif berupa studio foto yang ada di Kabupaten Kebumen. Berikut hasil perankingan berdasarkan data dari *Google Maps*.

Tabel I- 1
Top 7 Studio Foto di Kabupaten Kebumen

No	Studio Foto	Rating	Jumlah Ulasan
1.	Aufagrafi Photo & Studio	5,0	10
2.	Blacksweet Photography	4,9	1045
3.	Visual Images Foto Studio	4,9	104
4.	Vilviapict	4,9	20
5.	Hendradjaja Photography	4,8	42
6.	Wangsa Studio Kebumen	4,8	39
7.	Epictografi	4,8	36

Sumber: Google Maps. Data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa Aufagrafi Photo & Studio meraih rating tertinggi yaitu 5,0 dengan jumlah sebanyak 10 ulasan. Sedangkan peraih jumlah ulasan tertinggi yaitu Blacksweet Photography dengan rating 4,9 dan jumlah ulasan sebanyak 1045. Serta di diposisi terakhir posisi ketujuh yaitu Epictografi dengan rating 4,8 dan jumlah ulasan sebanyak 36. Itulah Top 7 Studio Foto yang ada di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan data yang didapat dari *Google Maps* terdapat banyak studio foto yang ada di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut membuktikan bahwa sudah maraknya perkembangan industri kreatif pada bidang fotografi. Salah satu studio foto yang memiliki jumlah ulasan terbanyak dan dengan rating yang tinggi yaitu Blacksweet Photography. Blacksweet Photography merupakan jasa layanan foto dan video khusus pernikahan yang juga memiliki studio foto

yang melayani *Personal, Graduation, Family, Pre-wedding Studio, Classmate, Product Catalogue*, dan *Group* yang berlokasi di Jl. Sokka Petanahan No.9E, Krajan, Kedawung, Kec. Pejagoan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54361. Usaha yang telah didirikan sejak tahun 2011 yang bermula masih berada di perumahan daerah dengan awal usaha berfokus pada *Wedding Photography*, namun dengan seiring berjalannya waktu, pada tahun 2018 usaha yang bergerak di bidang fotografi ini mulai mendirikan studio foto namun juga dengan menjalankan pada segmen *Wedding Photography*, dan bahkan semakin luas jangkauan dari Blacksweet.

Studio foto dijadikan sebagai perantara untuk mengabadikan momen bagi orang-orang yang ingin mengenang suatu peristiwa yang sedang dialaminya agar dapat dikenang di masa yang akan datang. Sesi pemotretan yang dilaksanakan di studio foto maka akan dapat mengenang suatu momen tertentu dan juga mendapatkan hasil dengan kualitas jauh lebih baik jika dibandingkan hanya dengan mengabadikan momen dengan *smartphone* dan dengan tempat yang tidak di *setting* sedemikian rupa. Hal tersebut dilakukan oleh banyak orang saat ini yang ingin mengabadikan momen agar lebih berkesan karena sadar suatu peristiwa yang sama tidak akan terulang lagi dan juga agar mendapatkan hasil yang memuaskan dari sebuah momen.

Blacksweet Studio Foto berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada setiap konsumen yang menggunakan jasa ini. Pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan yaitu ramah, baik dari admin *crew* maupun fotografernya. Fasilitas yang ditawarkan juga cukup memadai, dengan

berbagai properti yang dapat digunakan untuk menunjang hasil foto agar lebih terlihat estetik, meskipun masih belum tersedianya ruang ganti khusus sehingga masih harus menggunakan toilet sebagai opsi penggantinya. Jika melakukan sesi pemotretan dalam jumlah partisipan yang banyak dapat mengakibatkan suhu ruang menjadi lebih tinggi yang dapat menyebabkan ketidaknyaman saat melakukan sesi pemotretan. Meskipun dalam ruangan untuk sesi pemotretan juga sudah tersedia fasilitas pendingin ruangan dan juga kipas angin. Hasil pencetakan foto yang didapat juga jernih karena menggunakan lensa dengan kualitas baik dan pencahayaan studio yang memadai. Durasi pengerjaan *editing* foto juga dikerjakan sesuai dengan kesepakatan dan Blacksweet tetap berusaha untuk tidak melebihi batas waktu yang ada agar tetap dapat memberikan kepuasan dari pelayanan yang diberikan.

Keberadaan media sosial saat ini seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan lainnya dijadikan sebagai media promosi dikarenakan media sosial menyumbangkan porsi terbesar bagi para netizen menghabiskan waktunya untuk *scrolling* media sosial serta mencari sesuatu yang diinginkan secara *online*. Menurut Van Dijk dalam Santosa (2021) *social media* adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memberikan fasilitas terhadap mereka dalam berkolaborasi. *Social media* menjadi media penguat dan perantara untuk menjalin suatu ikatan sosial secara *online*. Melalui promosi yang dilakukan di media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* oleh Blacksweet memberikan informasi promosi dengan tampilan visual dari konten yang

didapatkan dari hasil foto-foto *customer* yang telah melakukan foto di studio foto Blacksweet yang kemudian di *post* pada akun *Instagram* Blacksweet agar mampu menarik konsumen untuk menggunakan jasa studio foto Blacksweet.

Observasi dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen ketika melakukan keputusan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet, peneliti melakukan observasi terhadap 30 responden yang sudah pernah melakukan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet. Sistem observasi dilakukan secara terbuka, dengan data observasi yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

Tabel I- 2
Hasil Observasi Pada Konsumen Studio Foto Blacksweet

No	Alasan	Jumlah	Variabel
1.	a. Karena Blacksweet memiliki <i>branding</i> yang baik	5	<i>Brand Awareness</i>
	b. Studio foto Blacksweet menjadi pilihan utama untuk melakukan foto studio	4	
2.	a. Karena lokasi studio foto Blacksweet mudah di jangkau	2	<i>Service Quality</i>
	b. Pelayanan yang diberikan oleh fotografer Blacksweet ramah	6	
	c. Studio foto di Blacksweet bagus dan menarik	4	
	d. <i>Crew</i> studio foto Blacksweet memiliki respon yang sigap dan tanggap	1	
3.	a. Karena konten visual dari media sosial Blacksweet terlihat menarik	4	<i>Social Media Marketing</i>
	b. Karena media sosial Blacksweet memberikan informasi terpercaya dan kecepatan membalas admin Blacksweet <i>fast-response</i>	2	
4.	a. Karena studio foto Blacksweet menurut informasi dari teman memiliki hasil foto yang baik	2	<i>Word of Mouth</i>
Total		30	

Sumber: Observasi pada konsumen Studio Foto Blacksweet, 2022

Berdasarkan hasil observasi pada tabel I-2 di atas ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet yaitu diperoleh tiga variabel yang memperoleh hasil jawaban responden terbanyak. Jawaban tersebut yang dijadikan sebagai variabel dalam penelitian ini antara lain, *Brand Awareness*, *Service Quality* dan *Social Media Marketing*. Hasil pernyataan observasi dari 9 responden, dimana 5 responden menyatakan karena Blacksweet memiliki *branding* yang baik, dan 4 responden menyatakan bahwa Studio foto Blacksweet menjadi pilihan utama untuk melakukan foto studio, sehingga peneliti dapat mengkategorikan sebagai variabel *Brand Awareness*. Berdasarkan dari pernyataan responden sebanyak 13 responden, dimana 2 responden menyatakan bahwa karena lokasi studio foto Blacksweet mudah di jangkau, 6 responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh fotografer Blacksweet ramah, 4 responden menyatakan bahwa Studio foto di Blacksweet bagus dan menarik, dan 1 responden menyatakan bahwa *crew* studio foto Blacksweet memiliki respon yang sigap dan tanggap, sehingga peneliti mengkategorikan sebagai variabel *Service Quality*. Selanjutnya, berdasarkan 6 responden, dimana 4 responden menyatakan bahwa karena konten visual dari media sosial Blacksweet terlihat menarik, dan 2 responden menyatakan bahwa media sosial Blacksweet memberikan informasi terpercaya dan kecepatan membalas admin Blacksweet *fast-response*, sehingga peneliti mengkategorikan sebagai variabel *Social Media Marketing*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu. Faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa pada studio foto Blacksweet, bisa

dilihat berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Luluk Nur Azizah, dkk (2021) menyatakan bahwa *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Penelitian lain, Nur ‘Aini, dkk (2022) menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Andri Budi Santosa, dkk (2021) menyatakan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa.

Menurut Ramadani (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa penggunaan adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu kecenderungan untuk tetap menggunakan sistem khusus tertentu. Kotler dan Keller (2016:179) mendefinisikan bahwa keputusan penggunaan yaitu:

“The study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, service, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”.

Pengertian keputusan penggunaan, menurut Kotler dan Amstrong (2014:158) mendefinisikan:

“Consumer buyer behaviors of final consumer-individuals and households that buy good and service for personal consumption”.

Konsumen dalam memutuskan pembelian atau penggunaan jasa studio foto Blackswheet juga mempertimbangkan beberapa faktor yang pertama yaitu mengenai *Brand Awareness*.

Durianto, dkk (2017:54) menyebutkan bahwa *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Sedangkan menurut Tjiptono (2011:97) kesadaran merk adalah kesanggupan seseorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek

merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Konsumen studio foto Blacksweet juga mempertimbangkan keputusan penggunaan jasa berdasarkan pada kesadaran merek yang berada pada ingatan konsumen Kabupaten Kebumen. Tingginya kesadaran merek masyarakat Kebumen akan informasi tentang studio foto Blacksweet menjadikan keputusan penggunaan jasa pada studi foto Blacksweet meningkat. Penelitian lain, Luluk Nur Azizah, dkk (2021) menyatakan bahwa *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Pandangan lain bahwa selain *Brand Awareness* faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa adalah *Service Quality*. Kualitas pelayanan yaitu segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kotler (2009:84) mengemukakan bahwa definisi kualitas pelayanan merupakan totalitas ciri-ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang berpusat pada kemampuan produk tersebut untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Kualitas pelayanan juga menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar tetap bertahan serta tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Peneliti mendapati konsumen yang sudah menggunakan jasa Studio Foto Blacksweet mengungkapkan jika pelayanan yang diberikan oleh *crew* Blacksweet ramah dan sopan termasuk juga fotografernya. Penelitian lain, Kuni Anisata Aini (2020) menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas pelayanan yang diberikan oleh Blacksweet, hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa adalah *social media marketing*. Pemasaran sosial media merupakan bagian dari bauran promosi yang menjadikan sosial media sebagai sarana promosi dan memasarkan produk. Kotler dan Keller (2012), mengemukakan sosial media merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sedangkan, menurut Setiawan (2015) (dalam Kurniasari (2018)) menyatakan *social media marketing* adalah bentuk pemasaran yang digunakan untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merk, produk, bisnis, individu, atau kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan alat dari web sosial seperti *blogging*, *microblogging*, dan jejaring sosial. Blacksweet Photo Studio menjadikan media sosial untuk menjadi sarana pemasaran dengan akun Instagram @blacksweet.studio sebagai *username* yang memiliki pengikut sebanyak 7229 *followers*. Akun Instagram tersebut digunakan untuk membagikan hasil konten visual dari konsumen yang telah melakukan foto studio di Blacksweet. Serta menggunakan media *WhatsApp* untuk melakukan *booking* dan bertanya seputar Photo Studio di Blacksweet. Sedangkan akun induk dari Blacksweet yaitu @blacksweetphoto dengan 17.000 *followers* di Instagram yang dikhususkan untuk *Wedding Photography* pun turut terlibat dalam pemasaran studio foto Blacksweet yang biasanya berupa *content repost* dari akun studio foto Blacksweet. Andri Budi Santosa, dkk (2021) menyatakan

bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa.

Latar belakang yang sudah ada seperti diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa masyarakat Kebumen memiliki cukup ketertarikan untuk melakukan penggunaan jasa studio foto di Blacksweet untuk mengabadikan setiap momen agar menjadi lebih baik. Berdasarkan analisis dan fenomena diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Service Quality*, dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Balcksweet”.

1.2. Rumusan Masalah

Studio foto Blacksweet merupakan studio foto yang telah memiliki *brand image* yang baik di Kabupaten Kebumen. Studio foto Blacksweet yang terletak di tepi jalan kecamatan yang menjadikan studio ini mudah untuk diakses oleh calon konsumen yang akan melakukan foto di studio ini. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Blacksweet baik dari fotografer maupun adminnya juga ramah dan baik. Terlihat dari cara *crew* memperlakukan pelanggan dengan mengarahkan cara berpose yang bagus agar tidak terlihat kaku dan akan menambah nilai estetika dalam hasil foto nantinya. Serta juga dalam studio foto tersebut memberikan fasilitas yang cukup lengkap, yang terdiri properti yang akan digunakan untuk menunjang hasil foto, meskipun dalam studio tersebut belum ada ruang ganti khusus bagi pelanggan, namun masih dapat menggunakan toilet yang tersedia untuk berganti pakaian. Hasil yang didapatkan dari foto di studio Blacksweet juga jernih, cerah, jelas

dikarenakan menggunakan lensa kamera yang *proper* dan hasil akhir dari pengerjaan yang cukup cepat menjadikan konsumen tertarik untuk melakukan keputusan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet. Hal-hal tersebut dapat dikatakan sebagai faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Studio Foto Blacksweet. Berdasarkan informasi di atas, maka dapat dilakukan penelitian apakah *Brand Awareness*, *Service Quality*, dan *Social Media Marketing* berpengaruh pada Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Blacksweet. Maka, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Brand Awareness* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet?
3. Apakah *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet?
4. Apakah *Brand Awareness*, *Service Quality*, dan *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang pernah melakukan penggunaan jasa studio foto Blacksweet Kebumen.
2. Responden berusia minimal 17 tahun dengan asumsi sudah dewasa agar dapat memberikan jawaban pernyataan yang objektif.
3. Responden memiliki akun media sosial Instagram dan WhatsApp.
4. Variabel penelitian ini dibatasi pada variabel *Brand Awareness*, *Service Quality*, *Social Media Marketing*, dan Keputusan Penggunaan Jasa.
 - a. Keputusan Penggunaan Jasa

Keputusan pembelian adalah proses berupa tindakan penentuan suatu alternatif dari beberapa alternatif dalam memecahkan suatu permasalahan atau dari kata lain memilih dan menyukai satu merek daripada merek yang lainnya (Firmansyah, 2019). Keputusan pembelian atau penggunaan jasa merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan penggunaan jasa sebelumnya konsumen sudah dihadapkan oada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) ada empat indikator keputusan penggunaan yaitu:

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam penggunaan

3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan penggunaan ulang

b. *Brand Awareness*

Menurut Durianto, dkk (2017:54) *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu.

Menurut Dhurup, dkk (2014) indikator dari *brand awareness* adalah:

1. *Brand Recall*
2. *Brand Recognition*
3. *Purchase Decision*
4. *Consumption*

c. *Service Quality*

Menurut Kotler (2009:84) kualitas pelayanan adalah totalitas ciri-ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang berpusat pada kemampuan produk tersebut untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

Indikator Kualitas pelayanan Menurut Parasuraman (2001), dalam penelitian ini adalah:

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)

4. Empati (*Empathy*)

5. Bukti fisik (*Tangibles*)

d. *Social Media Marketing Instagram*

Menurut Chris Brogan (2010) dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan bahwa media sosial yaitu:

“Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person”.

Menurut As’ad dan Alhadid (2014) terdapat 4 indikator dalam *social media marketing*, yaitu:

1. *Online Communities*
2. *Interaction*
3. *Sharing of content*
4. *Accessibility*

1.4. Tujuan Penelitian

Mempertimbangkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak di capai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Blacksweet.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Blacksweet.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Blacksweet.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness*, *Service Quality*, dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Blacksweet.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik bagi ilmu pengetahuan yang selalu berkembang pesat dan bagi para peneliti yang memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan literatur pada bidang pemasaran khususnya terkait keputusan penggunaan jasa yang dilakukan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik untuk peneliti dan akademisi yang membutuhkan bahan acuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan strategi dan kebijakan dalam menghadapi persaingan di bidang pemasaran, terutama bagi pemilik industri kreatif di Kebumen atau usaha lain sejenisnya.