

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap pola perilaku konsumen serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh berbagai pelaku usaha. Transformasi digital mendorong perusahaan maupun usaha kecil dan menengah untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan interaksi dengan konsumen. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi tersebut adalah penggunaan media sosial sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi *platform* penting dalam membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

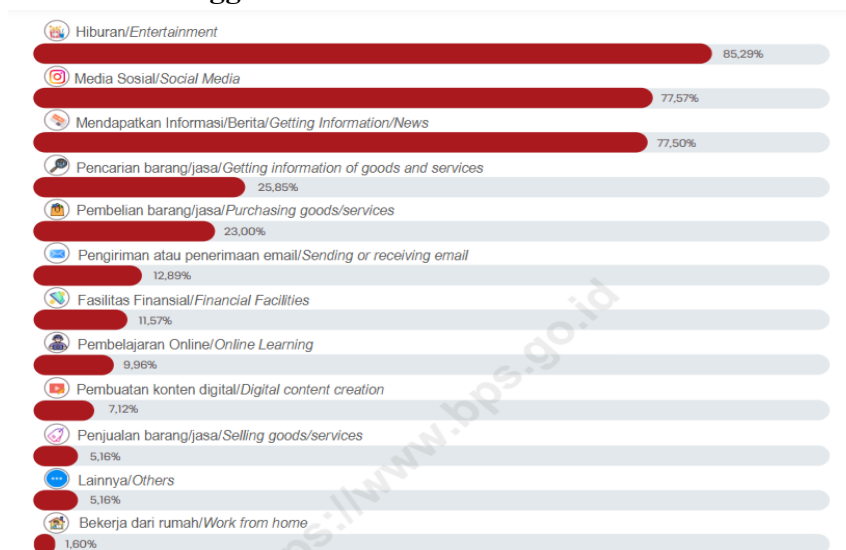
Persaingan dalam industri jasa semakin ketat. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Hasil penelitian (Yudhanto et al., 2022) menunjukkan kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator penting dalam keberhasilan suatu usaha jasa karena kepuasan konsumen dapat memengaruhi loyalitas pelanggan serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Menurut (Purnami et al., 2023) kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan kinerja yang mereka rasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Selain kualitas jasa, kegiatan promosi juga memegang peranan penting dalam memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen. Promosi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam perkembangan digital saat ini, promosi tidak lagi hanya dilakukan melalui media konvensional, tetapi juga melalui media sosial yang memiliki jangkauan lebih luas serta kemampuan interaksi secara langsung dengan konsumen. Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan sebagai sarana promosi adalah Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis visual yang memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau jasa melalui foto, video, serta berbagai fitur interaktif seperti *stories*, *reels*, dan *live streaming*. Dengan karakteristik yang menekankan pada visualisasi, Instagram menjadi media yang efektif dalam menarik perhatian konsumen serta membangun citra merek. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha di berbagai sektor memanfaatkan Instagram sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan minat konsumen serta menciptakan kepuasan pelanggan.

Penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan (BPS, 2025), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 72,78 persen telah mengakses internet di tahun 2024. Dari jumlah tersebut, sekitar 77,57 persen juta pengguna aktif menggunakan media sosial, yang menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Gambar 1. 1
Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik 2025

Lebih lanjut, laporan (Indira Lintang, 2024) menunjukkan bahwa Instagram termasuk dalam lima besar *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan waktu pengguna 16 jam 10 menit perbulan. Tingginya jumlah pengguna Instagram tersebut menjadikan *platform* ini sebagai salah satu media pemasaran digital yang potensial bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas.

(Simbolon & Yanti, 2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat meningkatkan keterlibatan konsumen serta berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memberikan informasi yang lebih cepat, serta menciptakan pengalaman layanan yang lebih personal.

Di sisi lain, kualitas jasa juga memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Menurut penelitian (Ayunani et al., 2023), kualitas pelayanan yang baik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

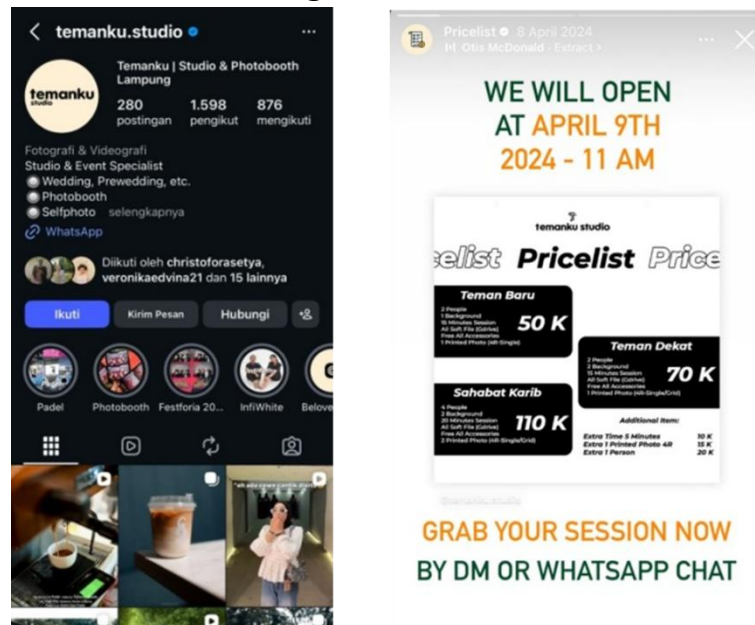
kepuasan pelanggan. Pelayanan yang responsif, ramah, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap perusahaan.

Penelitian lain oleh (Oktavanny & Sulistiadi, 2022) juga menunjukkan bahwa faktor promosi dan kualitas pelayanan merupakan dua variabel yang secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha jasa tidak hanya bergantung pada kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga pada strategi promosi yang efektif dalam menjangkau konsumen.

Temanku Studio Tanjung Bintang merupakan salah satu usaha jasa yang bergerak di bidang layanan fotografi dan studio kreatif yang melayani berbagai kebutuhan konsumen, seperti foto studio, dokumentasi acara, serta layanan fotografi lainnya. Dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah konsumen, Temanku Studio memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu sarana promosi utama.

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan media sosial, membuat banyak usaha pada bidang jasa mulai memanfaatkan *platform* digital sebagai sarana promosi, termasuk usaha di bidang fotografi dan studio kreatif. Salah satu usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi adalah Temanku Studio Tanjung Bintang.

Gambar 1. 2
Akun Instagram Temanku Studio



Sumber: Instagram Temanku Studio, 2026

Gambar 1.2 menunjukkan akun Instagram Temanku Studio yang digunakan sebagai media pemasaran digital untuk mempromosikan jasa fotografi dan photobooth. Melalui berbagai konten seperti portofolio, informasi layanan, daftar harga, dan promosi, Temanku Studio berupaya memberikan informasi yang jelas dan menarik kepada pelanggan. Penyajian konten yang berkualitas diharapkan mampu memberikan pengalaman yang positif sehingga pelanggan merasa puas terhadap informasi maupun layanan yang ditawarkan oleh Temanku Studio.

Instagram Temanku Studio menampilkan berbagai hasil karya fotografi, informasi layanan, serta promosi paket jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Penggunaan Instagram sebagai media promosi diharapkan dapat menarik perhatian konsumen serta meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh Temanku Studio.

Namun, dalam praktiknya masih terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan sesi wawancara yang di

lakukan oleh penilit dengan pemilik Studio Foto Temanku, terdapat beberapa keluhan dari konsumen yang berkaitan dengan pelayanan maupun informasi promosi yang disampaikan melalui media sosial. Beberapa konsumen menyampaikan bahwa informasi mengenai paket layanan yang dipromosikan di Instagram terkadang kurang lengkap sehingga menimbulkan perbedaan persepsi antara konsumen dengan pihak penyedia jasa.

Terdapat pula konsumen yang mengharapkan peningkatan kualitas pelayanan, seperti ketepatan waktu pelayanan, kecepatan respon terhadap pertanyaan konsumen melalui media sosial, serta kualitas hasil layanan yang diberikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun promosi melalui Instagram telah dilakukan, namun masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu diperhatikan agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal.

Parasuraman (1998) dalam (Handyana et al., 2022) mengemukakan kualitas jasa yang baik seharusnya mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas jasa yang tinggi ditandai dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen melalui dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat hal ini sejalan dengan Tjiptono (2012:55) dalam (Agusta et al., 2022), pelayanan merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Pelayanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui penyampaian yang tepat, sehingga dapat menyesuaikan atau mengimbangi harapan yang dimiliki pelanggan.

Gambar 1.3 Kualitas Pelayanan Kunci Membangun Kepuasan Pelanggan

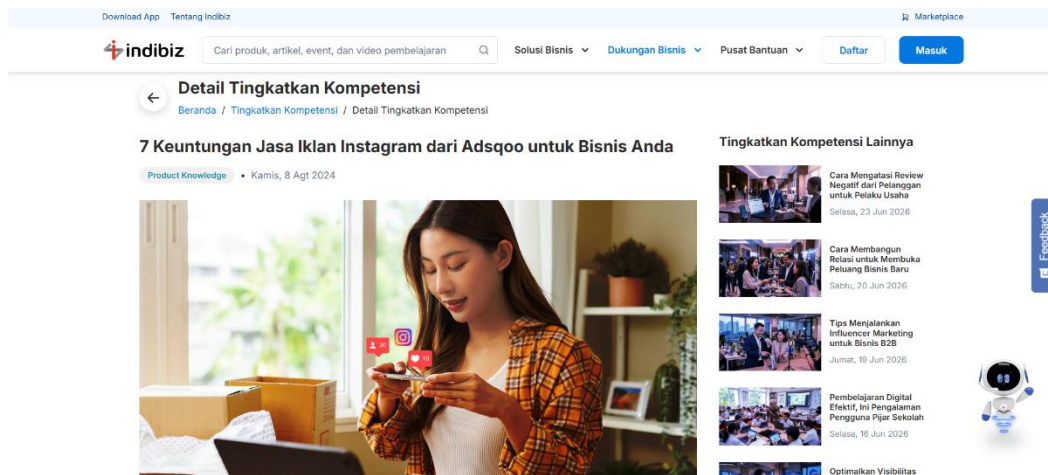


Sumber: PhintracoGroup

Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh (Muhammad Iqbal Iskandar, 2024), kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Pelayanan yang cepat, responsif, ramah, dan mampu memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan tingkat kepuasan serta mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan pelanggan beralih kepada kompetitor meskipun produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik.

Demikian pula dengan promosi melalui media sosial yang secara teoritis dapat membantu perusahaan dalam membangun komunikasi yang efektif dengan konsumen. Promosi melalui Instagram diharapkan mampu memberikan informasi yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan minat serta kepuasan konsumen.

Gambar 1. 4 Keuntungan Iklan Promosi Pada Platform Instagram



Sumber: Indibiz

Fenomena tersebut didukung oleh perkembangan pemasaran digital yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Menurut (Indibiz, 2024), promosi melalui Instagram mampu menjangkau target konsumen secara lebih spesifik, meningkatkan *brand awareness*, serta membangun interaksi dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi media promosi yang efektif dalam menarik minat dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Namun pada kenyataannya, tidak semua kegiatan promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan mampu menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Dalam beberapa kasus, konsumen masih merasakan ketidaksesuaian antara informasi yang diperoleh melalui promosi dengan pengalaman pelayanan yang diterima secara langsung. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dengan kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan (Admin, 2016).

Kesenjangan ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam konteks usaha jasa yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Dengan memahami hubungan antara kualitas jasa dan promosi Instagram terhadap

kepuasan konsumen, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas layanan serta kegiatan promosi yang dilakukan.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas jasa dan promosi Instagram terhadap kepuasan konsumen menjadi penting untuk dilakukan karena kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha jasa. Konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Sebaliknya, apabila konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan atau informasi promosi yang diberikan, maka hal tersebut dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan konsumen serta berpotensi mengurangi jumlah pelanggan. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat memengaruhi keberlangsungan usaha serta daya saing perusahaan di tengah persaingan industri jasa yang semakin ketat (Handoko, 2017).

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Temanku Studio Tanjung Bintang dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta efektivitas promosi melalui media sosial Instagram sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Sementara itu, dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas jasa dan promosi media sosial terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian mengenai perkembangan penggunaan media sosial dalam kegiatan pemasaran, pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan konsumen, serta adanya beberapa permasalahan yang berkaitan dengan

pelayanan dan promosi Pada Studio Foto Temanku tanjung bintang Lampung Selatan, maka dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang perlu dianalisis secara lebih mendalam.

Kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia layanan serta efektivitas promosi melalui media sosial Instagram diduga memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi serta tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diterima. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang dapat menganalisis secara empiris mengenai sejauh mana kualitas jasa dan promosi Instagram memengaruhi kepuasan konsumen Pada Studio Foto Temanku tanjung bintang Lampung Selatan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas jasa dan promosi melalui media sosial memiliki peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana **“Pengaruh Kualitas Jasa dan Promosi Instagram terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Foto Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Jasa berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan?
2. Apakah Promosi melalui instagram berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan?

3. Apakah kualitas Jasa dan Promosi Instagram secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada variabel kualitas hasil jasa dan promosi melalui Instagram terhadap kepuasan konsumen Temanku Studio Tanjung Bintang. Sehingga studi foto lainnya tidak menjadi objek kajian.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas hasil jasa terhadap kepuasan konsumen Pada Studio Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi melalui Instagram terhadap kepuasan konsumen Pada Studio Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas hasil jasa dan promosi Instagram secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada Studio Temanku Tanjung Bintang Lampung Selatan.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada bidang pemasaran jasa dan pemasaran digital yang berkaitan dengan kualitas layanan, promosi media sosial, dan kepuasan konsumen.