

**IMPLEMENTASI *VALUE BRANDING*, DAYA TARIK &  
KUALITAS LAYANAN PADA BISNIS JASA FOTOGRAFI  
EMPIRE PHOTO STUDIO DAN REIS STUDIO**

**SKRIPSI**



disusun oleh

Arizal Jamal Ilmiadi

19.92.0120

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**IMPLEMENTASI *VALUE BRANDING* DAYA TARIK &  
KUALITAS LAYANAN PADA BISNIS JASA FOTOGRAFI  
EMPIRE PHOTO STUDIO DAN REIS STUDIO**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Gelar Sarjana

Pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Arizal Jamal Ilmiadi

19.92.0120

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

#### **IMPLEMENTASI VALUE BRANDING, DAYA TARIK & KUALITAS LAYANAN PADA BISNIS JASA FOTOGRAFI EMPIRE PHOTO STUDIO DAN REIS STUDIO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Arizal Jamal Ilmiadi  
19.92.0120

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 8 Juli 2023

Dosen Pembimbing,



Reza Widhar Pahlevi, S.E, M.M  
NIK. 190302587

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### IMPLEMENTASI VALUE BRANDING, DAYA TARIK & KUALITAS LAYANAN PADA BISNIS JASA FOTOGRAFI EMPIRE PHOTO STUDIO DAN REIS STUDIO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Arizal Jamal Ilmiadi  
19.92.0120

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 24 Juli 2023

#### Nama Penguji

Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M.  
NIK. 190302587

Rahma Widyawati, S.E., M.M.  
NIK. 190302013

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM  
NIK. 190302308

#### Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S. Bns)  
4 Agustus 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 1 September 2023

  
Arizal Jamal Ilmiadi  
NIM.19.92.0120

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *Value Branding* Daya Tarik & Kualitas Layanan Pada Bisnis Jasa Fotografi Empire Photo Studio Dan Reis Studio”. Dalam skripsi ini dibahas mengenai perbandingan secara spesifik mengenai daya tarik, value branding, dan kualitas layanan antara dua bisnis jasa fotografi Empire photo studio dan Reis studio.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Jurusan Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini melewati banyak perjuangan baik suka dan duka yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan karena penulis mempraktekan dan berhadapan langsung kedalam permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Dalam proses penyusunan skripsi ini saya mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1.) Prof.Dr.M.Suyanto, M.M ( Rektor Universtas Amikom Yogyakarta )

- 2.) Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom ( Dekan fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta )
- 3.) Suyatmi, S.E.,M.M selaku Kaprodi Kewirausahaan Universtas Amikom Yogyakarta
- 4.) Tanti Pripta Hapsari, S.E.,M.SI selaku wali dosen saya di kelas Prodi Kewirausahaan
- 5.) Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi
- 6.) Kedua orang tua dan teman – teman terutama Prodi Kewirausahaan Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih yang sudah mendoakan, memberikan semangat, memotivasi dan membantu, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar

Yogyakarta, Juli 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 <i>Value Branding</i> .....	7
2.1.2 Daya Tarik.....	10
2.1.3 Kualitas Layanan.....	11

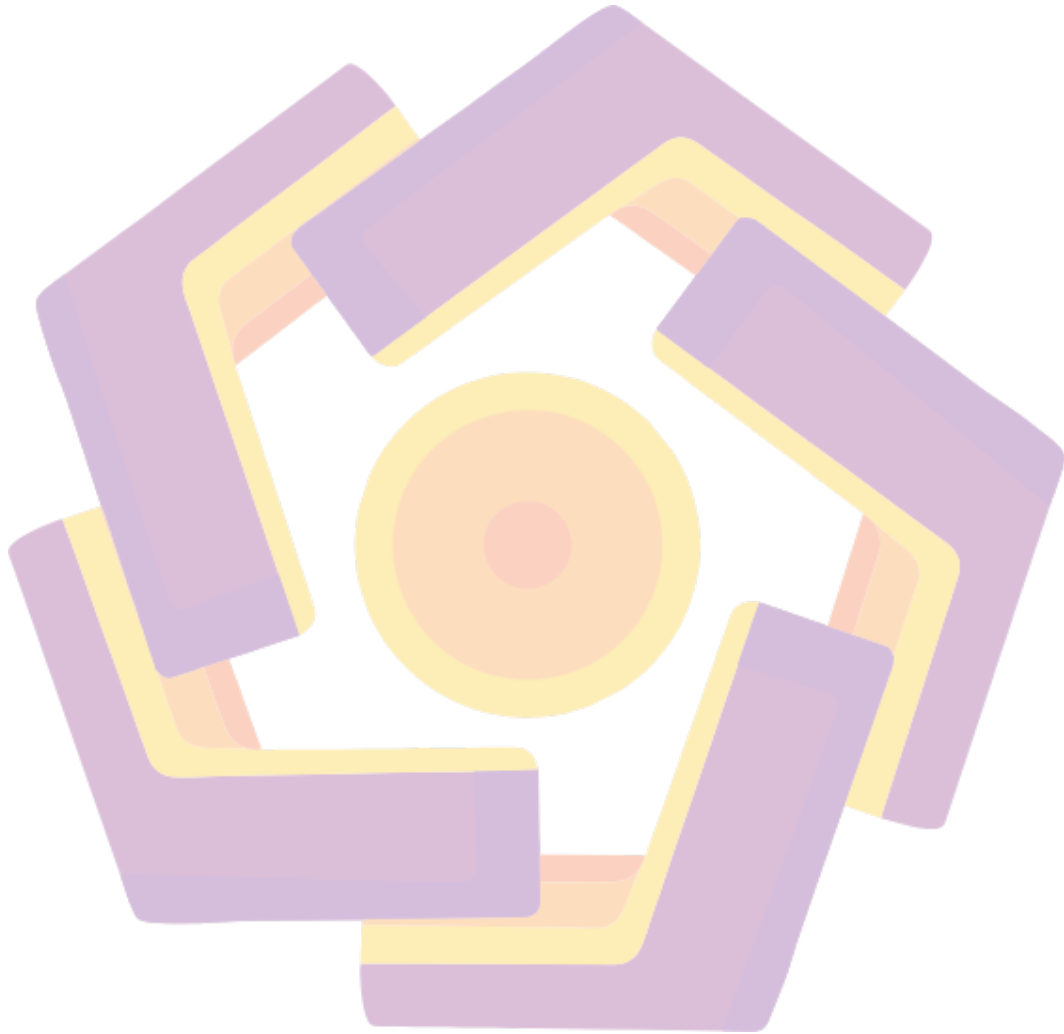


2.1.4	Strategi Bisnis fotografi .....	13
2.2	Penelitian Terdahulu.....	15
2.3	Kerangka Pemikiran .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>22</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	22
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.4	Obyek Penelitian .....	25
3.5	Subyek Penelitian .....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	27
3.8	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.8.1	Metode Observasi.....	29
3.8.2	Metode Wawancara.....	30
3.8.3	Studi Kasus .....	32
3.8.4	Metode Dokumentasi .....	32
3.8.5	Metode Keabsahan Data .....	33
3.8.6	Metode Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>38</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38

4.1.1	Reis Studio .....	38
4.1.2	Empire Photo Studio .....	39
4.2	Implementasi <i>Value Branding</i> .....	42
4.2.1	Implementasi <i>Value Branding</i> Pada Empire Photo Studio .....	42
4.2.2	Implementasi <i>Value Branding</i> Pada Reis Studio .....	44
4.3	Implementasi Daya Tarik .....	47
4.3.1	Implementasi Daya Tarik Pada Empire Photo Studio .....	47
4.3.2	Implementasi Daya Tarik Pada Reis Studio.....	49
4.4	Implementasi Kualitas Layanan .....	52
4.4.1	Implementasi Kualitas Layanan Pada Empire Photo Studio .....	52
4.4.2	Implementasi Kualitas Layanan Pada Reis Studio .....	55
4.5	Pembahasan .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>80</b>
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	15
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional Variabel.....	27

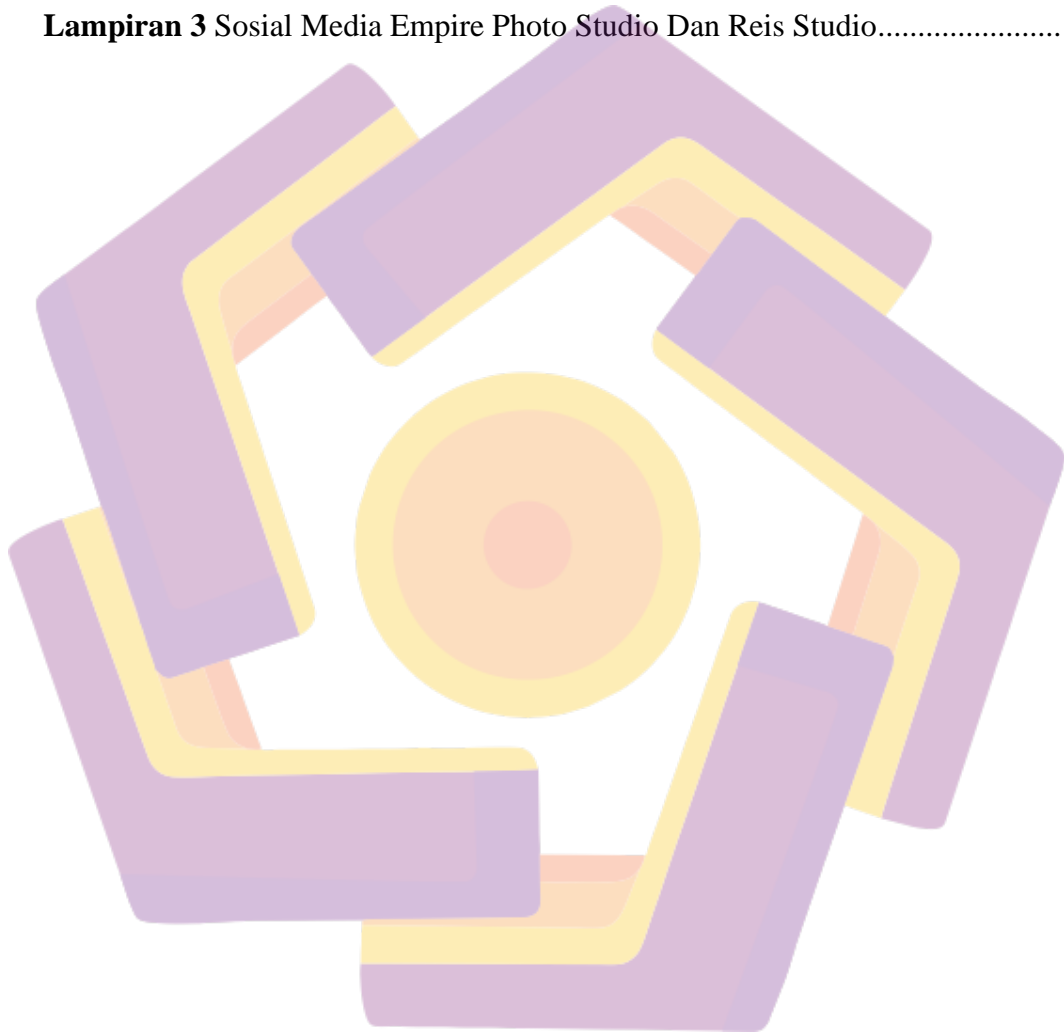


## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Penelitian.....	21
<b>Gambar 4. 1</b> Struktur Organisasi Reis Studio.....	39
<b>Gambar 4. 2</b> Struktur Organisasi Empire Photo Studio.....	41
<b>Gambar 4. 3</b> Data Variabel Value Branding Empire Photo Studio Menggunakan Diagram Tulang Ikan, Tentang Gambaran Faktor Skema Lima Point Jawaban Terkait Variabel Value Branding Empire Photo Studio. ....	44
<b>Gambar 4. 4</b> Data variabel daya tarik Reis studio menggunakan diagram tulang ikan, tentang gambaran faktor skema lima point jawaban terkait variabel <i>Value Branding</i> Reis studio.....	46
<b>Gambar 4. 5</b> Data Variabel Daya Tarik Empire Photo Studio Menggunakan Diagram Tulang Ikan, Tentang Gambaran Faktor Skema Lima Point Jawaban Terkait Variabel Daya Tarik Empire Photo Studio.....	49
<b>Gambar 4. 6</b> Data variabel daya tarik Reis studio menggunakan diagram tulang ikan, tentang gambaran faktor skema lima point jawaban terkait variabel daya tarik Reis studio.....	52
<b>Gambar 4. 7</b> Data variabel kualitas layanan Empire photo studio menggunakan diagram tulang ikan, tentang gambaran faktor skema enam point jawaban terkait variabel kualitas layanan Empire photo studio. ....	55
<b>Gambar 4. 8</b> Data variabel kualitas layanan Reis studio menggunakan diagram tulang ikan, tentang gambaran faktor skema enam point jawaban terkait variabel kualitas layanan Reis studio.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Daftar Pertanyaan Wawancara Ke Obyek Penelitian Empire Photo Studio Dan Reis Studio .....	88
<b>Lampiran 2</b> Kantor / studio Empire photo studio.....	89
<b>Lampiran 3</b> Sosial Media Empire Photo Studio Dan Reis Studio.....	90



## INTISARI

Fotografi adalah bisnis yang masih bertahan lama semenjak berpuluh – puluh tahun belakangan ini. Bisnis ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pasarnya, hal ini menimbulkan penyebaran *genre* fotografi serta segmentasi pasarnya. Persaingan pasar pun pasti terjadi pada bisnis fotografi ini, semakin banyak pelaku bisnis maka mau tidak mau kompetitor akan semakin banyak, hal ini merupakan pertanda baik bagi pelaku industri ini karena dengan adanya pesaing maka para pelaku bisnis akan mencari cara agar brand mereka memiliki keunggulan lebih dibandingkan brand kompetitor, oleh karena itu persaingan yang sehat merupakan cara terbaik untuk survive di industri bisnis jasa fotografi.

Metode penelitian ini adalah metode wawancara dengan pendekatan kualitatif. Obyek penelitian ini adalah dua bisnis fotografi yaitu Empire photo studio dan Reis studio, dengan 16 variabel pertanyaan yang berbeda – beda. Variabel yang digunakan memiliki keterkaitan tiga aspek yaitu daya tarik, value branding dan kualitas layanan dengan menggunakan teknik wawancara langsung ke narasumber, yang dimana variabel pertanyaan tersebut akan mengerucut lebih kedalam proses membangun value branding Empire photo studio dan Reis studio.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga variabel yaitu daya tarik, value branding dan kualitas layanan sangat berpengaruh dalam tolak ukur perbandingan metode bisnis antara Empire photo studio dan Reis studio dalam berbagai penyelesaian.

**Kata Kunci:** Daya Tarik, Value Branding, Kualitas Layanan

## **ABSTRACT**

*Photography is a business that has been around for decades. This business has become a special attraction for the market, this has given rise to the spread of the photography genre and its market segmentation. Market competition is bound to occur in this photography business, the more business people there are, inevitably there will be more and more competitors, this is a good sign for this industry player because with competitors, business people will look for ways so that their brand has more advantages compared to competitor brands, therefore healthy competition is the best way to survive in the photography service business industry.*

*This research method is an interview method with a qualitative approach. The objects of this research are two photography businesses, namely Empire photo studio and Reis studio, with 16 different question variables. The variables used are related to three aspects namely attractiveness, value branding and service quality by using direct interview techniques with sources, in which the question variables will narrow more into the process of building Empire photo studio and Reis studio value branding.*

*The results showed that three variables, namely attractiveness, value branding and service quality, were very influential in measuring the comparison of business methods between Empire photo studio and Reis studio in various settlements.*

**Keywords:** *Namely Attractiveness, Value Branding, Service Quality*