

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, dunia bisnis pun mengalami perkembangan. Bisnis merupakan organisasi yang menjual barang atau jasa. Dalam pandangan Islam, bisnis disebut dengan *muamalah* yakni bagian dari hukum *amaliah* selain ibadah yang mengatur hubungan orang-orang mukalaf antara satu dengan yang lainnya baik secara individu dalam keluarga maupun bermasyarakat. Ada beberapa kegiatan ekonomi yang tergolong *muamalah*, salah satunya yaitu sewa-menyewa (*ijarah*) (Tina, 2019).

Salah satu usaha yang berkembang saat ini ialah bisnis dalam bidang jasa. Peningkatan bisnis jasa dipicu oleh beberapa hal yang terjadi di masyarakat seperti perubahan ekonomi, politik, dan dampak besar globalisasi terhadap perkembangan bisnis jasa. Era globalisasi saat ini, menuntut perusahaan jasa untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang pesat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata jasa sendiri memiliki banyak arti, salah satunya menurut Kotler adalah tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dan menurut teori Rangkuti bahwa pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk (Asih, 2016). Jasa (*service*) tentunya berbeda dengan produk, dikarenakan jasa tidak dapat terlihat dengan mata. Dalam pandangan Islam jasa disebut dengan *ijarah*, yang berarti menyewa atau menjual dan membeli manfaat. Salah satu jenis *ijarah* dalam Islam ialah *ijarah 'ala al 'amali*, dimana bentuk jasa ini mempekerjakan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam sewa menyewa (*ijarah*) pihak *mu'jir* mendapatkan upah dari *mu'tajir* sebagai imbalan atas jasa yang telah diberikan.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa merupakan pekerjaan yang melakukan sebuah pelayanan. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas pelayanan yang merupakan totalitas karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Perusahaan harus mampu membuat konsumen merasa nyaman dan puas ketika diberi suatu pelayanan. Karena dalam prinsip persaingan Islam suatu transaksi harus dilakukan suka sama suka antara kedua belah pihak. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29, yang berbunyi:

Yang artinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Qs. An-Nisa: 29)

Dalam ayat tersebut, kita dapat melihat bahwa kegiatan jual beli harus dilakukan dengan cara yang baik. Jalan yang baik tentu saja terhindar dari aspek rekayasa dan aspek spekulatif. Aspek rekayasa agar perusahaan tidak menghasilkan produk yang didalamnya terdapat unsur kecurangan yang dapat merugikan konsumen dan aspek spekulasi agar produk yang dihasilkan tidak meniru produk pesaing. Hendaknya strategi yang dilakukan tidak meniru produk pesaing tetapi melakukan inovasi produk seperti diferensiasi produk agar lebih berbeda dengan pesaing dan dapat menarik perhatian konsumen serta meningkatkan kepuasan konsumen. Jika kedua aspek tersebut terpenuhi maka akan menciptakan kepuasan konsumen dan persaingan yang kompetitif (Reski, 2016).

Salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa yang saat ini sedang berkembang adalah usaha photo studio atau dikenal dengan usaha fotografi, kegiatannya mengabadikan suatu peristiwa dengan menggunakan alat yang disebut kamera. Untuk mengabadikan peristiwa diperlukan adanya teknik dan seni fotografi yang baik, sehingga akan menghasilkan gambar yang memiliki kualitas visual dan estetika yang tinggi.

Secara umum usaha fotografi meliputi proses pembambilan gambar, proses *editing*, dan publikasi digital atau cetak. Fotografi saat ini telah menjadi evolusi dari era fotografi sebelumnya. Sebelum terjadi evolusi, teknologi fotografi seperti kamera masih sangat sederhana dan besar sehingga tidak bisa dibawa kemana-mana. Teknologi kamera saat itu hanya mampu merekam gambar yang statis dan hasil photonya masih hitam putih atau tidak berwarna.

Keberadaan mikroprosesor dan teknologi komputer yang canggih telah memberikan dampak yang signifikan terhadap seni dan teknik fotografi saat ini. Kemajuan teknologi dibidang fotografi telah membawa hal-hal yang baik bagi usaha fotografi. Dengan mengedit photo menggunakan kamera digital maupun program komputer menjadikan seorang *photographer* membuat kreasi seni fotografi yang kompleks (Sutrisno, 2018).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain seperti harga, kualitas pelayanan, emosional, kualitas produk, lokasi, dan biaya (Indrasari M. , 2019). Pelaku usaha dibidang jasa fotografi harus memastikan layanan konsumen yang tejamin. Misalnya, jasa pemotretan harus sesuai dengan waktu yang telah ditentukan konsumen, dan hasil pemotretan yang berupa cetakan harus dikemas dengan baik. Perkembangan bisnis fotografi di era ini didukung dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk mendokumentasikan peristiwa-peristiwa penting dalam hidupnya.

Persaingan usaha semakin ketat, khususnya persaingan usaha foto studio baik dalam segi persaingan produk, harga, kualitas dan sebagainya,

para pelaku usaha harus memperhatikan hal tersebut demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dan banyaknya pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam menjalankan usahanya perusahaan harus mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan sebagai bahan kajian dalam rangka perbaikan strategi pemasarannya.

Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kualitas yang baik agar dapat memberikan kesan yang baik untuk mendorong kepuasan konsumen (Kusuma, 2018). Hal ini akan memperkuat bisnis dalam mempertimbangkan persaingan perusahaan, dapat mendorong terciptanya pelanggan yang berkualitas, membentuk rekomendasi dari *word of mouth* yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik dimata konsumen (Putri, 2016).

Dalam dunia persaingan foto studio menuntut seorang photographer harus memiliki sebuah produk sendiri yang menarik untuk dijadikan sebuah iklan agar konsumen tertarik. Dalam sebuah kasus diberita seorang *photographer* mengambil hasil karya foto orang lain yang untuk dijadikan sebuah media promosi, hal ini termasuk pelanggaran hak cipta, merekayasa, dan mengspekulasi produk orang lain. Jika hal tersebut dirasakan oleh konsumen karena hasil foto tidak sesuai dengan ekspektasi yang ada di album photo/iklan yang ada di media sosial. Maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak nyaman atas pelayanan yang diberikan.

Maka dari itu, kepuasan konsumen merupakan kunci utama bagi perusahaan. Menurut teori Tjiptono, bahwasannya kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Indrasari M. , 2019). Dalam ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim di sebut dengan *qona'ah*, yang berkaitan dengan kenikmatan yang melahirkan rasa syukur. Prioritas utama yang harus ditekankan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan perusahaan adalah sejauh mana pelayanan

tersebut dapat menciptakan tingkat kepuasan sebesar-besarnya bagi konsumen.

Cirebon salah satu tempat berkumpulnya pebisnis foto studio. Di Cirebon sendiri jasa foto studio kurang lebih 100 foto studio. Beberapa foto studio yang terkenal di Cirebon adalah Malibu 62 Studio CSB, Yen Pop, Photo Studio Fuji Film, Cirebon Indah, Dunia Photo, AIUEOS's studio, Aini Studio dan lain sebagainya. Banyaknya usaha foto studio di Cirebon ini menunjukkan bahwa bisnis ini dapat diterima dengan baik oleh masyarakat setempat. Di Cirebon sendiri banyak usaha jenis foto studio yang baru merintis, salah satunya yaitu Photo Studio Maspur.

Photo Studio Maspur Cirebon merupakan salah satu tempat yang menyediakan layanan jasa dibidang fotografi. Seperti foto studio pada umumnya, Photo Studio Maspur Cirebon menyediakan layanan berupa layanan jasa foto, dan layanan jasa bingkai. Layanan jasa foto yang dimaksud adalah bagi orang yang membutuhkan foto untuk kepentingan seperti foto wisuda, foto *prewedding*, foto keluarga, dan lain sebagainya. Pada layanan jasa bingkai, pelanggan bisa memesan dan mengetahui informasi harga bingkai dan album yang ada di studio foto Maspur Cirebon.

Banyaknya usaha fotografi di Cirebon mengakibatkan Photo Studio Maspur harus bersaing dengan foto studio lainnya. Persaingan ini timbul karena setiap perusahaan ingin mendapatkan laba dan loyalitas konsumen. Tentunya para pesaing usaha foto studio di Cirebon mempunyai strategi pemasaran yang berbeda-beda untuk memikat para konsumen. Setiap perusahaan dituntut memberikan kepuasan pada konsumennya dengan penawaran dan pelayanan yang optimal.

Mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisinya ditengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini. Photo Studio Maspur khususnya harus mampu menjalankan usahanya dengan melakukan inovasi produk, menentukan lokasi yang strategis, melakukan promosi penjualan, menambah fasilitas pelayanan, menetapkan harga yang kompetitif,

dan memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis (Maria Ulfa, 2019). Persaingan bisnis tersebut bisa berupa harga, lokasi, promosi, kualitas, fasilitas, dan lain sebagainya.

Dalam hal ini, banyaknya studio foto di Cirebon dipengaruhi oleh banyaknya minat masyarakat untuk mengabadikan momen-momen pentingnya. Beberapa tahun terakhir dengan adanya pandemi ini, pelaku usaha bersaing untuk tetap mendapatkan keuntungan dari usaha photo studio. Dilihat dari salah satu studio yang ada di Cirebon, bahwa foto studio AIUEOS's mengalami penurunan hingga 70% karena tidak ada *bookingan* atau adanya pembatalan pemotretan. Menurunnya jumlah konsumen ini disebabkan adanya pandemi Covid-19 (www.timesindonesia.co.id).

Dan peneliti membandingkan dengan Photo Studio Maspur perihal jumlah konsumen pada masa pandemi. Bahwasannya Photo Studio Maspur dimasa pandemi seperti ini jumlah konsumen meningkat. Sehingga Maspur mampu membuat gedung studio sendiri. Melihat situasi dan kondisi di Photo Studio Maspur Cirebon, sebelumnya Photo Studio Maspur memiliki gedung studio sempit yang berhimpitan dengan rumahnya. Selama hampir setahun Photo Studio Maspur mengalami peningkatan penjualan sehingga Maspur mampu menyewa tempat studio yang cukup besar dari studio sebelumnya. Tidak lama kemudian Photo Studio Maspur ini mengalami perkembangan yang signifikan. Banyak konsumen yang antusias dalam bisnis jasa *photoshoot* Maspur ini, sehingga membuat nama Photo Studio Maspur dikenal dikalangan Masyarakat Cirebon. Walaupun masih banyak kekurangan mengenai lokasi, ruang tunggu yang membosankan, tempat studio terlalu panas, dan hasil cetak photo yang kurang maksimal.

Penjualan yang terus meningkat membuat Photo Studio Maspur ini memiliki Gedung studio yang besar dibandingkan dengan lokasi studio sebelumnya. Dapat dikatakan bahwa keberhasilan Photo Studio Maspur Cirebon ini dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Sehingga keberhasilan itu membuat Maspur membangun studio foto sendiri. Kepuasan konsumen Maspur sendiri di dasarkan pada *Service Excellence* atau pelayanan prima,

pemilik dan karyawan disana ramah dan mudah bergaul dengan pelanggannya, artinya pemilik dan karyawan studio Maspur menjadikan pelanggan sebagai temannya. Seperti mengobrol dengan pelanggan setelah sesi foto. Tidak hanya mudah bergaul, pemilik foto studio sangat respect kepada konsumen ketika meminta harga diskon foto. Maspur selaku pemilik studio langsung memberikan diskon dengan ketentuan tertentu. Dengan begitu promo yang diberikan oleh pemilik foto studio, konsumen merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan.

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada pemilik foto studio, bahwasannya tepatnya pada tahun 2020, Photo Studio Maspur sedang viral-viralnya di Cirebon. Dalam sehari Maspur mampu memperoleh 5 – 7 foto grup/keluarga/*couple*, dalam 1 grup tersebut bisa mencapai 2 - 30 orang lebih. Sehingga konsumen sementara maspur dalam 1,5 tahun ini mencapai 151.000-an orang (2020 bulan April – 2021 bulan September). Kepemilikan gedung studio baru tersebut merupakan hasil kerja keras Maspur selama 1 tahun menyewa gedung studio yang berlokasi di Klayan. Dapat dikatakan bahwa hasil selama 1 tahun tersebut Maspur memperoleh laba bersih sebesar 100 jt rupiah, sehingga hasil penjualan tersebut mampu untuk membuat gedung foto studio sendiri.

Selain pelayanan prima, yang menjadi acuan kepuasan konsumen dalam jasa fotografi yaitu diferensiasi produk dan kualitas produk. Kualitas produk menurut teori Kotler dan Amstrong ialah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Daga, 2017). Kualitas produk ini didasari dengan adanya perbedaan produk Photo Studio Maspur dengan foto studio lainnya. Dengan adanya kualitas produk yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing tentunya juga akan mempengaruhi suatu produk, yang nantinya akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi para konsumen terhadap suatu perusahaan (Retno, 2020).

Kualitas produk harus diperhatikan, karena dipihak lain mungkin saja kualitas produk yang diberikan telah dirasa baik bagi perusahaan, tetapi

karena tingkat pengetahuan pelanggan semakin tinggi, sehingga mengakibatkan pelanggan merasa bahwa produk yang sudah diberikan tidak sesuai dengan harapan. Hal ini menyebabkan banyak kekecewaan pelanggan, yang akhirnya pelanggan bisa pindah ke tempat lain yang kualitas produknya jauh lebih baik.

Di Photo Studio Maspur sendiri mempunyai beberapa perbedaan produk dengan photo studio lainnya. Seperti, rancangan (*design*) sebelumnya photo studio maspur ini hanya memiliki beberapa spot foto yang dijadikan untuk pemotretan. Berkembangnya usaha dan luasnya gedung studio, Maspur menambah spot photo yang ada di studio. Bertambahnya spot foto tersebut konsumen bisa memilih spot foto yang cocok untuk dijadikan background photo. Background merupakan salah satu keunggulan Photo Studio Maspur.

Dan Maspur juga menyediakan gaun prewedding dimana foto studio lain tidak menyediakan gaun prewedding. Total gaun prewedding tersebut untuk saat ini berjumlah 11 gaun. Tidak hanya rancangan/*design*. Owner/karyawan Photo Studio Maspur mempunyai keahlian dalam pemotretan. Dengan hasil pemotretan yang baik dan bagus ini membuktikan bahwa owner/karyawan Studio Maspur mampu mengatur kamera dan *lighting* dengan baik dan sempurna.



Gambar 1.1
Background Photo Studio Maspur Cirebon



Gambar 1.2
Background Foto dan Gaun Prewedding Studio Maspur Cirebon

Pada gambar 1.2, Maspur membuat background sendiri sehingga background tersebut diapresiasi oleh komunitas photo studio yang ada di Cirebon. Untuk menjadikan perbandingan background photo studio Maspur dengan studio photo lainnya yang ada di Cirebon, maka peneliti memilih 4 studio yang akan menjadikan bahan perbandingan, yaitu pada studio photo Yen Pop, Cirebon Indah, Jeh Studio, dan Ainifoto.



Gambar 1.3
Background Foto Yen Pop



Gambar 1.4
Background Foto Jeh Studio



Gambar 1.5
Background Foto Aini Studio



Gambar 1.6
Background Foto Cirebon Indah

Dengan adanya pelayanan prima, kualitas produk dan diferensiasi produk, membuat Photo Studio Maspur ini mengalami peningkatan. Peningkatan penjualan tersebut didasari oleh adanya kepuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh Photo Studio Maspur. Kepuasan konsumen ini bisa menjadi pengaruh terhadap konsumen-konsumen lain yang ingin mengabadikan momennya di Studio Photo Maspur. Kepuasan konsumen dan peningkatan penjualan ini bisa dilihat bahwa Maspur mempunyai gendung studio photo dengan hasil usaha jasa fotografinya.

Dalam teori Kotler, bahwasannya diferensiasi produk yaitu serangkaian tindakan untuk merancang suatu perbedaan dalam menawarkan sehingga memiliki nilai yang tinggi dimata konsumen. Keunggulan diferensiasi produk menjadi salah satu aspek unik dalam perusahaan yang memberdayakan konsumen untuk menjadi pelanggan yang loyal. Diferensiasi produk sangat penting bagi strategi produk perusahaan. Tanpa diferensiasi

produk, produk perusahaan hanya akan menjadi komoditi. Artinya, produk tersebut tidak jauh berbeda dengan produk lainnya (Trisihnyo, 2018).

Strategi diferensiasi produk yang diterapkan perusahaan akan mampu menarik perhatian konsumen. Diferensiasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Terciptanya produk yang mempunyai keunikan tersendiri dari produk pesaing dan sesuai dengan keinginan atau selera konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen. Dalam 6 bulan sekali Maspur mengganti background foto dan membeli properti baru. Hal itu dilakukan agar studio foto ada variasi baru dan tidak membosankan. Untuk pemilihan atau pembuatan background foto, Maspur selalu melihat trend masa kini. Strategi seperti itu akan membuat konsumen datang lagi untuk berfoto.

Pencarian variasi merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen untuk melepaskan suatu kebosanan karena keterlibatan rendah pada produk (Azhar, 2019). Diferensiasi tidak hanya menyangkut ciri fisik produk dan jasa tetapi juga mencakup segala sesuatu tentang produk atau jasa yang mempengaruhi nilai produk di mata konsumen (Ashari, 2009). Indikator dalam diferensiasi produk sendiri antara lain: Bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesesuaian, daya tahan, kehandalan, mudah diperbaiki, gaya, dan rancangan.

Dan dalam perkembangan dunia jasa pun dikenal dengan istilah *service excellence* (pelayanan prima). Pelayanan prima mengandung tiga hal, yakni adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian terhadap pelanggan, upaya melayani dengan tindakan terbaik tujuannya memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar pelayanan tertentu, antara berpenampilan baik, rapih, bersikap ramah, sikap yang selalu siap bertindak, mampu berkomunikasi dengan baik, serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara professional (Purnama Sari, 2019).

Dengan demikian pelayanan yang sempurna merupakan salah satu nilai jual yang penting bagi suatu industri jasa (Bastiar, 2010). Pelayanan prima tidak hanya sekedar memberikan pelayanan, tetapi membutuhkan

pelayanan yang sedikit ekstra dan sesuai dengan harapan pelanggan yang mengharapkan pelayanan yang terbaik. Artinya, membuat karyawan yang bekerja di perusahaan membuat pilihan, langkah, sikap yang tepat dalam berhubungan dengan konsumen.

Fenomena yang pernah terjadi di Photo Studio Maspur mengenai pelayanannya yaitu karena kurangnya SDM pada foto studio tersebut mengakibatkan konsumen harus menunggu, yakni menunggu *background* foto dan properti siap digunakan. Sehingga beberapa konsumen mengeluh pelayanannya yang kurang cepat, dan terlambatnya waktu pemotretan.

Sebagai penjual jasa, konsumen membutuhkan pelayanan dan perlakuan yang menyejukkan hati mereka melalui sikap yang ramah, sopan, dan tanggung jawab para karyawan (Indrasari M. , 2019). Ada lima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan, yakni *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dicapai suatu pokok permasalahan dalam bentuk pertanyaan “Bagaimana pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan diferensiasi produk terhadap kepuasan kosumen?. Dengan demikian penulis akan menetapkan judul, sebagaimana pembahasan yang diatas yakni **Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Photo Studio (Survei pada konsumen Photo Studio Maspur Cirebon).**

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diajukan sebelumnya, maka identifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

- a. Banyaknya pesaing usaha fotografi di Cirebon.
- b. Kurangnya sumber daya manusia sehingga pemotretan tidak sesuai dengan jadwalnya.

- c. Lokasi photo studio jauh dari jalan raya sehingga lokasi tersebut kurang strategis.
- d. Hasil cetak foto yang kurang maksimal.
- e. Bukti fisik berupa tempat studio bahwasannya Studio Maspur Cirebon mempunyai studio foto yang panas.
- f. Bukti fisik lainnya berupa ruang tunggu bahwasannya Studio Maspur Cirebon mempunyai ruang tunggu yang membosankan tidak ada fasilitas lain seperti TV atau menyediakan musik.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas penelitian ini tidak membahas semua permasalahan yang telah disebutkan. sehingga perlu adanya batasan masalah. Penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen di Photo Studio Maspur Cirebon.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah pada penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada jasa Photo Studio Maspur Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada jasa Photo Studio Maspur Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada jasa Photo Studio Maspur Cirebon?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada jasa Photo Studio Maspur Cirebon.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada jasa Photo Studio Maspur Cirebon.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada jasa Photo Studio Maspur Cirebon.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis
 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dan referensi guna menunjang mengembangkan ilmu pemasaran dalam menjelaskan pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen.
 2. Sebagai pengembangan penelitian lanjutan dan bahan perbandingan dengan penelitian sejenis.
- b. Secara Praktis
 1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan berkaitan dengan teori mengenai Usaha jasa.
 2. Bagi perusahaan Photo Studio Maspur Cirebon, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai pelayanan dan kualitas yang baik untuk para konsumennya agar kepuasan dan loyalitas konsumen tetap ada.

D. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi dalam susunan yang berdasarkan sistematika yang telah ditentukan, yaitu sebagai berikut:

Pada Bab I Pendahuluan, diuraikan permasalahan penelitian meliputi: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian serta sistematis penyusunan penelitian.

Pada Bab II Landasan Teori, bab ini berisikan teori mengenai kepuasan konsumen, pelayanan prima, kualitas produk, dan diferensiasi produk.

Pada Bab III Metodologi Penelitian, bab ini menjelaskan tentang pendekatan apa yang dilakukan peneliti, dimana dan kapan tempat penelitian, siapa yang menjadi subjek penelitian, bagaimana data itu diperoleh dan bagaimana mengolah hasil data yang sudah diperoleh.

Pada Bab IV Hasil Penelitian, bab ini berisikan gambaran umum tentang Photo Studio Maspur Cirebon, menjelaskan tentang hasil penelitian pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen.

Pada Bab V Penutup, bab ini berisikan kesimpulan dan saran, uraian dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Dan penulis berusaha memberikan saran-saran yang diperoleh dari hasil penelitian

