

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah dalam dunia fotografi. Transformasi ini tidak hanya mencakup perangkat keras seperti kamera pintar yang semakin canggih, tetapi juga mencakup perangkat lunak, platform berbagi gambar, dan kemampuan pengolahan digital yang semakin maju (Harris, 2021). Perkembangan teknologi yang memajukan kamera pintar telah memperluas akses ke dunia fotografi bagi masyarakat umum. Peningkatan kualitas perangkat keras, bersama dengan perangkat lunak yang lebih ramah pengguna, membuat fotografi menjadi kegiatan yang dapat diakses oleh siapa saja tanpa memandang tingkat keahlian teknis. Ini menciptakan fenomena di mana setiap individu memiliki potensi untuk menjadi fotografer dan mengekspresikan kreativitas mereka melalui gambar.

Dengan perkembangan teknologi yang telah memperluas akses ke dunia fotografi menjadi bagian integral dari perkembangan industri kreatif secara keseluruhan, menurut data dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) yang menunjukkan bahwa jumlah pelaku ekonomi kreatif di Jawa Tengah sebanyak 3.548 pada tahun 2017, 204 komunitas, dan 50 lembaga/komunitas kreatif serta 13 kabupaten/kota ekonomi kreatif pada tahun 2023. Subsektor ekonomi kreatif yang menjadi unggulan di Jawa Tengah adalah kuliner (41,40%),

fashion (18,01%), dan kriya (15,40%). Sedangkan pada subsektor TV dan radio, film, animasi, video, seni pertunjukan, dan desain komunikasi visual menyumbang angka (25.19%). Pertumbuhan ini didukung oleh semakin tingginya adopsi teknologi digital di masyarakat. Salah satu daerah di Jawa Tengah yang mengalami peningkatan pada sub sektor ekonomi kreatif adalah Kabupaten Kebumen. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen, ekonomi kreatif di Kabupaten Kebumen tumbuh sebesar 7,2% pada tahun 2022. Pertumbuhan ini lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional yang sebesar 5,02%.

Salah satu industri kreatif yang banyak dimintai oleh Masyarakat saat ini adalah fotografi. Fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari kata “Fotos” dan “Grafo” yang artinya menulis atau melukis. Fotografi merupakan sebuah proses yang digunakan untuk pengambilan suatu gambar atau disebut sebagai pengambilan foto dari sebuah objek dengan merekam pantulan cahaya yang dihasilkan dari objek tersebut dan memindahkan cahaya tersebut pada suatu media yang sensitif terhadap cahaya. Fotografi juga bisa dikatakan sebagai suatu momen atau kejadian berada disuatu tempat yang dapat dirasakan oleh orang lain di tempat dan waktu yang berbeda melalui sebuah foto yang dihasilkan (Welson, 2022). Salah satu pelaku ekonomi kreatif dengan tinggi peminat adalah jasa foto studio

Studio foto, dilengkapi dengan peralatan fotografi modern, merupakan tempat yang digunakan fotografer untuk menghasilkan foto berkualitas tinggi dengan tambahan alat bantu yang tersedia di ruangan tersebut (Alsa Marwah,

2023). Minat masyarakat terhadap studio foto semakin meningkat karena beberapa alasan. Pertama, perkembangan teknologi fotografi menghasilkan foto yang lebih realistis dan berkualitas tinggi, menarik minat masyarakat untuk mengabadikan momen-momen penting. Kedua, media sosial memungkinkan ekspresi diri dan berbagi momen penting, di mana foto berkualitas tinggi menjadi daya tarik utama. Ketiga, kebutuhan manusia untuk mengabadikan momen-momen penting seperti pre-wedding, wisuda, atau kelahiran mendorong popularitas layanan studio foto yang menyediakan pemotretan profesional dan berkualitas. Di era globalisasi ini, bisnis studio foto di Kabupaten Kebumen berkembang pesat, mencerminkan tingginya permintaan akan layanan fotografi yang berkualitas.

Sosial media, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu sarana *marketing* yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Jumlah *followers* yang banyak dapat menjadi indikator keberhasilan marketing di Instagram. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Fetoun S. Alahmadi, 2022) , bisnis dengan jumlah *followers* Instagram yang banyak cenderung memiliki tingkat *brand image* yang lebih tinggi, kepercayaan pelanggan yang lebih besar, dan tingkat konversi yang lebih tinggi. Dalam konteks jasa studio foto, jumlah followers yang banyak dapat berpengaruh terhadap *marketing* dan penjualan dengan beberapa cara, yaitu meningkatkan *brand image*, *followers* yang melihat postingan bisnis studio foto akan mengenal produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini dapat meningkatkan *brand image* dan menarik pelanggan baru. Misalnya, sebuah studio foto yang memiliki banyak followers dapat

mempromosikan foto-foto hasil karyanya. Foto-foto tersebut dapat menjadi sarana untuk menarik perhatian calon pelanggan dan meningkatkan kesadaran mereka tentang studio foto tersebut.

Di Kabupaten Kebumen, terdapat beberapa usaha kreatif berupa studio foto. Fenomena ini membuktikan ketatnya persaingan usaha studio foto di Kebumen. Berikut adalah hasil peringkatnya berdasarkan jumlah pengikut (*followers*) di Instagram:

Tabel I- 1
Top 7 Studio Foto di Kabupaten Kebumen

No	Studio Foto	Jumlah <i>Followers</i>
1	Blacksweet Photography	17.600
2	Hendra Djaja Photography	16.900
3	Erdhaphotography Studio	10.300
4	MS Foto Munggu	7.833
5	Visual Images Foto Studio	7.115
6	Aufagrafi Photo & Studio	3.097
7	Glowbad_Studio	1.482

Sumber: Instagram, Data diolah 2023

Berdasarkan fenomena diatas menunjukan bahwa Blacksweet Photography menjadi salah satu studio foto dengan banyak pengikut di Instagram. Hal ini menunjukan bahwa Blacksweet Photography merupakan studio foto yang banyak menarik minat para pengunjung. Hal ini dapat dibuktikan dengan Blacksweet Photography memiliki pengikut tertinggi dari kompetitor lainnya. Fenomena ini membuktikan dengan banyaknya pengikut, menggambarkan ketertarikan terhadap Blacksweet Photography yang tinggi yang artinya *Brand Image* Blacksweet sudah bagus.

Blacksweet adalah usaha jasa fotografi dan videografi pernikahan yang juga memiliki studio foto untuk melayani berbagai kebutuhan foto dan video,

mulai dari foto personal, foto wisuda, foto keluarga, foto prewedding, foto teman sekelas, foto produk, hingga foto grup. Studio foto ini berlokasi di Jl. Sokka Petanahan No.9E, Krajan, Kedawung, Kec. Pejagoan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54361. Usaha ini didirikan pada tahun 2011 di sebuah perumahan daerah. Awalnya, usaha ini hanya berfokus pada fotografi pernikahan. Namun, seiring berjalannya waktu, usaha ini mulai berkembang dan pada tahun 2018 mendirikan studio foto. Studio foto ini tetap melayani fotografi pernikahan, dan juga melayani berbagai kebutuhan foto dan video lainnya.

Blacksweet Studio Foto berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggannya. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan bersifat ramah, baik dari admin crew maupun fotografernya. Fasilitas yang ditawarkan juga cukup lengkap, dengan berbagai properti yang dapat digunakan untuk menunjang hasil foto agar lebih terlihat estetik. Seperti Kamera (Fujifilm GFX-50S) kamera dengan sensor medium format 51.4MP. Sampai saat ini baru Blacksweet yang memakai kamera sensor medium format di Kebumen. Lalu untuk perlengkapan lightning ada Softbox godox, Octagon softbox godox, Parabolic softbox godox (P120L), Stand lighting, Stand – starlite, C - stand (Century stand), Lampu studio (Godox DE300II), Lampu godox AD400pro witspro All in one outdoor flash, Lampu Continus, SL60W, SL100W, Trigger 4channel, Trigger X1T godox.

Namun, studio foto ini belum memiliki ruang ganti khusus, sehingga pelanggan harus menggunakan toilet sebagai gantinya. Jika sesi pemotretan

dilakukan dalam jumlah partisipan yang banyak, suhu ruangan dapat menjadi lebih tinggi. Hal ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan saat sesi pemotretan. Meskipun demikian, studio foto ini telah menyediakan fasilitas pendingin ruangan dan 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. Blacksweet Studio Foto selalu berusaha untuk tidak melebihi batas waktu yang ada agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Dengan lengkapnya peralatan yang digunakan dalam usaha ini serta keramahan pelayanan yang diberikan kepada *customer* Blacksweet, sehingga pelanggan pada Blacksweet ini selalu mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Berikut data jumlah konsumen yang memutuskan menggunakan jasa pada Studio Foto Blacksweet pada periode Tahun 2019-2023.

Tabel I- 2
Data Pelanggan Studio Foto Blacksweet Tahun 2019-2023

No	Tahun	Jumlah
1	2019	485
2	2020	250
3	2021	357
4	2022	534
5	2023	591
Jumlah		2.217

Sumber: Data Jumlah Pelanggan Studio Foto Blacksweet Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel diatas, bahwa jumlah pelanggan Studio Foto Blacksweet mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Seperti pada Tahun 2019 jumlah pelanggan Studio Foto Blacksweet sebanyak 485 pelanggan, Tahun 2020 mengalami penurunan karena terjadi wabah covid 19 menjadi 253. Tahun

2021 mengalami peningkatan sebanyak 357 pelanggan, lalu pada tahun – tahun berikutnya terus mengalami kenaikan dari tahun 2022 sejumlah 534 dan 2023 sejumlah 591. Fenomena ini perlu diteliti lebih dalam lagi, faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat fluktuasi yang berdampak pada keputusan penggunaan jasa pada Blacksweet Photography.

Setelah melakukan observasi terjadinya peningkatan, hal ini terjadi karena dari fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi, juga pemanfaatan *social media* sebagai bahan *branding* dan *marketing* mereka. Blacksweet Studio Foto tidak hanya fokus pada pelayanan dan fasilitas, tetapi juga memanfaatkan sosial media untuk bahan marketing dan membangun *brand image*. Studio foto ini aktif membagikan foto-foto hasil karya mereka di berbagai platform sosial media, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Foto-foto tersebut dikemas secara menarik dan informatif, sehingga dapat menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, Blacksweet Studio Foto juga aktif berinteraksi dengan pengikutnya di sosial media. Mereka juga kerap mengadakan kuis dan giveaway untuk meningkatkan *engagement* di *social media*. Hal ini juga membantu untuk membangun *brand image* yang positif di mata masyarakat. Strategi marketing dan branding yang dilakukan oleh Blacksweet Studio Foto telah membuahkan hasil. Studio foto ini menjadi salah satu studio foto yang populer di Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang menggunakan jasa mereka, baik untuk foto pernikahan, foto *pre-wedding*, maupun foto keluarga.

Studio foto Blacksweet di Kebumen berhasil menarik hati pelanggan melalui keputusan penggunaan jasa yang cerdas. Keberhasilan ini tak hanya berkat keahlian fotografer mereka, melainkan juga berkat kebijakan pemasaran yang efektif. Layanan sosial media marketing aktif dan kreatif dari Blacksweet memastikan kualitas hasil foto yang luar biasa diterima oleh audiens online. Dengan memanfaatkan platform-platform seperti Instagram dan Facebook, studio ini terus memperbarui portofolio, memberikan pengalaman visual yang memikat bagi calon pelanggan. Brand image Blacksweet yang terjaga baik melalui media sosial menciptakan kesan positif terhadap kualitas layanan fotografi mereka dan membangun kepercayaan di kalangan pelanggan potensial yang mencari pengalaman foto yang unik dan profesional. Oleh karena itu, keputusan penggunaan jasa di studio foto Blacksweet di Kebumen tidak hanya didasarkan pada keahlian fotografer, tetapi juga dipengaruhi oleh daya tarik brand yang dihasilkan melalui strategi *social media marketing* yang efektif.

Observasi dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen ketika melakukan keputusan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet, peneliti melakukan observasi terhadap 33 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- 3
Hasil Observasi Pada Pelanggan Studio Foto Blacksweet

No	Alasan	Jumlah	Variabel
1	Karena tempatnya nyaman dan karyawan nya ramah	5	Service Quality
	Kualitas Pelayanan terbaik	4	
	Kualitas foto nya bagus	4	
2	Citra merek sudah bagus	6	Brand Image
	Terkenal di kebumen	5	
3	Melihat postingan di instagram hasil foto-foto yang mereka hasilkan	4	Social Media Marketing
	Konten Instagramnya menarik	2	
4	Murah	3	Harga
	Total	33	

Sumber: Observasi pada pelanggan Studio Foto Blacksweet 2023

Berdasarkan hasil observasi pada tabel I-3 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, *Social Media Marketing*, *Service Quality*, dan *Brand Image*.

Tjiptono (2015) mendefinisikan keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen. Keputusan penggunaan jasa dapat dipengaruhi oleh variabel *social media marketing*, *service quality*, dan *brand image*, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwjayanti, C. I., & Agustina, M. (2023), menyatakan bahwa keputusan penggunaan jasa simultan dipengaruhi oleh variabel *digital marketing*, *service quality*, dan *word of mouth* pada Taksu Photo Bali di Kota Gianyar. Dan hasil penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Sylvua Pradita, 2020) yaitu *brand image* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT IMI. Diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Erika Rahayu, 2023) secara

simultan variabel *brand image*, *store atmosphere*, dan *social media marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *J.Co Donuts and Coffe*.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Hari Purwanto, dkk (2022) menyatakan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Ratnasari et al., 2023) menyatakan bahwa *Brand Image* dan *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta (Dewi et al 2021) menyatakan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Motivasi saya dalam meneliti topik ini berakar dari pemahaman akan pentingnya strategi pemasaran dan kualitas layanan dalam membangun citra merek, terutama dalam kont eks bisnis studio foto. Dalam era digital dan penggunaan yang luas dari media sosial, pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa menjadi semakin signifikan. Saya tertarik untuk menggali lebih dalam bagaimana interaksi antara *social media marketing*, *service quality*, dan *brand image* dapat membentuk keputusan penggunaan jasa di Studio Foto BlackSweet.

Bedasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor – faktor yang membentuk *purchase decision*, sehingga penelitian ini berjudul **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, SERVICE QUALITY, DAN BRAND IMAGE**

TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PADA STUDIO FOTO BLACKSWEET.

1.2 Rumusan Masalah

Studio foto Blacksweet adalah studio foto yang terkenal di Kabupaten Kebumen. Studio foto ini terletak di tepi jalan kecamatan, sehingga mudah diakses oleh calon konsumen. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Blacksweet, baik fotografer maupun admin, sangat ramah dan baik. Hal ini terlihat dari cara crew memperlakukan pelanggan dengan mengarahkan cara berpose yang bagus agar hasil fotonya tidak terlihat kaku dan lebih estetik. Studio foto Blacksweet juga memiliki fasilitas yang cukup lengkap, termasuk properti yang dapat digunakan untuk menunjang hasil foto. Meskipun belum ada ruang ganti khusus bagi pelanggan, namun mereka masih dapat menggunakan toilet yang tersedia untuk berganti pakaian. Hasil foto yang didapatkan dari studio Blacksweet juga tajam, cerah, dan jelas karena menggunakan lensa kamera yang tepat. Selain itu, hasil akhir dari pengerjaan yang cukup cepat juga menjadi nilai tambah bagi studio foto ini. Hal-hal tersebut dapat dikatakan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa studio foto Blacksweet. Berdasarkan informasi di atas, maka dapat dilakukan penelitian untuk menguji apakah *brand image*, *service quality*, dan *social media marketing* berpengaruh pada keputusan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet. Oleh karena itu, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

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

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dapat melebar ke berbagai aspek, untuk menghindari agar penelitian ini tidak melebar dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka peneliti menetapkan batasan penelitian sebagai berikut :

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. Variabel dalam penelitian ini dibatasi oleh:
 - a. *Social Media Marketing*

Menurut Santoso (2017) pemasaran sosial media merupakan bentuk pemasaran yang dipakai untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merek, produk, bisnis,

individu, atau kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan alat dari web sosial seperti *blogging*, *microblogging*, dan jejaring sosial. Menurut As'ad dan Alhadid, 2014 dalam (Anggraini, 2023) Indikator *Social Media Marketing*, yaitu:

- 1) *Online Communities*
- 2) *Interaction*
- 3) *Sharing of Content*
- 4) *Accessibility*

b. *Service Quality*

Menurut Tjiptono (2020) kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang memakai jasa foto di studio tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Menurut (Asnawi Anita, 2017) menyebutkan lima indikator kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu :

- 1) Bukti fisik (*tangibles*)
- 2) Empati (*empathy*)

- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Cepat tanggap (*responsivness*)
- 5) Jaminan (*assurance*)

c. *Brand Image*

Menurut Miati (2020) brand image atau citra merek adalah bentuk kepercayaan didalam seseorang konsumen terhadap suatu produk ataupun layanan, citra merek pada seseorang konsumen nantinya berada didalam pikiran pelanggan menurut sebuah pengalamannya didalam memakai produk maupun layanan. Ada 5 indikator brand image menurut (Francy Iraini, et al, 2020) diantaranya:

- 1) *Identitas Merek*
- 2) *Personalitas Merek*
- 3) *Asosiasi Merek*
- 4) *Sikap dan Perilaku Merek*
- 5) *Manfaat dan Keunggulan Merek*

d. Keputusan Penggunaan Jasa

Menurut Kotler & Armstrong (2016) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: “*Consumer purchase decision is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*” yang artinya keputusan pembelian merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau

pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2012:184), yaitu:

- a. Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- b. Kebiasaan dalam pembelian barang atau jasa.
- c. Merekomendasikan kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian berulang.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari peneliti ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet.
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet.
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet.
4. Mengetahui apakah terdapat pengaruh *Social Media Marketing*, *Service Quality*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat yang berkenaan dengan pengembangan ilmu pengetahuan. Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat teoritis yaitu:

1. Bagi Peneliti.

Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan dan mengembangkan pengetahuan pemasaran tentang pengaruh *Social Media Marketing*, *Service Quality*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Studio Foto Blacksweet.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Memberikan tambahan perbendaharaan kepastakaan khususnya yang berhubungan dengan pengaruh *Social Media Marketing*, *Service Quality*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan.

1.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat yang dapat diambil oleh perusahaan. Dalam penelitian ini manfaat praktisnya adalah penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran UKM Studio Foto Blacksweet khususnya untuk pelanggan di Kota Kebumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat agar pelanggan Studio Foto Blacksweet di Kota Kebumen semakin meningkat.