

# PENGARUH PROMOSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN JASA STUDIO FOTO (Studi kasus : warung production di kota Padang)

Fadel Sukmana<sup>1)</sup>, Mery Trianita<sup>2)</sup>, Lindawati<sup>3)</sup>  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: fadelsukmana.fs97@gmail.com<sup>1)</sup>, merytrianita@bunghatta.ac.id<sup>2)</sup>, Lindawati@bunghatta.ac.id<sup>3)</sup>

## PENDAHULUAN

Salah satu peluang bisnis yang sedang berkembang pada saat ini adalah bisnis fotografi. Fotografi saat ini tidak hanya menjadi sekedar hobi saja, tetapi juga menjadi gaya hidup sekaligus menjadi ladang bisnis baru bagi penggemar fotografi. Menurut Darwis Triadi (2008) seorang ahli fotografer komersial dan fesyen senior Indonesia, menjelaskan Fotografi berasal dari 2 kata yaitu *Photo* yang berarti cahaya dan *Graph* yang berarti tulisan / lukisan.

Warung production adalah salah satu studio foto yang ada di Padang. Warung production memiliki banyak fasilitas dan memberikan pelayanan yang baik dengan harga yang relatif murah. Akhir – akhir ini Warung Production mengalami penurunan penjualan. Padahal Warung Production telah memberikan harga yang relatif murah dan melakukan promosi dengan gencarnya. Dimana tahun 2017 Warung Production memiliki jumlah penjualan sebanyak 157.600.000 / tahun, pada tahun 2018 warung production mengalami penurunan jumlah penjualan sebanyak 155.300.000 / tahun, akan tetapi pada tahun 2019 terjadi penurunan jumlah penjualan sebanyak 149.300.000 / tahun. Berdasarkan Fenomena yang terjadi maka peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

## METODE

Adapun yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah Warung Production menggunakan jasa foto studio, di Kota Padang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 orang responden, Dalam penelitian ini teknik yang digunakan

dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Metode analisa data analisis deskriptif dan analisis linear berganda

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji T)

No	Variabel Penelitian	Sig	Alpha	Kesimpulan
1	Promosi	0,000	0.05	Diterima
2	Harga	0,000	0.05	Diterima
3	Kualitas Pelayanan	0,043	0,05	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto warung production, sehingga hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) diterima. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto warung production, sehingga hipotesis (H<sub>2</sub>) diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto warung production, sehingga hipotesis (H<sub>3</sub>) diterima.

Pembahasan

Dari hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik promosi yang dilakukan oleh studio foto Warung Production maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap jasa foto yang ditawarkan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Sutyono (2011), Evelina dkk.,(2012), dan Harja (2016) yang mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, artinya semakin tinggi harga yang ditawarkan maka konsumen akan merasakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin baik sehingga konsumen akan mengambil keputusan pembelian untuk menggunakan jasa studio foto Warung Production di Kota Padang. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Ghanimata (2013), Lembang (2010), Siti Fatonah dan R Sigit Soebandiono (2010) dan Made Novandri SN (2010).

Hasil pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka konsumen akan merasakan bahwa keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto Warung Production sangat tepat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Kodu (2013), yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto warung production di Kota Padang.

### **Saran**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dis Untuk pemilik studio foto Warung Production sebaiknya mengembangkan kembali kreativitas promosi dan menetapkan harga yang terjangkau oleh konsumen serta meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen mau mengambil keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto Warung Production.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Evelina, Nela, DW, Handoyo, & Listyorini, Sari. 2012. Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi, terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomflexi (Kudus).Universitas Diponegoro. Semarang.
- [2] Sutiyono, T. Ari. 2011. Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman penambah energi M150 Semarang. Universitas Semarang. Semarang.
- [3] Harja, Budi. 2016. Pengaruh promosi harga terhadap keputusan pembelian. Jurnal studi manajemen. Vol 1, No 1.
- [4] Lembang, Rosvita Dua. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. Diponegoro Journal Of Management. Vol.1, No.1, Hal 61-77. Diakses 04 Maret 2013
- [5] Fatonah, Siti Dan Soebandiono Sigit R.2010. Analisis Faktor-Faktor Marketing Mix Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Benih Jagung Hibrida Pioneer P21 Di Kabupaten Bantul. Stie "Aub" Surakarta
- [6] Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012.Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.Universitas Diponegoro. Semarang. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djomarticleview/755730> akses 5 April 2013.
- [7] Kodu, Sarini. 2013. Pengaruh harga kualitas produk kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Jurnal EMBA. Vol 1. No.3.