

PENGARUH PENETAPAN BIAYA PEMBELIAN JASA FOTOGRAFI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA BINTANG TERANG PRODUCTION)

^{1*}Agnes Greta Sihombing, ²Siti Nurhayamah Hasibuan, ³Iqbal Siregar,
⁴Fahrezi Damanik, ⁵Santi Monika Sihombing, ⁶Reynold Gultom, ⁷Rizky Ananda,
⁸Mutiara Situmorang

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Simalungun

^{1*}e-mail: agnesgretasihombing@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the effect of determining the cost of purchasing photography services on customer satisfaction at Bintang Terang Production. This study uses a descriptive qualitative approach in a case study method. The data were collected through in-depth interviews with six relevant informants and observations of customer satisfaction strategies. Through interview data on photography services, this study found that transparent costs and in accordance with the quality of service provided can significantly increase customer satisfaction. This finding highlights the importance of effective communication between photographers and consumers regarding the costs and services offered. In addition, this study also shows that good service quality and communication play an important role in building consumer trust and loyalty. The implication of this study is that photographers and photography service companies need to consider setting appropriate costs and improving service quality to increase customer satisfaction. Thus, this study contributes to the understanding of how costing strategies and service quality can affect customer satisfaction in the context of photography services. The results of this study can be a reference for practitioners and researchers in developing more effective marketing strategies.

Keywords: Purchase Costs, Photography Services, Customer Satisfaction, Service Quality.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan biaya pembelian jasa fotografi terhadap kepuasan konsumen pada Bintang Terang Production. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif didalam metode studi kasus. Data tersebut dikumpulkan melalui wawancara mendalam kepada enam informan yang relevan dan observasi terhadap strategi kepuasan konsumen. Melalui data wawancara terhadap jasa fotografi tersebut, penelitian ini menemukan bahwa biaya yang transparan dan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Temuan ini menyoroti pentingnya komunikasi yang efektif antara fotografer dan konsumen mengenai biaya dan layanan yang ditawarkan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan komunikasi yang baik memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa fotografer dan perusahaan jasa fotografi perlu mempertimbangkan penetapan biaya yang sesuai dan meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana strategi penetapan biaya dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks jasa fotografi. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi praktisi dan peneliti dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: Biaya Pembelian, Jasa Fotografi, Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan

PENDAHULUAN

Bintang Terang Production, sebagai salah satu penyedia jasa fotografi terkini, telah membangun reputasi yang kuat dalam industri ini. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini telah menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan konsumen yang tinggi. Salah satu faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen adalah biaya pembelian jasa fotografi.



Beberapa konsumen telah mengeluh tentang biaya jasa fotografi yang terlalu tinggi, sementara yang lain telah memuji kualitas layanan yang diberikan oleh Bintang Terang Production. Dalam konteks ini, penelitian tentang pengaruh biaya pembelian jasa fotografi terhadap kepuasan konsumen pada Bintang Terang Production menjadi sangat penting. Industri fotografi saat ini sangat kompetitif, dan konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih penyedia jasa fotografi. Oleh karena itu, Bintang Terang Production perlu memahami bagaimana biaya pembelian jasa fotografi mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini juga relevan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kualitas layanan, harga, dan komunikasi. Dalam industri fotografi, biaya pembelian jasa fotografi dapat menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi penyedia jasa fotografi lainnya dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Kotler dan Armstrong (2018), menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, yang mempengaruhi keputusan pembelian. Bintang Terang Production telah berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen melalui berbagai cara, termasuk meningkatkan kualitas foto, memberikan layanan yang lebih personal, dan meningkatkan komunikasi dengan konsumen. Namun, biaya pembelian jasa fotografi masih menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dapat membantu Bintang Terang Production dalam memahami bagaimana biaya pembelian jasa fotografi mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri fotografi telah mengalami perubahan yang signifikan. Teknologi fotografi yang semakin canggih dan meningkatnya permintaan akan jasa fotografi telah membuat industri ini menjadi sangat kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini dapat membantu Bintang Terang Production dalam memahami bagaimana biaya pembelian jasa fotografi mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi salah satu langkah penting dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen pada Bintang Terang Production. Kepuasan konsumen perlu diperhatikan para pelaku usaha karena akan berdampak pada penjualan. Samuel dan Ramadhan (2020), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori pemasaran dan meningkatkan pemahaman tentang bagaimana biaya pembelian jasa fotografi mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut (Untari & Fajariana, 2018), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, dan terpadu untuk pemasaran barang dan jasa. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran kebijakan, serta seperangkat aturan yang memandu pemasaran barang dan jasa. Penelitian ini juga dapat membantu Bintang Terang Production dalam meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan memahami bagaimana biaya pembelian jasa fotografi mempengaruhi kepuasan konsumen, Bintang Terang Production dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam menentukan biaya jasa fotografi dan meningkatkan kualitas layanan. Dalam penelitian ini, akan dilakukan wawancara dengan konsumen yang telah menggunakan jasa fotografi Bintang Terang Production dan observasi terhadap proses layanan yang diberikan oleh Bintang Terang Production. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Bintang Terang Production dan penyedia jasa fotografi lainnya dalam menentukan biaya jasa fotografi dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya pembelian jasa fotografi terhadap kepuasan konsumen pada Bintang Terang Production. Serta mengetahui bagaimana kualitas layanan mempengaruhi hubungan antara biaya pembelian jasa fotografi dan kepuasan konsumen pada Bintang Terang Production dan memberikan rekomendasi bagi Bintang Terang Production dalam meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

KAJIAN TEORI

Biaya Pembelian



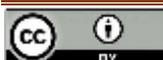
Biaya pembelian merupakan komponen penting dalam proses pengadaan barang atau jasa. Menurut (Heizer & Render, 2017), biaya pembelian adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dari pemasok. Menurut (Krajewski & Ritzman, 2019), biaya pembelian adalah biaya yang terkait dengan proses pembelian, termasuk biaya pengadaan, pengiriman, dan penyimpanan. Biaya pembelian adalah salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membuat keputusan pembelian, biaya pembelian mencakup harga produk atau layanan. Konsumen cenderung memilih produk atau layanan yang menawarkan nilai terbaik dengan biaya yang kompetitif. Perusahaan yang dapat menawarkan harga yang kompetitif dan kualitas yang baik akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar.

Adapun faktor dari biaya pembelian meliputi biaya transportasi, biaya penyimpanan, dan biaya pengadaan. Selain itu, faktor lain seperti kualitas barang atau jasa, reputasi pemasok, dan risiko pengadaan juga dapat mempengaruhi biaya pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor tersebut dalam mengelola biaya pembelian. Menurut Chopra dan Meindl (2019), faktor-faktor yang mempengaruhi biaya pembelian meliputi harga bahan baku, biaya transportasi, biaya penyimpanan, dan biaya pengadaan.

Biaya pembelian dalam fotografi adalah investasi untuk menciptakan kenangan yang abadi. Klien harus mempertimbangkan biaya jasa fotografer, peralatan, dan cetak foto untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Biaya yang sesuai dapat membuat klien merasa puas dengan hasil foto yang dihasilkan. Fotografer yang profesional dapat memberikan hasil yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan klien. Dalam memilih fotografer, klien harus mempertimbangkan biaya dan kualitas hasil foto. Dengan demikian, klien dapat membuat keputusan yang tepat dan mendapatkan hasil foto yang sesuai dengan harapan mereka. Biaya pembelian yang sesuai dapat membuat klien merasa puas dan mendapatkan hasil yang berkualitas. Oleh karena itu, biaya pembelian menjadi faktor penting dalam fotografi yang harus dipertimbangkan dengan bijak. Dengan biaya yang tepat, klien dapat memiliki kenangan yang abadi dan berkualitas.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang berdasarkan perbandingan antara harapan dan kenyataan terhadap penggunaan suatu produk atau jasa. Menurut (Tjiptono & Candra, 2017), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang berdasarkan perbandingan antara harapan dan kenyataan terhadap penggunaan suatu produk atau jasa. Perusahaan yang dapat membuat pelanggan puas akan memiliki keuntungan besar. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan setia, dan mereka akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan membuat mereka lebih kompetitif di pasar. Kepuasan konsumen juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan lebih cenderung untuk kembali menggunakan produk atau layanan perusahaan. Ini dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan membuat mereka lebih stabil dalam jangka panjang. Dalam membuat pelanggan puas, perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara mendalam. Mereka harus dapat memberikan solusi yang tepat dan membuat pelanggan merasa dihargai. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggannya dan meningkatkan kepuasan konsumen. Ini akan membawa keuntungan besar bagi perusahaan dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen dalam fotografi adalah tentang menciptakan kenangan yang tak terlupakan dan membuat klien merasa puas dengan hasil foto. Fotografer yang profesional harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan klien, serta memberikan hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Dengan memberikan hasil yang berkualitas tinggi dan memahami kebutuhan klien, fotografer dapat membangun hubungan yang kuat dengan klien dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi juga dapat meningkatkan kemungkinan klien untuk merekomendasikan fotografer kepada orang lain. Dalam fotografi, kepuasan konsumen tidak hanya tentang hasil foto, tapi juga tentang pengalaman yang diberikan oleh fotografer. Oleh karena itu, fotografer harus dapat memberikan pengalaman yang positif dan membuat klien merasa dihargai. Dengan demikian, klien akan merasa puas dan menjadi klien setia. Kepuasan konsumen menjadi kunci utama bagi fotografer untuk mencapai kesuksesan dan membangun reputasi yang baik. Elemen-Elemen Kepuasan Konsumen: Menurut (Priansa, 2017), ada lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen:



- a. Harapan (*Expectations*): Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang disusun sebelum pembelian barang atau jasa tersebut.
- b. Kesesuaian harapan dengan kenyataan
- c. Kualitas produk atau jasa
- d. Nilai yang dirasakan oleh konsumen
- e. Kepuasan secara keseluruhan

Kualitas Layanan

Menurut (Patel, 2024), kualitas layanan adalah integrasi antara kinerja layanan yang konsisten, transparansi dalam komunikasi, dan keberlanjutan dalam praktik bisnis. Sementara menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi harapan pelanggan. Ini dapat dilakukan dengan memastikan bahwa semua aspek layanan, seperti kecepatan dan ketepatan, dipenuhi dengan baik. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kesuksesannya. Kualitas layanan yang baik juga dapat membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus memprioritaskan kualitas layanan dan memastikan bahwa pelanggan merasa puas dan dihargai. Dengan melakukan hal ini, perusahaan dapat meningkatkan kesuksesannya dan memenangkan persaingan di pasar.

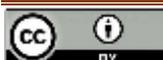
Kualitas layanan adalah tentang menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan. Ini bukan hanya tentang memberikan layanan yang baik, tapi juga tentang memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara mendalam. Perusahaan yang memiliki kualitas layanan yang baik dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggannya. Mereka dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan diprioritaskan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan yang baik juga dapat menjadi pembeda antara perusahaan yang satu dengan yang lain. Dalam era persaingan yang ketat, kualitas layanan dapat menjadi faktor penentu bagi pelanggan dalam memilih perusahaan yang tepat. Dengan demikian, kualitas layanan menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan yang ingin sukses dalam bisnisnya. Mereka harus terus berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik.

Kualitas layanan dalam fotografi adalah tentang memberikan pengalaman yang luar biasa bagi klien. Fotografer yang profesional harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan klien, serta memberikan hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Dari proses pemotretan hingga pengiriman hasil akhir, fotografer harus memperhatikan setiap detail untuk memastikan bahwa klien merasa puas. Komunikasi yang baik dan kemampuan untuk memberikan saran yang tepat juga sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Dengan memberikan layanan yang berkualitas, fotografer dapat membangun hubungan yang kuat dengan klien dan meningkatkan reputasi mereka. Klien yang puas akan lebih cenderung untuk merekomendasikan fotografer kepada orang lain dan menjadi klien setia. Oleh karena itu, kualitas layanan menjadi kunci utama bagi fotografer untuk mencapai kesuksesan.

Kualitas Produk

Kualitas produk fotografi mencakup ketajaman gambar, warna yang akurat, dan detail yang baik. Menurut Tjiptono dan Chandra, (2016), kualitas dapat diartikan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan spesifikasi produk, serta kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen (Windarti & Ibrahim, 2017).

Produk yang berkualitas tinggi memiliki keunikan dan karakteristik yang membedakannya dari yang lain. Desain yang menarik, bahan yang berkualitas, dan kinerja yang optimal membuat produk tersebut menjadi pilihan utama konsumen. Kualitas produk juga dapat mempengaruhi emosi konsumen. Ketika konsumen menggunakan produk yang berkualitas tinggi, mereka merasa dihargai dan diprioritaskan. Ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan membuat mereka lebih cenderung untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam menciptakan produk yang berkualitas tinggi, perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara mendalam. Mereka harus dapat memberikan solusi yang tepat dan membuat konsumen merasa puas. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan meningkatkan reputasi mereka. Kualitas produk yang baik adalah kunci untuk mencapai kesuksesan di pasar.



Fotografi berkualitas menawarkan hasil yang memuaskan dengan detail yang tajam dan warna yang akurat. Kualitas cetakan foto yang tahan lama dan tidak mudah rusak menjadi faktor penting bagi konsumen dalam menilai foto yang berkualitas. Dengan demikian, konsumen dapat menikmati kenangan yang diabadikan dalam foto tersebut tanpa khawatir tentang kerusakan atau perubahan warna. Fotografi yang berkualitas juga dapat meningkatkan nilai estetika dan emosi bagi konsumen. Warna yang akurat dan detail yang tajam dapat membangkitkan kenangan dan emosi yang kuat. Oleh karena itu, fotografi berkualitas menjadi pilihan utama bagi konsumen yang ingin memiliki kenangan yang abadi dan berkualitas. Dalam memilih fotografi, konsumen harus memperhatikan kualitas cetakan dan detail yang dihasilkan. Dengan demikian, konsumen dapat memastikan bahwa foto yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Fotografi berkualitas dapat menjadi investasi yang berharga bagi konsumen yang ingin memiliki kenangan yang abadi.

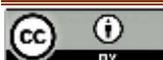
Persepsi Harga

Persepsi harga adalah penilaian subjektif konsumen tentang nilai suatu produk atau jasa berdasarkan harga yang ditawarkan. Ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas, merek, dan pengalaman. Tjiptono & Diana (2020) berpendapat bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen yang memiliki persepsi harga positif akan merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang diterima. Sebaliknya, konsumen yang memiliki persepsi harga negatif akan merasa bahwa harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan nilai yang diterima. Persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan loyalitas mereka terhadap suatu merek. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan persepsi harga dan berusaha untuk membangun persepsi harga positif dengan memberikan nilai yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Dengan memahami persepsi harga, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan penjualan. Persepsi harga yang positif dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan meningkatkan reputasi merek.

Persepsi harga dalam fotografi adalah tentang bagaimana klien menilai nilai jasa fotografer dan hasil foto yang dihasilkan. Klien yang puas dengan hasil foto akan merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sepadan dengan nilai yang diterima. Persepsi harga yang positif dapat dibangun dengan memberikan hasil foto yang berkualitas tinggi, komunikasi yang baik, dan pengalaman yang memuaskan. Fotografer yang profesional dapat meningkatkan persepsi harga positif dengan memahami kebutuhan klien dan memberikan hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian, klien akan merasa puas dan percaya diri dengan keputusan mereka untuk menggunakan jasa fotografer. Persepsi harga yang positif juga dapat meningkatkan loyalitas klien dan membuat mereka lebih cenderung untuk merekomendasikan fotografer kepada orang lain. Oleh karena itu, persepsi harga menjadi faktor penting dalam fotografi yang harus dipertimbangkan oleh fotografer untuk meningkatkan kepuasan klien dan membangun reputasi yang baik. Dengan memahami persepsi harga, fotografer dapat meningkatkan kualitas layanan dan hasil foto untuk memenuhi kebutuhan klien dan meningkatkan kepuasan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk menganalisis pengaruh penetapan biaya pembelian jasa fotografi terhadap kepuasan konsumen yang diterapkan oleh Bintang Terang Production. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana Bintang Terang Production menetapkan biaya pembelian jasa fotografi dalam menghadapi kepuasan konsumen. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk meneliti secara mendalam melalui pengalaman langsung dari pemilik serta beberapa informan yang relevan melalui wawancara dan observasi terhadap strategi kepuasan konsumen. Wawancara merupakan salah satu metode untuk melakukan pengambilan data, melalui kegiatan komunikasi secara lisan dalam bentuk terstruktur, semi - terstruktur, dan tak terstruktur (Harahap, 2020). Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat memperoleh data yang kaya dan detail tentang strategi kepuasan konsumen yang digunakan oleh Bintang Terang Production. Melalui pengalaman langsung dari pemilik dan wawancara dengan informan yang relevan, peneliti dapat memperoleh informasi tentang latar belakang dan motivasi di balik strategi kepuasan konsumen yang digunakan. Wawancara juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan memperoleh perspektif



yang berbeda dari informan. Dengan demikian, peneliti dapat memahami bagaimana Bintang Terang Production mengembangkan dan melaksanakan strategi kepuasan konsumen yang efektif.

Observasi terhadap strategi kepuasan konsumen juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang objektif. Menurut (Sugiyono, 2020) observasi dapat dilakukan secara langsung (tanpa alat) atau tidak langsung (dengan alat), dan bisa dilakukan secara partisipatif (peneliti terlibat dalam kegiatan objek penelitian) atau non-partisipatif. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang pengaruh penetapan biaya pembelian jasa fotografi dan strategi kepuasan konsumen yang digunakan oleh Bintang Terang Production. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi Bintang Terang Production dalam memahami pengaruh penetapan biaya pembelian jasa fotografi serta strategi kepuasan konsumen yang efektif dan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penetapan Biaya

Penetapan biaya merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen di dalam jasa fotografi. Bintang Terang Production sebagai penyedia jasa fotografi perlu mempertimbangkan biaya yang dikenakan kepada konsumen agar sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Hasil pembahasan melalui wawancara dengan pemilik Bintang Terang Production tentang pengaruh biaya pembelian jasa fotografi menunjukkan bahwa biaya memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Pemilik Bintang Terang Production menyatakan bahwa biaya jasa fotografi harus sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Menurut pemilik Bintang Terang Production dan karyawan yang bekerja disana, konsumen cenderung menilai nilai jasa fotografi berdasarkan biaya yang dikenakan. Jika biaya yang dikenakan terlalu tinggi, konsumen mungkin merasa tidak puas jika kualitas layanan tidak sesuai dengan biaya yang dibayarkan. Sebaliknya, jika biaya yang dikenakan sesuai dengan kualitas layanan, konsumen akan merasa puas dan lebih cenderung untuk menggunakan jasa fotografi lagi di masa depan. Pemilik Bintang Terang Production juga menyatakan bahwa biaya jasa fotografi harus kompetitif dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Hal ini penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan dan menarik konsumen baru. Dalam menentukan biaya jasa fotografi, pemilik Bintang Terang Production mempertimbangkan beberapa faktor, seperti biaya produksi, kualitas layanan, dan target pasar. Dengan demikian, biaya jasa fotografi dapat ditentukan secara tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsumen Bintang Terang Production menyatakan bahwa biaya jasa fotografi yang dikenakan harus sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Konsumen merasa puas ketika biaya jasa fotografi yang dikenakan sesuai dengan kualitas foto yang dihasilkan. Mereka juga menilai bahwa biaya jasa fotografi yang kompetitif dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, Bintang Terang Production perlu memperhatikan biaya jasa fotografi secara cermat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan membangun reputasi yang baik. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan meningkatkan pendapatan. Konsumen akan merasa puas dan lebih cenderung untuk merekomendasikan Bintang Terang Production kepada orang lain.

Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Dan Produk

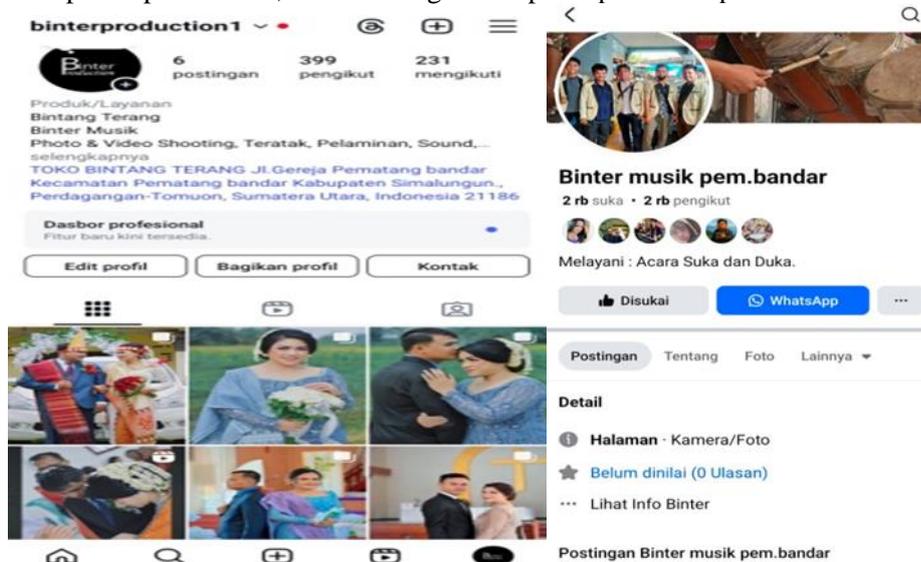
Kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan dan produk merupakan aspek krusial dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan konsumen akan cenderung memiliki loyalitas konsumen yang tinggi, reputasi yang baik, dan pendapatan yang meningkat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memprioritaskan kepuasan konsumen dalam strategi bisnis mereka. Konsumen yang puas dengan kualitas layanan dan produk akan cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Pemilik Bintang Terang Production menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dicapai dengan menyediakan kualitas layanan dan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuat mereka merasa puas dengan jasa fotografi yang diberikan. Pemilik Bintang Terang Production juga menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti:

1. Kepuasan Terhadap Kualitas Foto: Konsumen merasa puas dengan kualitas foto yang dihasilkan.



2. Kepuasan Terhadap Layanan: Konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh tim fotografi Bintang Terang Production.
3. Kepuasan Terhadap Harga: Konsumen merasa bahwa harga jasa fotografi yang dikenakan sesuai dengan kualitas layanan dan produk yang diberikan.

Pemesanan jasa fotografi Bintang Terang Production melalui sosial media Facebook (FB) dan Instagram (IG) menawarkan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen. Dengan menggunakan platform online, konsumen dapat memesan jasa fotografi kapan saja dan di mana saja, tanpa harus terikat dengan jam kerja kantor. Konsumen dapat melihat contoh-contoh foto yang dihasilkan oleh Bintang Terang Production, memperoleh informasi tentang harga dan paket jasa fotografi, serta langsung menghubungi tim Bintang Terang Production melalui pesan pribadi atau komentar di FB dan IG. Proses pemesanan jasa fotografi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga konsumen dapat lebih fokus pada kebutuhan mereka. Bintang Terang Production dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran jasa fotografi melalui platform online. Dengan demikian, konsumen dapat memperoleh pengalaman yang lebih baik dalam memesan jasa fotografi, dan Bintang Terang Production dapat memberikan layanan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan memahami kepuasan konsumen, Bintang Terang Production dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk jasa fotografi untuk memenuhi harapan konsumen. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan reputasi perusahaan, serta meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis.

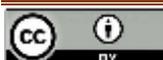


KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang dilakukan terhadap jasa fotografi Bintang Terang Production, meskipun pemilik telah menyatakan bahwa kepuasan konsumen dinilai dari kepuasan terhadap kualitas foto, kepuasan terhadap layanan dan kepuasan terhadap harga, masih terdapat beberapa konsumen yang memang menyatakan bahwa biaya pembelian jasa fotografi yang diberikan cukup mahal. Sedangkan konsumen yang mengerti mengenai kualitas akan merasa bahwa biaya pembelian jasa fotografi yang diberikan itu adalah harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan. Bintang Terang Production selalu memberikan pelayanan serta produk yang memuaskan kepada semua konsumen yang menggunakan jasa fotografi perusahaan tersebut. Dengan adanya pelayanan online melalui sosial media, akan sangat mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan jasa fotografi.

Saran

Tetapkan harga yang kompetitif, pastikan harga jasa fotografi yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan dan biaya yang dikeluarkan. Komunikasi yang efektif, pastikan komunikasi dengan konsumen berjalan dengan baik dan efektif untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka. Gunakan teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas foto dan mempercepat proses pengeditan. Tawarkan paket jasa yang fleksibel untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Serta minta umpan balik dari konsumen untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka dan meningkatkan



kualitas layanan. Dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan Bintang Terang Production dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan reputasi perusahaan, serta meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimatuts Satdiah, Elmira Siska, Natal Indra. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint.
- Arifin Arifin, Nurul Hasanah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto "Arina Photo" Di Desa Binju Kecamatan Halong.
- Chinvia D. Pitoi Johny. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson.
- Damanik, E. O., Kemala, Z., & Sipayung, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pada Live Streaming Aplikasi TIKTOK Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Universitas Simalungun. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 90-104
- Dwi Retno. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studio Fotografi Calista Yogyakarta.
- Dwiki Irianda, & Era Agustina Yamini. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi (Studi Pada Konsumen Ponsel Xiaomi Di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 47 –. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v5i1.670>
- Eggi Tresna Faturahman. (2022). Pembangunan Sistem Informasi Pemesanan Jasa Foto berbasis Web menggunakan RESTAPI pada Heroe Photography.
- Fandy Tjiptono, P., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (4th ed.). CV.ANDI OFFSET.
- Gultom, L. S., & Purba, F. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Alaspat Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.38>
- Heizer Jay dan Render, Barry. (2017). *Manajemen Operasi* edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Iliyas. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Toko Nikimi Mart Tebo)
- Jhoni Hendra Sitepu, Hazmanan Khair, Fajar Pasaribu. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian" (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia)
- Juhandi. (2024). Kualitas Pelayanan pada Berbagai Bidang Jasa di Kota Serang melalui Kajian Pustaka. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Lilis Cucu Sumartini. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja.
- Muhammad Reza Pahlevi Santoso. (2025). Strategi Pemasaran Digital UMKM Chudox Wahana (Studi Kasus Pada Mitra CSR PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk). *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI Vol.7 No 1*
- Nadila, A., Saragih, L., & Tarigan, W. J. (2022). Pengaruh Recreational Satisfaction Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisata Kebun Teh Sidamanik Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Integra*, 12(2), 133-142
- Nainggolan, N., & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.340>
- Ni Putu Kesya Krista Bela Pangky Swara. (2024). Peran Kualitas Layanan Dan Customer Experience Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*.



- Pulungan, F. A., Saragih, L., & Damanik, E. O. P. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KFC Di Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 35-46
- Pulungan, I. S. C., Yuliana, Y., Utama, I., & Hadian, A. (2024). Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Kelurahan Sitirejo III Kecamatan Medan Amplas). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(3), 476-484
- Prabowo, Heriyanto dan Yulianeu.(2017).Pengaruh Analisis Harga,Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi pada Rumah Fotografi Kudus).*Jurnal Manajemen Volume 3 No.3*.
- Renyarosari Bano Seran, Elia Sundari, Muinah Fadhila. Strategi Pemasaran yang Unik :Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen : *Jurnal Mirai Management*.(2023).
- Samuel, R., & Ramadhan, T. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Price Discount Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffe (Studi Kasus Starbucks Coffee Green Pramuka). *Kalbisiana Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 5041-5048.
- Sakinah, T. M., Rohani, S., & Saragih, L. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Harga Dan Brand Trusts Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Indriver (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen konsentrasi Pemasaran Universitas Simalungun Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 160-168
- Sagala, E., Teviana, T., Syahreza, D. S., & Syahreza, H. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 377-389
- Sastra Rammadan. (2024).Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Konsumen Listoriya Fotografi).
- Sinaga, J. E., & Simatupang, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Di Kota PematangSiantar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.37>
- Sipayung, T., & Bobby Syahreza. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Toko TIA Ponsel Di Kota Pematangsiantar). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(1), 11–24. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i1.475>
- Shella Oktaviani. (2022).Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica.
- Sugiarto, Y. S., & Pratomo, L. A. (2024). Antecedent And Consequences Of Customer Satisfaction Of Local Fast Food In Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(3), 431-445
- Tarigan, W. J., Tarigan, V., & Purba, D. S. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Alfamart Perumnas Batu 6 Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 433-444
- Tarigan, V., & Tarigan, W. J. (2020). Analisis Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada Bank Mega Kantor Cabang Pematangsiantar: Analysis Of Organizational Culture And Job Satisfaction That Affect Emoloyee Performance In The Bank Mega Branch Office Trading Siantar. *Jurnal Edueco*, 3(2), 38-50
- Tjiptono dan Candra. 2017. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2019) *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi* : Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Wico J Tarigan, Mahaitin H Sinaga, Djuli Sjafei Purba, M. S. (2022). *Buku Ajar Akuntansi Biaya*. In *Buku Ajar Akuntansi Biaya*. Global Aksara Pres. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6081-06-8>



- Widyawaty, D. K., & Widyaningsih, M. (2024). Analisis Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Layanan Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 67-77
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jurnal Online Mahasiswa*. Volume 4 No. 2 Oktober 2017.
- Wirayanti, L. P. L. K. (2024). Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa. CO. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 282-288
- Yohanes Mali, Kris Dipayanti.(2024).Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Sedari Kopi dan Teh di Bintaro Kota Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*.

