

**PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN JASA FOTO GRUP  
(Studi pada Studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri)  
SKRIPSI**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

Frisca Suxma Amelia Rosalina

9313.132.17

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KOTA KEDIRI**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN JASA FOTO GRUP  
(Studi Pada Studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri)**

**FRISCA SUXMA AMELIA ROSALINA**

NIM. 9.313.132.17

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**Dr. Hj. Zuraidah, M.Si**  
NIP. 19720412 200604 2 001

Pembimbing II



**Dijan Novia Saka, SE., MM**  
NIDN.0714127001

**NOTA DINAS**

Kota Kediri, 22 Juli 2022

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No.07 Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : FRISCA SUXMA AMELIA ROSALINA

NIM : 9.313.132.17

Judul :PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTO GRUP (Studi Pada Studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam sidang munaqosah,

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Hj. Zuraidah, M.Si**  
NIP. 19720412 200604 2 001



**Dijan Novia Saka, SE., MM**  
NIDN.0714127001

## NOTA PEMBIMBING

Kota Kediri, 12 Oktober 2022

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No.07 Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : FRISCA SUXMA AMELIA ROSALINA

NIM : 9.313.132.17

Judul :PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTO GRUP (Studi Pada Studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2022 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Hj. Zuraidah, M.Si**  
NIP. 19720412 200604 2 001



**Dijan Novia Saka, SE., MM**  
NIDN.0714127001

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN JASA FOTO GRUP**  
**(Studi Pada Studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri)**

Oleh:


**FRISCA SUXMA AMELIA ROSALINA**  
**9.313.132.17**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Kediri pada tanggal 13 Juli 2022

Tim Penguji,


**1. Penguji Utama**

**Achmad Munif, SE. MM**  
**NIP. 196910252003121001**

  
(.....)

**2. Penguji I**

**Dr. Hj. Zuraidah, M.Si**  
**NIP. 197204122006042001**

  
(.....)

**3. Penguji II**

**Dijan Novia Saka, SE. MM**  
**NIDN.0714127001**

  
(.....)

Kota Kediri, 12 Oktober 2022  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI**

**NIP.197501011998031002**

## MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ

وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui."

**(QS. Al-Baqarah: 216)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan nikmat-Nya. Serta shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya kedalam jalan kebaikan. Dengan sepenuh hati kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Teruntuk kedua orang tua dan kakakku yang saya sayangi dan cintai, yang selalu memberi dukungan, bimbingan, perhatian
2. Teruntuk dosen pembimbing yang saya hormati, Ibu Dr. Hj. Zuraidah M.Si. Ibu Dijan Novia Saka, S.E, MM. yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dan memberi masukan yang bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terimakasih dan semoga kebaikan selalu tercurahkan kepada ibu dosen sekalian.
3. Teruntuk seluruh crew studio 4 warna *photography* Kota Kediri yang telah banyak memberikan bantuan untuk terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih dan semoga limpahan kebaikan selalu tercurahkan kepada seluruh crew.
4. Teruntuk seluruh teman seperjuangan di IAIN Kota Kediri dan seluruh sahabatku. Terimakasih atas segala bentuk dukungannya.
5. Dan teruntuk semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya ucapkan terimakasih, semoga kita semua selalu mendapat limpahan keberkahan dari Allah SWT. Aamiin.

## ABSTRAK

FRISCA SUXMA AMELIA ROSALINA, Dosen Pembimbing Dr. Hj. Zuraidah, M.Si dan Dijan Novia Saka, SE., MM : Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Foto Grup (Studi pada Studio 4 Warna *photography* Kota Kediri), Ekonomi Syariah, Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam, IAIN Kota Kediri, 2022  
Kata Kunci, Produk, Keputusan Pembelian

Fotografi cukup dekat dengan kehidupan masyarakat, fotografi tidak hanya menjadi gaya hidup masyarakat, namun juga menjadi peluang bisnis. Banyaknya permintaan masyarakat untuk mendokumentasikan momen penting tertentu dalam hidupnya membuat peluang bisnis dunia fotografi ini terbuka lebar. Salah satu usaha di bidang fotografi yaitu studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian jasa foto grup di studio 4 warna *photography* Kota Kediri, karena produk yang baik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Produk yang telah dipersepsikan baik dan memuaskan oleh konsumen akan memberikan citra yang baik dimata konsumen. Atas dasar persepsi yang baik dan memuaskan suatu produk oleh konsumen inilah konsumen akan melakukan pembelian ulang produk tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan instrumen berupa angket atau kuisioner yang diberikan kepada responden dalam penelitian. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen pada studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri dengan jumlah tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *Probability sampling* dengan menggunakan sampel *simple random sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 349 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan berdasarkan hasil uji analisis *pearson product moment* nilai R didapatkan hasil 0,811 maka variabel X (produk) mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh persamaan  $Y = 6,027 + 0,928 X$ . Hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 665,349 dengan nilai signifikansi 0,000 artinya variabel independen berpengaruh dengan variabel dependen. Koefisien determinasi atau R square sebesar 0,657 artinya variabel produk memiliki pengaruh sebesar 66% terhadap keputusan pembelian jasa foto grup di studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTO GRUP (STUDI PADA STUDIO 4 WARNA *PHOTOGRAPHY* KOTA KOTA KEDIRI)** Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kami Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya kejalan yang dipenuhi kebaikan.

Skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas oleh adanya bantuan dari banyak pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terkhusus kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kota Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kota Kediri.
4. Ibu Dr. Hj. Zuraidah M.Si.dan Ibu Dijan Novia Saka, S.E, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan wakunya untuk memberi

masukan, arahan, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan do'a terbaik dan dukungan sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Dan untuk semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Untuk itu besar harapan penulis adanya kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dari skripsi ini sehingga dapat bermanfaat untuk banyak pihak. Semoga berkah dan ridho Allah selalu tercurahkan kepada kita semua. Aamiin.

Kota Kediri, 20 Juni 2022

Penulis

**Frisca Suxma Amelia Rosalina**

NIM. 9.313.132.17

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Telaah Pustaka.....	9
F. Hipotesis Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Konsep Umum Pemasaran .....	15
1. Bauran Pemasaran .....	15
2. Variabel Bauran Pemasaran .....	15
B. Konsep Umum Produk dan Jasa.....	16
1. Produk .....	16
a. Klasifikasi Produk.....	17
b. Indikator Variabel Produk.....	17
c. Tingkatan Produk.....	18
2. Jasa .....	19
3. Keputusan Pembelian.....	21
a. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	22
b. Tahap Keputusan Pembelian.....	22
c. Keputusan Pembelian dalam Konsep Islam.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	25
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel.....	26
1. Populasi.....	26
2. Sampel .....	26
D. Variabel Penelitian.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Analisis Data.....	30
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	
A. Gambaran Objek Penelitian .....	40
B. Deskripsi Responden .....	43
C. Deskripsi Data.....	49
 BAB V PEMBAHASAN .....	63
A. Produk pada studio 4 warna <i>photography</i> Kota Kediri .....	63
B. Keputusan Pembelian Foto Grup pada studio 4 warna <i>photography</i> Kota Kediri .....	68
C. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Jasa Foto Grup pada studio 4 warna <i>photography</i> Kota Kediri.....	73
 BAB VI PENUTUP .....	76
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77
 DAFTAR PUSTAKA .....	79
 LAMPIRAN.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama Studio Foto di Kota Kediri .....	3
Tabel 1.2 Perbanding Bisnis Fotografi di Kota Kediri .....	4
Tabel 1.3 Varian Produk studio 4 warna <i>photography</i> Kota Kediri .....	5
Tabel 1.4 Varian Produk Foto Grup.....	6
Tabel 1.5 Pemilihan Konsumen Foto Grup di studio 4 warna <i>photography</i> Kota Kediri.....	7
Tabel 3.1 Kriteria <i>Pearson Product Moment</i> .....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.3 Uji Validitas X (Produk).....	44
Tabel 4.4 Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian).....	45
Tabel 4.5 Uji Reabilitas Produk Sebelum Uji Coba .....	47
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Produk Sesudah Uji Coba .....	47
Tabel 4.7 Uji Reabilitas Keputusan Pembelia Sebelum Uji Coba .....	48
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian Sesudah Uji Coba.....	48
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif .....	49
Tabel 4.10 Kategorisasi Produk .....	50
Tabel 4.11 Kategorisasi Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.12 Uji Multikolineritas.....	54
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi .....	55
Tabel 4.14 Analisis Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	56
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	57
Tabel 4.16 Uji F .....	59
Tabel 4.17 Uji t .....	61
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi .....	62
Tabel 5.1 Kategorisasi Kinerja.....	64

Tabel 5.2 Kategorisasi Fitur.....	65
Tabel 5.3 Kategorisasi Kesesuaian dengan Spesifikasi .....	65
Tabel 5.4 Kategorisasi <i>Serviceability</i> .....	66
Tabel 5.5 Kategorisasi Pengenalan Masalah.....	69
Tabel 5.6 Kategorisasi Pencarian Informasi .....	70
Tabel 5.7 Kategorisasi Evaluasi Alternatif .....	71
Tabel 5.8 Kategorisasi Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 5.9 Kategorisasi Pasca Pembelian.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian mengalami perubahan cukup pesat. Salah satu lini usaha yang memiliki peluang yang bagus adalah bisnis fotografi. Fotografi cukup dekat dengan kehidupan masyarakat sebagai sarana dalam mengabadikan sebuah momen. Dewasa ini fotografi tidak hanya menjadi gaya hidup masyarakat, namun juga menjadi peluang bisnis. Banyaknya permintaan masyarakat untuk mendokumentasikan momen penting tertentu dalam hidupnya seperti momen wisuda dan kebersamaan keluarga membuat peluang bisnis dunia fotografi ini terbuka lebar.

Dalam memilih suatu produk, konsumen dapat memperhatikan bauran pemasaran dari sebuah produk untuk mengambil keputusan pembelian. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan yang bertujuan mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya diantaranya produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).<sup>1</sup>

Harga (*price*) adalah jumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen atas suatu produk. Tempat (*place*) terdiri atas berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan produk maupun jasa tersedia di pasar.

---

<sup>1</sup> Sofyan ASsauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 62,63



Promosi (*promotion*) merupakan aktivitas pemasaran berupa usaha menyebarkan informasi, memberikan pengaruh kepada konsumen untuk mengonsumsi produk yang dipasarkan. Produk yakni berbagai hal yang ditawarkan di sebuah pasar yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk terdiri atas berbagai barang maupun jasa, orang, tempat, informasi bahkan ide.<sup>2</sup>Peluang bisnis dunia fotografi yang ada juga menarik lagi berbagai pihak untuk dapat memanfaatkan peluang bisnis tersebut sehingga persaingan bisnis menjadi semakin ketat.

Semakin ketatnya persaingan bisnis menuntut perusahaan agar bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Salah satu hal yang perlu diperhatikan yakni konsep pemasaran. Konsep pemasaran yang dijalankan harus sesuai dengan perilaku konsumen dan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan oleh konsumen dimana konsumen benar-benar membeli produk yang diinginkan atau dibutuhkan. Proses pengambilan keputusan masing-masing individu berbeda sesuai kepribadian mereka. Konsumen akan merasakan apakah konsumsi terhadap suatu barang maupun jasa telah mampu memenuhi atau tidak terhadap kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu, produk maupun jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memenuhi dan memuaskan konsumen.

---

<sup>2</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018),140

Industri jasa fotografi di Kota Kediri banyak ditemui di daerah Kota Kediri. Perangkat yang digunakan industri jasa fotografi juga mengalami perubahan mulai dari kamera analog yang hanya dapat menghasilkan foto hitam putih dengan proses cuci film yang lama hingga kamera digital yang dapat menghasilkan gambar berwarna dan hasil foto yang cepat. Di wilayah Kota Kediri usaha kreatif dibidang jasa fotografi semakin bertambah seiring dengan meningkatnya minat masyarakat dalam dokumentasi. Berikut adalah nama studio foto yang tersebar di wilayah Kota Kediri:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Nama Studio Foto di Kota Kota Kediri**

No	Nama Studio Foto	Tahun Berdiri
1.	Arief Istana	1980
2.	Pacific Photo	1983
3.	Studio Melano	1990
4.	Prima Photo	2000
5.	Mulya Indah	2000
6.	Studio 4 warna <i>photography</i>	2015
7.	Burengan Fotocopy dan Studio Foto	2019
8.	Gangsar Lancar	2020
9.	Studio Habibulloh 43	2020

Sumber: Hasil Observasi (2021)

Studio 4 warna *photography* merupakan bidang usaha jasa fotografi dimana produk yang ditawarkan beragam tema dan konsep dengan didukung fasilitas yang ada. Dari berbagai studio foto di Kota Kediri, peneliti mengambil 3 studio foto yakni studio 4 Warna *Photography*, Gangsar Lancar, dan Habibulloh Studio.

**Tabel 1.2**  
**Perbedaan antara Studio 4 Warna *Photography*, Gangsar Lancar dan Studio Habibulloh**

No	Pembeda	Studio 4 Warna <i>Photography</i>	Gangsar Lancar Studio	Studio Habibulloh 43
1.	Alamat	Jl. Penanggungan No 9B Kota Kediri	Jl Karanganyar 27 RT 04 RW 01, Kel. Ngronggo	Jl. Raya Pagut No 118, Blabak, Kec. Pesantren, Kota Kediri
2.	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Masuk ke jalan kecil</li> <li>b. Toilet 3</li> <li>c. Ruang tunggu luas dan Resepsionit (terdapat 1 sofa panjang berisi 5 orang satu kursi sedang muat 3 orang dan kursi tunggu di teras muat 6 orang)</li> <li>d. Tempat parkir (menampung 20 motor dan 4 mobil)</li> <li>e. Ruang ganti</li> <li>f. Menyediakan minuman dingin</li> <li>g. Ruang makeup</li> <li>h. Sewa studio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Di tepi jalan raya</li> <li>b. Toilet</li> <li>c. Ruang tunggu cukup (menampung 4-5 orang)</li> <li>d. Tempat parkir (menampung 8-10 motor)</li> <li>e. Ruang ganti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Di tepi jalan raya</li> <li>b. Toilet</li> <li>c. Ruang tunggu cukup luas dan resepsionis (area tunggu dapat menampung 10 orang)</li> <li>d. Menampung 10-15 motor</li> <li>e. Ruang ganti</li> <li>f. Ruang makeup</li> </ul>
2.	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Spanduk jalan masuk dan toko</li> <li>b. Media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Media sosial In</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Spanduk depan toko</li> <li>b. Media sosial Instagram</li> </ul>
3.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pas photo Rp 30.0000, (3x4 6 dan 4x6 5)</li> <li>b. Full body 50.0000-1.500.000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Full body Rp200.0000-2.500.000,00</li> <li>b. Dokumentasi pernikahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pas photo Rp 30.0000, (3x4 6 dan 4x6 5)</li> <li>b. Full body 250.0000-2.200.000</li> </ul>

		c. Dokumentasi pernikahan Rp 600.000- Rp3.000.000/ 60-120 foto plus album dan majalah, softfile, video	Rp1500.000,00- 3.500.000,00 80 cetak foto plus album, gratis frame, softfile	c. Dokumentasi pernikahan Rp 1.300.000- Rp12.000.000 80-150 foto plus album, majalah, video dokumentasi
4.	Produk	a. Pas photo b. Full body 1. Prewedding 2. Foto grup 3. Foto Couple 4. Foto Keluarga 5. Foto Wisuda 6. Foto single c. Bingkai foto d. Dokumentasi pernikahan	a. Full body 1. Prewedding 2. Foto Grup 3. Foto couple 4. Foto Keluarga 5. Foto Wisuda b. Dokumentasi pernikahan	a. Pas photo b. Full body 1. Prewedding 2. Foto grup 3. Foto Couple 4. Foto Keluarga 5. Foto Wisuda c. Dokumentasi pernikahan

Sumber: Hasil Observasi (2021)

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa terdapat perbedaan harga, fasilitas, dan media promosinya. studio 4 Warna *Photography* lebih unggul dari segi produk yang ditawarkan yang lebih beragam dan harga yang lebih terjangkau, dibandingkan studio foto yang lain. studio 4 Warna *Photography* menggunakan media promosi secara offline berupa spanduk melainkan dan secara online melalui Instagram dan facebook lebih unggul dibandingkan studio foto lain yang masih menggunakan media promosi secara offline saja berupa spanduk.

**Tabel 1.3**  
**Produk Foto Grup Studio 4 Warna *Photography***  
**Kota Kediri**  
**Tahun 2021**

<b>No</b>	<b>Nama Produk</b>	<b>Harga</b>
1.	Paket 1 a. Terdiri 3 orang b. Boleh ganti baju maksimal 2 kali (baju pribadi) c. Semua background (bebas) d. Edit 5 foto terbaik (durasi 1 jam) e. Edit 10 foto terbaik (durasi 2 jam) f. File dicopy semua g. Cepretan tidak dibatasi selama durasi h. Bonus foto single tiap orang	a. Durasi foto 1 jam (Rp. 75.000,00/orang) b. Durasi foto 2 jam (Rp 105.000/orang)
2.	Paket 2 a. Terdiri 4-7 orang b. Boleh ganti baju maksimal 2 kali (baju pribadi) c. Semua background (bebas) d. Edit 5 foto terbaik (durasi 1 jam) e. Edit 10 foto terbaik (durasi 2 jam) f. File dicopy semua g. Cepretan tidak dibatasi selama durasi h. Bonus foto single tiap orang	a. Durasi foto 1 jam (Rp. 50.000,00/orang) b. Durasi foto 2 jam (Rp75.000/orang cetak 1 lembar ukuran RS/ Orang)
3.	Paket 3 a. Terdiri 8 orang lebih b. Boleh ganti baju maksimal 2 kali (baju pribadi) c. Semua background (bebas) d. Edit 5 foto terbaik (durasi 1 jam) e. Edit 10 foto terbaik (durasi 2 jam) f. File dicopy semua g. Cepretan tidak dibatasi selama durasi h. Bonus foto single tiap orang	a. Durasi foto 1 jam (Rp.45.000,00/orang) b. Durasi foto 2 jam (Rp75.000/orang cetak 1 lembar ukuran RS/ Orang)

4.	Paket Foto Bersama/ Foto Kelas a. Minimal 10 orang maksimal 35 orang b. Durasi Foto 1 jam c. Cepretan tidak dibatasi selama durasi d. File dicopy semua	Rp 300.000,00/Kelompok
----	---	------------------------

Sumber: Hasil Observasi (2021)

Peneliti melakukan observasi pada tanggal 20-27 Maret 2021 untuk mengetahui produk yang diminati di studio 4 Warna *Photography*. Berikut daftar produk yang diminati pembeli

**Tabel 1.4**  
**Produk yang diminati pembeli**

No	Nama jasa	Hasil
1	Pas photo	13
2	<i>Full Body</i>	35
3	Dokumentasi pernikahan	0
4	Bingkai foto	0
Total		48

Sumber: Hasil Observasi (2021)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa produk yang paling diminati adalah full body dengan jumlah 35 responden. Produk kedua yang diminati adalah pas photo dengan jumlah 13 responden. Produk dokumentasi pernikahan tidak memiliki responden karena adanya peraturan pembatasan mengenai pelaksanaan pernikahan dimasa pandemi sehingga menurut informasi yang diperoleh dari pihak studio bahwa terdapat konsumen yang menunda atau membatalkan kerjasama. Pada produk bingkai foto juga tidak memiliki konsumen pada saat observasi dilakukan. Produk full body yang ditawarkan oleh studio 4 warna *photography* yakni foto prewedding, foto grup,

foto grup, *single photoshoot*, foto berpasangan dan foto wisuda. Adapun rincian produk *full body* sebagai berikut

**Tabel 1.5**  
**Daftar Produk *Full Body***

No	Nama produk	Hasil
1.	<i>Prewedding</i>	2
2.	Wisuda	4
3.	<i>Single</i>	1
4.	<i>Couple</i>	5
5.	Keluarga	7
6.	<i>Full body</i>	2
7.	Grup	14
Jumlah		35

Sumber: Hasil Observasi (2021)

Observasi dilakukan pada tanggal 20-27 Maret 2021 di Studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri. Studio 4 Warna *Photography* menyediakan beragam produk yang bervariasi. Produk yang ditawarkan dicantumkan dalam katalog produk. Katalog produk tersebut berisikan jenis foto *prewedding*, wisuda, *single*, *couple*, keluarga, *full body* dan grup. Di dalam katalog produk termuat berbagai informasi mengenai keterangan informasi dari jenis produk yang ditawarkan misalnya harga, jumlah hasil cetak, background atau tema foto dan sebagainya. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa produk grup yang paling diminati konsumen menggunakan jasa studio 4 Warna *Photography* adalah jenis foto group dengan 14 orang.

Setelah itu, peneliti melakukan observasi kepada 35 responden pada tanggal 29 Maret- 4 April 2021 mengenai alasan memilih studio foto 4 Warna *Photography* Kota Kediri. Responden tersebut merupakan pengguna produk

grup studio foto studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri. Data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.6**  
**Alasan Pelanggan Memilih Studio 4 Warna *Photography***

No	Alasan	Hasil
1	Harga ( <i>Price</i> )	3
2	Lokasi ( <i>Place</i> )	4
3	Produk ( <i>Product</i> )	25
4	Promosi ( <i>Promotion</i> )	3
Total		35

Sumber: Hasil Observasi di studio 4 Warna *Photography*

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa alasan konsumen menggunakan jasa studio 4 Warna *Photography* adalah produk. Pemilihan produk yang paling banyak diminati oleh konsumen pada awal observasi dikarenakan produk yang ditawarkan oleh studio 4 Warna *Photography* sangat beragam. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTO GRUP (STUDI PADA STUDIO 4 WARMA *PHOTOGRAPHY* KOTA KEDIRI)”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana produk foto grup pada studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian foto grup pada studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri?



3. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian foto grup di studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui produk foto grup pada studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian foto grup pada studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri
3. Untuk mengetahui pengaruh produk pada keputusan pembelian foto grup di studio 4 Warna *Photography* Kota Kediri

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari peneliti melalui proses penelitian ini yakni sebagai berikut:

#### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bekal wawasan peneliti baik secara teoritis maupun penerapan teori atas apa yang diperoleh selama pendidikan di bangku kuliah.

#### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan pemasaran perusahaan dalam menciptakan pangsa pasar

#### 3. Bagi Lembaga Pendidikan

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi salah satu acuan dan memberikan manfaat dalam dunia pendidikan.

## E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tina Susanti tahun 2012 dengan judul skripsi Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Waroeng Spesial Sambal cabang Tembalang, Semarang.<sup>3</sup> Penelitian tersebut membahas mengenai apakah kualitas produk, harga dan lokasi serta kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada Waroeng Spesial Sambal. Pada penelitian ini, pengajuan asumsi, model regresi bebas multikolonieritas tidak mengalami heteroskedastisitas dan memberikan kontribusi dengan normal. Variabel yang memberikan pengaruh diantara kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan adalah variabel harga. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,252. Sedangkan variabel yang paling sedikit memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yakni kualitas produk yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,203. Persamaan dengan penelitian ini adalah pembahasan mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan penelitian yakni dimana variabel penelitian oleh Tina Susanti lebih beragam yakni harga, produk, lokasi dan kualitas pelayanan serta lokasi dan responden konsumen Waroeng Super Sambal cabang Semarang, sedangkan penelitian ini mengambil responden konsumen studio foto studio 4 warna *photography* Kota Kediri

---

<sup>3</sup> Tina Susanti, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Waroeng Spesial Sambal cabang Tembalang, Semarang*, Skripsi, 2012.

2. Penelitian oleh Rusli yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di Makassar”.<sup>4</sup> Penelitian tersebut membahas mengenai analisis bauran pemasaran yakni produk, harga, distribuso dan promosi apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di Makassar. Berdasarkan penelitian tersebut diketahui hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi yakni  $F_{hitung} 32,271 > F_{tabel} 1,99$  dengan nilai signifikan  $< 0,1$ . Melalui uji t ditunjukkan hasil bahawa produk, distribusi dan promosi berpengaruh pada keputusan pembelian motor Yamaha dengan ditunjukkan variabel produk dengan  $t_{hitung} 2,044 > t_{tabel} 1,65657$  dengan nilai sig ,0,1 namun varibel harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Karen nilai  $t_{hitung} -0,309 < t_{tabel} 1,65657$  dan variabel distribusi  $t_{hitung} 4,2643 > t_{tabel} 1,65657$ . Persamaan dengan penelitian ini adalah pembahasan mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan penelitian yakni dimana Rusli menambahkan variabel harga, distribusi dan promosi pada penelitian yang dilakukannya.
3. Penelitian oleh Ayu Lestari yang berjudul “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Rusli, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di Makassar*, Skripsi, 2017.

<sup>5</sup> Ayu Lestari, *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)*. Skripsi. 2016

Penelitian tersebut membahas mengenai apakah harga dan produk dapat berpengaruh terhadap keputusan membeli produk Elzatta pada mahasiswa UIN Raden Fattah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa uji simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan ditunjukkan  $F_{hitung} 14,859 > F_{tabel} 3,09$ . Variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk Elzatta dengan  $t_{hitung} 5,284 > t_{tabel} 1,98580$ . Berbeda dengan variabel harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel produk tidak berpengaruh signifikan dengan ditunjukkan  $t_{hitung} -0,166 < t_{tabel} 1,98580$ . Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian suatu produk. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah objek penelitian dan variabel pada penelitian terdahulu peneliti menambahkan variabel harga pada penelitannya.

4. Penelitian oleh Fu'ad Sofyan Abimanyu yang berjudul "Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Keputusan Memilih Wisata Edukasi di Kota Blitar (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Makam Bung Karno)". Penelitian tersebut membahas tentang apakah variabel lokasi dan produk mempengaruhi keputusan memilih wisata edukasi dengan subjek penelitian pengunjung wisata edukasi Makam Bung Karno Kota Blitar. Pada penelitian ini diketahui variabel lokasi memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian dilihat melalui uji korelasi *pearson* sebesar  $-0,401$  dan nilai signifikasnsi  $0,000$  yang berarti terdapat hubungan yang

sedang dan berlawanan arah antar variabel serta uji nilai  $t_{hitung} = -5,560 > t_{tabel} 1,66071$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Pada pengujian variabel produk juga menunjukkan pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian ditunjukkan uji *pearson* sebesar 0,603 dengan signifikansi 0,000 berarti terdapat hubungan yang kuat. Serta uji  $t_{hitung} 8,471 > t_{tabel}$  sebesar 1,66071 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai uji korelasi berganda pada variabel lokasi dan produk sebesar 0,719 dengan signifikansi *F change* 0,000 yang menunjukkan korelasi kuat dengan  $F_{hitung} = 52,043 > F_{tabel} = 0,39$ . Sedangkan  $R^2$  ditemukan hasil 0,518 yang berarti pengaruh variabel lokasi dan produk terhadap keputusan pembelian sebesar 51,8 % dan faktor lain sebesar 48,2 % yaitu promosi dan harga yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian suatu produk. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah objek penelitian dan variabel pada penelitian terdahulu yakni adanya variabel lain yaitu lokasi sebagai variabel uji dalam penelitian yang dilakukannya.

5. Penelitian oleh Annisa Gusanasari yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pada *Universal Photo Studio* Pekanbaru<sup>6</sup>. Penelitian tersebut membahas mengenai bagaimanakah pengaruh *word of mouth* dan penetapan harga terhadap

---

<sup>6</sup> Annisa Gusanasari yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pada *Universal Photo Studio* Pekanbaru. JOM FISIP Vol 6 2019

keputusa pembelian pada konsumen *Universal Photo Studio* Pekanbaru Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui variabel *word of mouth* dan penetapan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Variabel *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian denan ditunjukkan nilai thitung  $10,785 > t_{tabel} 1,662$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,00$ . Begitu juga variabel penetapan harga juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} 10,362 > t_{tabel} 1,662$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Hasil pengujian Fhitung sebesar  $81,339$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan *word of mouth* dan penetapan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan perolehan R square sebesar  $0,657$  atau  $65,7\%$ . Dengan presentase tersebut diketahui bahwa variabel *word of mouth* dan penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar  $65,7\%$ , sedangkan  $34,3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian suatu produk. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah objek penelitian dan variabel pada penelitian terdahulu peneliti menambahkan variabel promosi pada penelitiannya.

**F. Hipotesis Penelitian**

- H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian foto grup di studio 4 Warna *Photography*
- H<sub>a</sub> : Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian foto grup di studio 4 Warna *Photography*