

SKRIPSI

**PENGARUH SEWA, MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENYEWAAN ALAT BERAT KONTRAKTOR
PADA PT. SWARNA CINDE RAYA PALEMBANG**



Diajukan Oleh :

RIZKA PUTRI

NPM. 1801110013.P

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RIZKA PUTRI
Nomor Pokok : 1801110013.P
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH SEWA, MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PENYEWAAN ALAT
BERAT KONTRAKTOR PADA PT. SWARNA
CINDE RAYA PALEMBANG

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 08/04/2022


Pembimbing I : Dra. M. Ima Andriyani, SE., M.Si
NIDN : 0201018001

Tanggal 24-2


Pembimbing II : Muhammad Saïd, SE., M.Si
NIDN : 0217046401

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK. CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen



Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RIZKA PUTRI
Nomor Pokok : 1801110013.P
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH SEWA, MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PENYEWAAN ALAT
BERAT KONTRAKTOR PADA PT. SWARNA
CINDE RAYA PALEMBANG

Penguji Skripsi :
Tanggal 08/04/2022
Ketua Penguji : Dra. M. Ima Andriyani, SE., M.Si
NIDN : 0201018001
Tanggal 08/04/2022
Penguji I : Muhammad Said, SE., M.Si
NIDN : 0217046401
Tanggal 08/04/2022
Penguji II : Nur Effen, SE., MM
NIDN : 0214038501

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK. CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

MOTTO DAN PEMBAHASAN

JANGAN MENCoba UNTUK JADI SAMA,
NAMUN JADILAH LEBIH BAIK
(DO NOT TRY TO BE SAME, BUT BE BETTER)

TIDAK ADA KATA GAGAL YANG ADA HANYA KATA
SUKSES ATAU BELAJAR

BERHENTILAH BERMIMPI DAN SAATNYA BERAKSI
(STOP DREAMING AND START DOING)

Kupersembahkan kepada :

- ♥ Suami dan anakku tercinta
- ♥ Ayah dan Ibunda tercinta
- ♥ Saudara- saudaraku
- ♥ Para pendidik yang saya hormati
- ♥ Orang yang memotivasiku
- ♥ Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizka Putri
Nomor pokok : 1801110013.P
Jurusan / Prog.Studi : Ekonomi Manajemen
Jenjang pendidikan : S1 (Strata I)
Judul Skripsi : Pengaruh Sewa, Merek Dan Promosi Terhadap
Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor Pada
PT. Swarna Cinde Raya Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang, April 2022



Rizka Putri

ABSTRAK

Rizka Putri, Pengaruh Sewa, Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor Pada PT. Swarna Cinde Raya Palembang, dibawah bimbingan Ibu Dra. M. Ima Andriyani, SE., M.Si dan Ibu Muhammad Said, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan Pengaruh Sewa, Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Penyewaan baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilaksanakan Pada PT. Swarna Cinde Raya Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh konsumen PT. Swarna Cinde Raya Palembang yang berjumlah 283 konsumen sedangkan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan ukuran sampel yang didasarkan atas kesalahan 10%. Jadi sampel yang dipilih mempunyai kepercayaan 95%. Maka didapat jumlah sampel sebanyak 74 konsumen sebagai sampel penelitian Analisis data dilakukan dengan bantuan *Program Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, secara simultan variabel Sewa, Merek, Dan Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Penyewaan dengan nilai sig F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$, secara parsial variabel Sewa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Penyewaan yang ditunjukkan nilai sig t sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$, secara parsial variabel Merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Penyewaan yang ditunjukkan nilai sig t sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$, secara parsial variabel Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Penyewaan yang ditunjukkan nilai sig t sebesar $0,002 < \alpha (0,05)$. Besarnya koefisien korelasi (R) variabel Sewa, Merek, Dan Promosi terhadap Keputusan Penyewaan sebesar 0,570 artinya menunjukkan korelasi yang kuat dan bersikap positif (searah) sedangkan dari nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,325 atau 32,5% variabel Keputusan Penyewaan dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Sewa, Merek, Dan Promosi sedangkan sisanya berpengaruh dengan faktor lain yang tidak diteliti

Dari model yang dibangun pada penelitian ini, maka dapat disarankan bagi PT. Swarna Cinde Raya Palembang, disarankan untuk lebih meningkatkan lagi Keputusan Penyewaan yang sudah berjalan baik sekarang ini, terutama indikator yang masih rendah yaitu konsumen menyewa alat berat untuk tempat proyek perusahaan. konsumen berminat untuk menyewa alat berat disini setelah mendapatkan informasi yang cukup. bagi peneliti lain, untuk menindaklanjuti lebih jauh hasil penelitian ini dengan mengembangkan variabel-variabel bebas yang lain sehingga dapat meningkatkan Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor Pada PT. Swarna Cinde Raya Palembang

Kata kunci : Sewa, Merek, Pomosi, Keputusan Penyewaan

ABSTRACT

Rizka Putri, Influence of Rent, Brand and Promotion on Contractor's Heavy Equipment Rental Decision at PT. Swarna Cinde Raya Palembang, under the guidance of Mrs. Dra. M. Ima Andriyani, SE., M.Si and Mrs. Muhammad Said, SE., M.Si

This study aims to determine the effect of rental, brand and promotion on rental decisions either partially or simultaneously. This research was conducted at PT. Swarna Cinder Raya Palembang. The population in this study were all consumers of PT. Swarna Cinde Raya Palembang, which amounted to 283 consumers, while determining the sample using the Slovin formula with a sample size calculation based on an error of 10%. So the selected sample has 95% confidence. Thus, a total sample of 74 consumers was obtained as the research sample. Data analysis was carried out with the help of the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 25 program.

The results of this study indicate that, simultaneously, the rental, brand, and promotion variables have a significant influence on the rental decision variable with a sig F value of $0.000 < (0.05)$, partially the rental variable has a significant effect on the rental decision variable. shown the value of sig t of $0.000 < (0.05)$, partially the Brand variable has a significant influence on the rental decision variable which is shown by the value of sig t of $0.001 < (0.05)$, partially the Promotion variable has a significant influence on The rental decision variable is shown by the sig t value of $0.002 < (0.05)$. The magnitude of the correlation coefficient (R) of the rental, brand, and promotion variables on the rental decision is 0.570, which means that it shows a strong correlation and is positive (unidirectional) while the value of the determination coefficient R Square is 0.325 or 32.5%, the rental decision variable can be explained or there are influence with the variables of Rent, Brand, and Promotion while the rest are influenced by other factors not examined

From the model built in this research, it can be suggested for PT. Swarna Cinde Raya Palembang, it is recommended to further improve the current rental decisions, especially the low indicator, namely consumers renting heavy equipment for company projects. consumers are interested in renting heavy equipment here after getting enough information. for other researchers, to further follow up the results of this study by developing other independent variables so that they can improve the Contractor's Heavy Equipment Rental Decision at PT. Swarna Cinder Raya Palembang

Keywords: Lease, Brand, Promotion, Lease Decision

RIWAYAT HIDUP



Rizka Putri., Lahir pada tanggal 28 Agustus 1997 di Palembang Penulis merupakan Anak ke Pertama dari 2 bersaudara bersaudara, dari pasangan

Burhaman Heru Cakra dan Susi liliani, SE

Penulis pertama kali masuk pendidikan formal di SD Darmajaya Palembang pada tahun 2002 dan tamat pada tahun 2008, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP MTSN I Palembang dan tamat pada tahun 2011 Setelah tamat SMP, penulis melanjutkan ke SMA Bina Warga 2 Palembang dan tamat pada tahun 2014 dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa D3 di UIN Raden Patah Palembang setelah itu penulis meneruskan kulia di Universitas Tridinanti Palembang dengan jurusan Ekonomi Manajemen .

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, Penulis banyak menerima bimbingan dan bantuan dari semua pihak, dan pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., AK., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta saran dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Muhammad Said, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang banyak mengoreksi dan memberi masukan serta saran yang membar dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
6. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang, Angkatan 2018 yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritikan dan saran.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi Mahasiswa, khususnya Mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, April 2022

Penulis



Rizka Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Masalah	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis	10
2.1.1 Keputusan Penyewaan.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembeli	12
2.1.1.3 Indikator Kepuasan Penyeaan.....	13
2.1.2 Sewa.....	14

2.1.2.1	Pengertian Sewa.....	14
2.1.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Sewa	14
2.1.2.3	Indikator Sewa.....	16
2.1.3	Merek	17
2.1.3.1	Pengertian Merek.....	17
2.1.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Merek	18
2.1.3.3.	Indikator Merek	19
2.1.4	Promosi.....	20
2.1.4.1	Pengertian Promosi.....	20
2.1.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	21
2.1.4.3	Indikator Promosi	22
2.2	Hasil Penelitian Lain Yang Relevan.....	23
2.3	Kerangka Berpikir	24
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.1.1	Tempat Penelitian	27
3.1.2	Waktu Penelitian.....	27
3.2.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel dan Teknik Sampling	28
3.3.	Rancangan Penelitian	29
3.4.	Defenisi Konseptual dan Definisi Operasional	29
3.5.	Instrumen Penelitian	31
3.6.	Teknik Analisis Data	32
3.7.	Uji Hipotesis Statistik	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Sejarah PT. Swarna Cinde Raya Palembang.....	41
4.2	Visi dan Misi PT. Swarna Cinde Raya Palembang.....	41
4.3	Struktur Organisasi PT. Swarna Cinde Raya Palembang	41

4.4	Uraian Tugas PT. Swarna Cinde Raya Palembang.....	43
4.5	Uji Validitas	47
4.6	Uji Validitas Variabel Keputusan Penyewaan (Y)	48
4.7	Uji Validitas Variabel Sewa	48
4.8	Uji Validitas Variabel Merek (X2).....	49
4.9	Uji Validitas Variabel Promosi (Y3)	50
4.10	Uji Realibilitas.....	51
4.11	Uji Realibilitas Keputusan Penyewaan (Y)	51
4.12	Uji Realibilitas Sewa (X1)	52
4.13	Uji Realibilitas Merek (X2).....	52
4.14	Uji Realibilitas Promosi (X3)	53
4.15	Analisis Deskriptif	53
	4.1.5.1 Data Statistik Deskriptif.....	53
	4.1.5.2 Deskripsi Variabel Keputusan Penyewaan (Y).....	54
	4.1.5.3 Variabel Sewa (X1)	55
	4.1.5.4 Variabel Merek (X2)	56
	4.1.5.5 Variabel Promosi (X3)	57
4.16	Analisis Butir Instrumen	58
	4.1.6.1 Uji Normalitas	63
	4.1.6.2 Uji Homogenitas	64
4.17	Uji Linearitas.....	66
	4.1.7.1 Uji Linearitas Antara Variable Sewa (X1)	66
	4.1.7.2 Uji Linearitas Antara Variabel Merek (X2).....	67
	4.1.7.3 Uji Linearitas Antara Variabel Promosi (X3)	68
4.18	Analisis Regresi Linier Berganda	68
	4.1.8.1 Uji Asumsi Klasik	68
	4.1.8.2 Uji Heteroskedas	66
4.19	Regresi Linier Berganda.....	66
4.20	Analisis Korelasi dan Determinasi.....	68
4.21	Uji Hipotesis Statistik	70
4.22	Pembahasan.....	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penyewaan Alat Berat CV Kaunia Illahi.....	4
Tabel 2.2	Penelitian Yang Relevan.....	23
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	27
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.3	Skala Penafsiran Nilai Indikator.....	38
Tabel 3.4	Penafsiran Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1	Hasil SPSS Korelasi Keputusan Penyewaan (Y)	48
Tabel 4.2	Hasil SPSS Korelasi Variabel Sewa	49
Tabel 4.3	Hasil SPSS Korelasi Merek.....	50
Tabel 4.4	Hasil SPSS Korelasi Promosi (X3).....	50
Tabel 4.5	Hasil SPSS Korelasi Keputusan Penyewaan	51
Tabel 4.6	Uji Reabilitas Untuk Variabel Sewa	52
Tabel 4.7	Uji Reabilitas Untuk Variabel Merek.....	53
Tabel 4.8	Uji Reabilitas Untuk Variabel	53
Tabel 4.9	Data Deskriptif Variabel Penelitian	54
Tabel 4.10	Hasil Nilai rata-rata Skor Jawaban Variabel Keputusan Sewa	59
Tabel 4.11	Hasil Nilai rata-rata Skor Jawaban Variabel Sewa (X1).....	60
Tabel 4.12	Hasil Nilai rata-rata Skor Jawaban Variabel Merek (X2)	61
Tabel 4.13	Hasil Nilai rata-rata Skor Jawaban Variabel Promosi (X3) ...	62
Tabel 4.14	Data Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.15	Data Hasil Uji Homogenitas.....	64
Tabel 4.16	Hasil regresi Sewa , Merek, Promosi (X1)	67

Tabel 4.17	Hasil Uji Linear Variabel Merek	67
Tabel 4.18	Hasil Uji Linear Variabel Promosi (X3)	68
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinearitas Variabel-variabel Bebas	69
Tabel 4.20	Hasil Regresi Sewa, Merek dan Promosi	72
Tabel 4.21	Hasil Korelasi sewa (X1) Merek (X2)	74
Tabel 4.22	Hasil Uji F	76
Tabel 4.23	Hasil Uji t.....	77
Tabel 4.24	Scatterplat Uji Heterokedas itisitas	71
Tabel 4.25	Hasil Regresi Sewa dan Promosi	72
Tabel 4.26	Hasil Uji Korelasi Sewa (X1) Merek (X2) Promosi (X3)....	74
Tabel 4.27	Hasil Uji F	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	42
Gambar 4.2	Grafik Histogram Variabel Keputusan Penyewa (Y).....	55
Gambar 4.3	Grafik Histogram Variabel Sewa (X1)	56
Gambar 4.4	Grafik Histogram Variabel Merek (X2)	57
Gambar 4.5	Grafik Histogram Variabel Promosi (X3)	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan disegala bidang diberbagai kota salah satunya di kota Palembang dan sekitarnya. Semakin lama semakin banyak peningkatan dalam jumlah pembangunan baik itu untuk rumah tinggal, tempat penginapan, trade centre, dan lain-lain, untuk mendukung pembangunan tersebut selain menggunakan sumber daya manusia, diperlukan juga alat berat sebagai pendukungnya. Seiring besarnya permintaan masyarakat khususnya kontraktor untuk menggunakan alat berat dalam menjalankan usaha mereka menyebabkan bisnis penyewaan alat berat semakin meningkat dari waktu ke waktu. Adanya omset atau keuntungan yang menjanjikan tersebut menyebabk

an persaingan penyewaan alat berat semakin meningkat. Menghadapi persaingan tersebut maka setiap perusahaan jasa penyewaan alat berat melakukan berbagai cara agar dapat tetap eksis dalam memasarkan jasanya. (Kartajaya, 2017 : 62)

Salah satu keunggulan bersaing yang paling efektif dalam bisnis berkarakteristik jasa adalah dengan melakukan strategi pemasaran dalam melakukan pendekatan pada konsumen. Perusahaan dapat dikatakan berkembang jika produk dan jasa yang ditawarkan mendapatkan respon yang positif dari

konsumen. Oleh sebab itu untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga

konsumen merasa tertarik untuk menggunakan produk serta jasa yang ditawarkan. (Fahmi, 2016:78)

Suatu perusahaan dapat terjaga eksistensinya tergantung bagaimana perusahaan tersebut dapat melihat peluang pasar yang ada, terutama dalam bidang pemasaran. Bidang pemasaran menjadi kontribusi terbesar perusahaan untuk berhadapan langsung dengan lingkungan eksternal perusahaan dan menjadi salah satu cara agar perusahaan dapat memenangkan pangsa pasar yang ada. Tidak saja berfungsi untuk melihat peluang pasar, namun secara keseluruhan bidang pemasaran difungsikan untuk memenangkan ketatnya persaingan pasar dengan beradaptasi untuk keadaan saat ini dan peluang pasar di masa depan. Selain fokus pada konsumen, perusahaan juga harus memfokuskan perhatiannya pada pesaing (*competitor*) agar perusahaan dapat mengantisipasinya sejak awal membuat strategi pemasaran yang lebih baik dari pesaing.

Keputusan konsumen dalam memilih penyewaan alat berat tidaklah mudah, mereka harus pintar-pintar memilih dalam menentukan mana penyewaan alat berat yang tepat waktu dan bagus. Menurut Fahmi (2016:81), Faktor yang mempengaruhi penggunaan jasa adalah sewa, merek dan promosi, menurut Kotler dan Armstrong (2016:51) *Marketing mix* adalah bauran pemasaran yang mengkaji dan fokus pada empat sisi *marketing* yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promosi*. Keempat sisi bauran pemasaran tersebut saling bekerjasama untuk mendukung

penguatan tercapainya target penjualan sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak manajemen perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2018:67) sewa merupakan salah satu dari elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen lain menghasilkan biaya, elemen termudah dalam proses pemasaran untuk disesuaikan dengan fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Penetapan sewa bertujuan untuk memperoleh keuntungan, penetapan sewa sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas

Menurut Buchari (2015:179) Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Perusahaan jasa pengiriman perlu melakukan promosi yang efektif, agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa dan membujuk target konsumen agar berminat membeli produk tersebut. Selain itu promosi adalah suatu kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk atau jasa dan ide perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan

Sewa merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana sewa akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:345), dalam arti yang sempit,

sewa adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, sewa adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk

mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

PT. Swarna Cinde Raya Palembang, yang terletak di JL. Soekarno Hatta No. 94 Siring Agung, Kec. Ilir Barat I Kota Palembang. PT. Swarna Cinde Raya Palembang merupakan, suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyewaan alat-alat berat. PT. Swarna Cinde Raya Palembang ini menyediakan penyewaan alat-alat berat seperti, crawler crane, raughter crane, truck mobil crane dan alat berat lainnya.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi penyewaan alat berat
PT. Swarna Cinde Raya Palembang

Tahun	Target Penyewaan	Realisasi Penyewaan
2016	150	142
2017	150	137
2018	150	131
2019	150	127
2020	150	116

Sumber : PT. Swarna Cinde Raya Palembang Tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan penyewaan alat berat 2016 sampai 2020 mengalami penurunan hal ini dikarenakan kurangnya baiknya bauran

pemasaran, hal ini disebabkan karena ada beberapa masalah pada harga sewa, merek dan promosi yang ada di PT. Swarna Cinde Raya Palembang.

Harga sewa alat berat pada PT. Swarna Cinde Raya Palembang bervariasi tergantung durasi penyewaan dan lokasi proyek. PT. Swarna Cinde Raya Palembang memberikan harga yang relatif murah dibandingkan perusahaan lain. PT. Swarna Cinde Raya Palembang menetapkan harga dengan menggunakan *metode competition based pricing*. PT. Swarna Cinde Raya Palembang akan menyesuaikan harga dengan para pesaingnya terlebih dahulu, serta memberikan harga yang lebih murah atau bersaing dari para pesaingnya dengan cara memberikan pelayanan kepuasan terbaik dengan tujuan untuk merebut pangsa pasar pesaing serta membangun brand awareness terhadap target pasar. PT. Swarna Cinde Raya Palembang dalam menyewakan alat beratnya menggunakan perhitungan per jam kerja dengan batas minimum penyewaan. Karena penggunaan alat berat dapat dalam berbagai kondisi dan model sehingga perhitungan yang ada saat ini adalah per jam kerja pada suatu lokasi, akan tetapi berdasarkan tabel 1.1 di atas turunnyalah realisasi penyewaan alat berat dengan harga sewa yang sama akan mengurangi total pendapatan yang diperoleh PT. Swarna Cinde Raya Palembang, dengan adanya penurunan apabila tidak cepat ditanggapi akan berakibat buruk bagi perusahaan yang bisa mengakibatkan perusahaan itu gulung tikar/bangkrut. Masalah lain yaitu dimana sebelum konsumen melakukan penyewaan, kebanyakan terlebih dahulu memperhatikan harga sewa yang ditawarkan. Harga sewa sering dijadikan sebagai dasar dalam melakukan

penyewaan bagi konsumen, sehingga ada image yang muncul dibenak konsumen bahwa barang dengan harga yang tinggi tentu kualitasnya baik namun apabila harga barang murah maka kualitasnya kurang baik.

Fenomena menurunnya keputusan penyewaan alat berat PT. Swarna Cinde Raya Palembang dilihat dari kurangnya kepercayaan merek alat berat yang disediakan oleh PT. Swarna Cinde Raya Palembang kepada para konsumennya. Permasalahan tersebut masalah utama karena diindikasikan banyak konsumen yang inkonsisten terhadap merek alat berat yang telah dipilihnya.

Selain itu menurunnya keputusan penyewaan alat berat PT. Swarna Cinde Raya Palembang juga disebabkan oleh kurangnya promosi. PT. Swarna Cinde Raya Palembang dinilai kurang berinovasi dalam melakukan strategi promosi dibanding pesaing. Promosi yang dilakukan sebagian besar menggunakan personal selling yang saat ini dinilai perlu dilakukan kajian ulang mengingat perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan mobilitas pelanggan yang semakin tinggi. PT. Swarna Cinde Raya Palembang melakukan promosi pemasaran dengan cara memberikan penawaran – penawaran dengan mencantumkan nama perusahaan kepada pihak – pihak yang menjadi target pemasaran bisnis PT. Swarna Cinde Raya Palembang yaitu asosiasi kontraktor seperti Wika, Waskita, HK, dll. Juga masih dengan melakukan penawaran secara personal yang dapat dilakukan dengan menggunakan e-mail maupun telepon secara langsung kepada perusahaan – perusahaan perorangan

Dari permasalahan-permasalahan diatas betapa pentingnya bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan sewa, merek serta promosi sehingga

memberikan kualitas jasa yang terbaik, maka untuk mengetahui pengaruh Sewa, Merek dan Promosi terhadap Keputusan Penyewaan dapat dilakukan melalui penelitian dengan judul **“Pengaruh Sewa, Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor Pada PT. Swarna Cinde Raya Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Sewa, Merek dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang?
2. Apakah Sewa berpengaruh terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang?
3. Apakah Merek berpengaruh terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan apakah ada pengaruh :

1. Sewa, Merek dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang.
2. Sewa terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang.
3. Merek terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang.
4. Promosi terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan hasil-hasil yang didapat akan ada manfaatnya bagi :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai Pengaruh Sewa, Merek dan Promosi terhadap Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor PT. Swarna Cinde Raya Palembang.
2. Sebagai sumbangan bagi PT. Swarna Cinde Raya Palembang untuk lebih memperhatikan Sewa, Merek dan Promosi dalam pengembangan pemasaran sehingga Keputusan Penyewaan Alat Berat Kontraktor benar-benar ditingkatkan.
3. Secara teoritis :
 - a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan masalah Sewa, Merek dan Promosi terhadap Keputusan Penyewaan.

- b. Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan kajian lebih lanjut.
- c. Sebagai salah satu input atau masukan bagi PT. Swarna Cinde Raya Palembang

DAFTAR PUSTAKA

- Adiahsari Lidyasuwanti, Handayani Rinuastuti dan Lalu M Furkan. 2016. "Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram". Jurnal Magister Manajemen Universitas Matara.
- Buchari Alma. 2015. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung
- Djaslim, Saladin Yevis Marty Oesman. 2018. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung : Linda Karya.
- Ginting N, 2018. Manajemen Pemasaran . Bandung : Yrama Widya
- Haryono, Siswoyo. 2017. Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS. Luxima Metro Media
- J. Supranto M. A. 2015. Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1, Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta
- Juanda. 2015. Metodologi Penelitian. Gunung Agung, Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2017. Positioning, Diferensiasi, dan Brand. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2016. Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Marketing Management, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Machfoedz, Mahmud. 2017. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Rietveld dan Sunaryanto. 2017. 87 Masalah Pokok dalam Regresi Berganda, Andi Offset, Yogyakarta.
- Santoso, Singgih. 2014. SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia.
- Setiawan, Elfa. 2018. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen PT JNE (Studi Kasus di Perumahan Taman Aster Cibitung). Jurnal Pemasaran. Vol 2. No.2
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV

Sunyoto, Danang. 2016. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy. 2018. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta

Young, 2017. Metodologi Penelitian. PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta.

.