

ABSTRAK

Fotografi sendiri adalah seni dan praktik mengabadikan momen-momen penting dalam hidup manusia melalui gambar. Fotografi pernikahan bukan hanya tentang mengambil gambar, tetapi juga tentang mengabadikan momen-momen indah dan emosional, serta menciptakan kenangan yang abadi. Dalam era digital yang terus berkembang, pemilihan fotografer pernikahan telah menjadi keputusan yang semakin penting bagi calon pengantin. Selain kualitas fotografi, reputasi dan strategi pemasaran melalui media sosial juga berperan besar dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan jasa *wedding photography*. Dalam setiap proses pernikahan hampir dapat dipastikan akan menggunakan dokumentasi foto. Makna dokumentasi foto pernikahan tersebut terletak pada kemampuannya menginterpretasi kembali kejadian-kejadian penting yang terjadi selama proses pernikahan, sehingga penganten dapat mengenang saat-saat indah yang terjadi dalam proses pernikahannya. Citra merek dan pemasaran media sosial menjadi faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam memilih jasa *wedding photography*. Metode penelitian yang digunakan, yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu masyarakat Kota Bandung yang akan menggunakan jasa wedding photography yang disebarakan secara merata yang dibagi menjadi 5 wilayah, yaitu Bandung Utara, Bandung Selatan, Bandung Timur, Bandung Barat dan Bandung Tengah. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai citra merek, pemasaran media sosial Tiktok dan minat beli penggunaan jasa Owlsome Project serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara simultan antara citra merek dan pemasaran media sosial Tiktok terhadap minat beli penggunaan jasa Owlsome Project. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara citra merek terhadap minat beli penggunaan jasa Owlsome Project dan terdapat pengaruh signifikan antara pemasaran media sosial Tiktok terhadap penggunaan jasa Owlsome Project serta terdapat pengaruh signifikan dan simultan antara citra merek dan pemasaran media sosial Tiktok terhadap penggunaan jasa Owlsome Project.

Kata Kunci: Citra Merek, Pemasaran Media Sosial Tiktok dan Minat Beli.

ABSTRACT

Photography is the art and practice of capturing important moments in human life through images. Wedding photography is not just about taking pictures, it is also about capturing beautiful and emotional moments and creating lasting memories. In the ever-growing digital era, choosing a wedding photographer has become an increasingly important decision for prospective brides and grooms. Apart from the quality of photography, reputation and pemasaran strategies via social media also play a big role in influencing interest in using wedding photography services. In every wedding process, it is almost certain that photo documentation will be used. The meaning of wedding photo documentation lies in its ability to reinterpret important events that occurred during the wedding process so that the bride and groom can remember the beautiful moments that happened during the wedding process. Brand image and social media pemasaran are factors that influence a person's interest in choosing wedding photography services. The research methods used are descriptive and verification methods. The sample used in this research is the people of Bandung City who will use wedding photography services distributed evenly and divided into 5 regions, namely North Bandung, South Bandung, East Bandung, West Bandung, and Central Bandung. Data processing was carried out using multiple linear regression, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. This research aims to find out how consumers respond to brand image, Tiktok social media pemasaran, and purchase interest in using Owlsome Project services and to find out the simultaneous influence of brand image and Tiktok social media pemasaran on purchase interest in using Owlsome Project services. Based on the research results, it can be concluded that there is a significant influence between brand image on purchase intention to use Owlsome Project services and there is a significant influence between Tiktok social media pemasaran on the use of Owlsome Project services and there is a significant and simultaneous influence between brand image and Tiktok social media pemasaran on service use Owlsome Project.

Keywords: Brand Image, Social Media Marketing Tiktok and Buying Interest.