

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan jalannya sebuah bisnis turut ditentukan oleh kontribusi konsumen. Oleh sebab itu, pengusaha yang berhasil umumnya adalah mereka yang mampu menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumennya. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang dialami oleh konsumen ketika harapan serta kebutuhannya berhasil dipenuhi (Ariyanto *et al.*, 2023). Kepuasan konsumen sangat bergantung pada kualitas layanan, dimana perusahaan memberikan layanan berkualitas sesuai dengan harapan konsumennya. Kepuasan konsumen harus menjadi titik awal bagi perusahaan dalam merancang program untuk menjangkau pasar melalui pengembangan produk atau layanan yang mampu memenuhi keinginan mereka (Daga, 2017). Suatu produk dapat memiliki nilai tambah jika terdapat kreativitas didalamnya (Tegowati *et al.*, 2024).

Produk memegang peranan penting dalam operasional perusahaan karena menjadi dasar dari seluruh aktivitas penjualan. Karena pembeli hanya akan membeli jika merasa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya, sehingga penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan produk agar pemasaran dapat berhasil (Daga, 2017). Kualitas produk merujuk pada sejauh mana suatu produk memiliki keunggulan atau nilai lebih jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Hal ini dapat mencakup aspek seperti keandalan, ketahanan, serta sejauh mana produk tersebut mampu memberikan kepuasan kepada penggunaannya (Tegowati *et al.*, 2024). Penilaian terhadap kualitas produk tidak didasarkan pada pandangan pemasar, melainkan berfokus pada sudut pandang pelanggan. Dari perspektif ini, muncul dua unsur penting yang memengaruhi kualitas produk, yaitu kualitas yang diinginkan oleh pelanggan dan kualitas yang dirasakan atau dialami oleh pelanggan (Razak *et al.*, 2023).

Selain produk yang berkualitas, aspek penting yang turut menentukan kepuasan konsumen yakni kualitas layanan. Salah satu upaya untuk membuat penjualan jasa lebih unggul dari para kompetitor adalah dengan menyajikan pelayanan yang berkualitas tinggi serta sesuai dengan tingkat kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan terbagi menjadi dua, yaitu baik dan buruk. Kualitas pelayanan ini bersifat fleksibel atau bukan permanen, sehingga dapat ditingkatkan agar menjadi lebih baik lagi (Indrasari, 2019). Perusahaan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara mengoptimalkan layanan yang memberikan pengalaman menyenangkan, serta menghapus jenis pelayanan yang dirasa membosankan atau membuat kesal. Memberikan pelayanan yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen adalah langkah yang lebih baik. Ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan konsumen secara tepat dan efisien, hal ini secara tidak langsung dapat mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan yang kita sediakan (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

Belakangan ini, sektor jasa mengalami pertumbuhan yang signifikan, yang ditandai dengan semakin banyaknya layanan baru yang hadir dengan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Kreativitas merupakan kemampuan individu untuk menemukan atau menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa ide maupun hasil karya, yang memiliki perbedaan atau keunikan dibandingkan dengan yang telah ada sebelumnya (Winarso, 2020). Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kreativitas berawal dari hadirnya individu yang memiliki daya cipta, namun hal tersebut belum memadai. Diperlukan pula peran tim atau kelompok yang kreatif agar

pada akhirnya terbentuk organisasi yang benar-benar inovatif dan penuh kreativitas (Hamka *et al.*, 2021). Terdapat tiga bentuk kreativitas dalam kehidupan manusia terutama dalam berbisnis yaitu ide, produk, dan juga gagasan (Diharto, 2022).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan kreativitas saling berkaitan untuk menentukan bagaimana konsumen memandang suatu bisnis tertentu. Produk dengan kualitas baik, memenuhi kebutuhan, dan harapan konsumen akan lebih mudah bertahan di pasar. Layanan yang baik dan menghibur juga dapat meningkatkan pengalaman positif yang dimiliki pelanggan dengan layanan yang diberikan. Namun, kreativitas juga dapat menambah nilai pada produk atau layanan, menjadikannya lebih unik dan berbeda dari pesaing. Tiga variabel yang disebutkan di atas memiliki potensi untuk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen saat menggunakan produk atau layanan tertentu.

Penelitian ini akan dilakukan di Snappplab Studio Jember yang merupakan salah satu usaha jasa fotografi yang berkembang di Kabupaten Jember. Snappplab Studio didirikan pada tahun 2022 dan sejak awal berdiri telah menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat. Hal tersebut terlihat dari berbagai bentuk kolaborasi yang dilakukan dengan sejumlah kafe ternama di Jember seperti Dasha dan Noctis, serta keterlibatannya dalam berbagai kegiatan dan event besar, salah satunya Jetfest. Kehadiran Snappplab Studio Jember dalam berbagai kegiatan tersebut mencerminkan upaya untuk membangun citra sebagai studio fotografi yang kreatif, adaptif, dan mampu mengikuti perkembangan tren di kalangan masyarakat.

Tabel 1. 1 Kompetitor Sejenis

Nama Studio		Lokasi	Rating (berdasarkan google review)
Snappplab Studio	Self Photo	Jl. Semeru, Kabupaten Jember	5,0
Kola Self Studio Foto		Jl. Karimata, Kabupaten Jember	4,9
Klanrock Studio		Jl. Pajajaran, Kabupaten Jember	4,7
Bayu Foto Studio		Jl. Danau Toba, Kabupaten Jember	4,3

Sumber: Google review (data diolah peneliti, 2025)

Snappplab Self Photo Studio merupakan salah satu studio foto self-service yang berada di Kabupaten Jember dan berhasil memperoleh rating tertinggi dibandingkan dengan kompetitor sejenis yang beroperasi di wilayah yang sama. Tingginya penilaian tersebut menunjukkan bahwa Snappplab Self Photo Studio mampu memberikan kualitas layanan yang sangat baik serta pengalaman yang memuaskan bagi para pelanggannya. Perbandingan rating antar perusahaan yang bergerak di bidang serupa disajikan secara rinci pada Tabel 1.1, sehingga dapat terlihat secara jelas perbedaan tingkat kepuasan pelanggan di antara masing-masing usaha. Berdasarkan data yang tercantum pada tabel tersebut, Snappplab Self Photo Studio dipilih sebagai objek penelitian karena memperoleh review dengan jumlah bintang tertinggi, yaitu sebesar 5,0. Nilai sempurna tersebut mengindikasikan adanya tingkat kepuasan pelanggan yang sangat tinggi, baik dari segi kualitas fasilitas, pelayanan, kenyamanan tempat, maupun

pengalaman berfoto yang ditawarkan. Oleh karena itu, Snappplab Self Photo Studio dinilai layak untuk dijadikan fokus penelitian guna mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 1. 2 Data Komsumen Snappplab Studio

No.	Bulan (2025)	Jumlah Konsumen (orang)
1.	Januari	12
2.	Februari	18
3.	Maret	22
4.	April	17
5.	Mei	11
6.	Juni	16
7.	Juli	31
8.	Agustus	55
9.	September	34
10.	Oktober	13
11.	November	29
12.	Desember	47
Total		305

Sumber: Data primer hasil wawancara (*diolah oleh peneliti, 2025*)

Tabel 1.2 menunjukkan data jumlah konsumen yang menggunakan layanan Snappplab *Self Photo Studio* selama periode Januari sampai Desember tahun 2025. Data ini diperoleh melalui wawancara singkat dengan pemilik usaha. Terlihat bahwa jumlah konsumen mengalami fluktuasi setiap bulannya, dengan jumlah terendah pada bulan Mei 11 orang, dan tertinggi pada bulan Agustus sebanyak 55 orang.

Berdasarkan tabel 1.2 data jumlah konsumen terdapat fenomena yang terjadi pada snappplab studio jember, terdapat fluktuasi jumlah konsumen pada setiap bulannya. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak studio, jumlah konsumen mengalami peningkatan dan penurunan pada beberapa periode tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat konsumen dalam menggunakan jasa studio foto dapat berubah dari waktu ke waktu. Selain itu, persaingan usaha studio foto di kabupaten Jember juga cukup tinggi dari rating dan ulasan di Google Review dari beberapa studio foto sejenis. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pemilik Snappplab Studio, diperoleh informasi bahwa jumlah konsumen yang datang ke studio, diperoleh informasi bahwa jumlah konsumen yang datang ke studio tidak selalu stabil setiap bulannya. Pada periode tertentu mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi usaha fotografi juga dipengaruhi oleh berbagai kondisi yang terjadi di lapangan serta persaingan dengan studio foto lainnya di kabupaten Jember. Fenomena fluktuasi jumlah konsumen tersebut mengindikasikan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa studio foto. Dalam usaha jasa fotografi, konsumen umumnya mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan, seperti hasil foto yang baik dan sesuai dengan harapan. Selain itu, kualitas pelayanan yang menarik yang diberikan kepada konsumen selama proses pemotretan juga menjadi salah satu hal yang

diperhatikan oleh konsumen. Kreativitas dalam menghardirkan konsep fotografi yang menarik dan berbeda juga menhadu nilai tambahan bagi studio foto dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut menjadi hal yang penting untuk diteliti dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen pada Snappplab studi di kabupaten Jember.

Pengambilan gagasan dalam penelitian ini juga didasari oleh hasil-hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten pada beberapa variabel yang diambil mengenai hubungan yang terjadi antara motivasi kerja, kepuasan kerja, kinerja dan capaian kerja seperti dalam penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada penelitian yang dilakukan oleh Lu'luatuwafiroh dan Junef Ismaliyanti (2025) pada industri ritel florist kreatif didapatkan hasil bahwa kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas produk (*product quality*) berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* (kepuasan konsumen). Ketika suatu pelayanan dan produk memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Penelitian yang dilakukan Ida Nirwana (2022) menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan Julia Mega Bansaleng *et al* (2021) menemukan hasil kualitas produk dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado.

Hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk, kualitas layanan, dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen belum sepenuhnya jelas dan dapat bervariasi tergantung pada konteks sektor. Penelitian yang dilakukan pada sektor florist atau layanan telekomunikasi tentu memiliki karakteristik yang berbeda dengan sektor jasa fotografi, terutama *selfphoto* studio yang mengandalkan pengalaman visual, estetika, dan interaksi langsung konsumen dalam proses layanan. Oleh karena itu, penting untuk menguji ulang ketiga variabel tersebut dalam konteks Snappplab Self Photo Studio di Kabupaten Jember, yang menunjukkan pertumbuhan cepat dan rating tinggi, namun masih mengalami fluktuasi jumlah konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di sektor jasa kreatif, serta menjadi landasan dalam pengambilan keputusan strategis bagi pengelola studio.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada Snappplab Self Photo Studio di Kabupaten Jember, mengingat adanya fluktuasi jumlah konsumen setiap bulan serta temuan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan ketidakkonsistenan hubungan antara ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap positif dan signifikan kepuasan konsumen di Snappplab Studio Jember?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Snappplab Studio Jember?
3. Apakah kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Snappplab Studio Jember?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Snappplab Studio Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Snapppplab Studio Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Snapppplab Studio Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap kepuasan konsumen di Snapppplab Studio Jember.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kreativitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Snapppplab Studio Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian, dengan rincian sebagai berikut:

1. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang pelayanan di bidang fotografi dan juga sebagai pelatihan dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.
2. Bagi Snapppplab Studio Jember
Dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Bagi mahasiswa
Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.