

**PENGARUH PRODUK JASA, PRICELIST DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK JASA  
PADA PT. MEGA AUTO FINANCE PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan oleh :**

**WIDYA DWI PRAMANTA**

**NPM : 19.01.11.0507.P**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**


**2022**


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRPSI

Nama : WIDYA DWI PRAMANTA  
Nomor Pokok / NIM : 19.01.11.0507.P  
Jurusan / Program Studi : Ekonomi / Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK JASA, PRICELIST  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN PRODUK JASA PADA PT.  
MEGA AUTO FINANCE PALEMBANG

Pembimbing:

Tanggal 13/09/22 Pembimbing I:   
Amrillah Azrin, S.E.,M.M  
NIDN : 0203026201

Tanggal 13/09/22 Pembimbing II :   
Suharti, S.E.,M.M  
NIDN : 0220086501

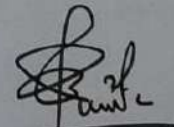
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Msy. Mikal, SE., M.Si. Ak. CA. CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen



Mariyam Zanariah, SE., M.M  
NIDN : 0222096301





UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

TANDA PENGESAHAN SKRPSI

Nama : WIDYA DWI PRAMANTA  
Nomor Pokok / NIM : 19.01.11.0507.P  
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK JASA, PRICELIST  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN PRODUK JASA PADA PT.  
MEGA AUTO FINANCE PALEMBANG

Penguji:

Tanggal 13/09/2022 Ketua Penguji:  Amrillah Azrin, S.E.,M.M  
NIDN : 0203026201

Tanggal 13/09/2022 Penguji I :  Suharti, S.E.,M.M  
NIDN : 0220086501

Tanggal 11-4-2022 Penguji II :  Dr.M.Ima Andriyani, S.E., M.MSi  
NIDN : 0201018001

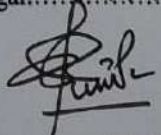
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonom:  
Tanggal: 14/09/2022



Dr. Masy Miskial, S.E., M.Si, Ak. CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal: 14/09/2022

  
Mariyam Zanariah, SE., M.M.  
NIDN : 0222096301

19/PS/DFE/22

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Widya Dwi Pramanta  
NomorInduk : 1901110507.P  
Jurusan/ Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa judul Skripsi, PENGARUH PRODUK JASA, PRICELIST DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN PRODUK JASA PADA PT. MEGA AUTO FINANCE PALEMBANG.

Benar bebas dari Plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 31 Maret 2022

Yang Membuat pernyataan



WIDYA DWI PRAMANTA

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

*“Kesuksesan itu nggak kayak indomie yang bisa dinikmati dengan proses instan. Karena kesuksesan adalah anak dari ketekunan dan kesabaran, dan hidup ini seperti secangkir kopi dimana pahit dan manis melebur menjadi satu dan bertemu dalam kehangatan”.*

*(Dee Lestari)*

### **Persembahan:**

Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk :

- ❖ ALLAH SWT
- ❖ Ayah dan Ibu tercinta
- ❖ Keluarga dan saudara-saudaraku
- ❖ Dosen Pembimbing Skripsiku
- ❖ Dosen Pembimbing Akademikku
- ❖ Almamaterku
- ❖ Tema-teman Manajemen

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan proposal dengan judul “PENGARUH PRODUK JASA, PRICELIST DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK JASA PADA PT. MEGA AUTO FINANCE PALEMBANG”. Laporan Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Penulis menyadari dalam penyusunan Proposal ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal ini. Secara khusus penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si, Ak. CA, CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.
5. Bapak Amrillah Azrin, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Proposal ini.
6. Ibu Suharti, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Proposal ini.
7. Bapak Hisbullah, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu selama proses pembelajaran.

8. Bapak/Ibu Pimpinan dan Staff PT. Mega Auto Finance Palembang yang telah bersedia membantu dan memberikan data dalam penyusunan Proposal ini.
9. Jajaran Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
10. Seluruh keluarga dan atas do'a dan dukungannya selama penyusunan Skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 Fakultas Ekonomi atas semua dukungan, semangat dan kerjasamanya.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal ini masih banyak kekurangan. Penulis berharap kritik dan saran yang dapat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penyusunan proposal ini sehingga proposal ini dapat bermanfaat untuk pendidikan dan penerapan dilapangan serta dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

Palembang, 2022

Peneliti

**WIDYA DWI PRAMANTA**

## DAFTAR ISI

|                                    |                              |
|------------------------------------|------------------------------|
| HALAMAN JUDUL.....                 | i                            |
| HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN.....    | ii                           |
| HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN .....    | iii                          |
| HALAMAN LEMBAR BEBAS PLAGIAT.....  | iv                           |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v                            |
| KATA PENGANTAR.....                | vi                           |
| DAFTAR ISI.....                    | viii                         |
| DAFTAR TABEL.....                  | xii                          |
| DAFTAR GAMBAR.....                 | xiii                         |
| ABSTRAK.....                       | xiv                          |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....          | xv                           |
| BAB I.....                         | Error! Bookmark not defined. |
| PENDAHULUAN .....                  | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1. Latar Belakang .....          | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2. Perumusan Masalah .....       | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....       | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....      | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II.....                        | Error! Bookmark not defined. |
| TINJAUAN PUSTAKA.....              | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1 Kajian Teoritis .....          | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.1 Pemasaran .....              | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....    | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3 Produk Jasa .....            | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3.1 Produk .....               | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3.2 Jasa.....                  | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3.3 Produk jasa.....           | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3.4 Dimensi Produk Jasa.....   | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3.5 Indikator Produk Jasa..... | Error! Bookmark not defined. |



|                          |                                                             |                                     |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 2.1.4                    | Pricelist .....                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4.1                  | Pengertian Pricelist .....                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4.2                  | Penetapan Pricelist .....                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4.3                  | Dimensi Pricelist .....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4.4                  | Indikator Pricelist .....                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4                    | Promosi .....                                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.1                  | Pengertian Promosi .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.2                  | Fungsi Promosi .....                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.3                  | Dimensi Promosi .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.4                  | Indikator Promosi .....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.6                    | Keputusan Penggunaan / Keputusan Pembelian .....            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.6.1                  | Pengertian Keputusan Penggunaan / Keputusan Pembelian ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.6.2                  | Proses Keputusan Pembelian/Penggunaan .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.6.3                  | Dimensi Keputusan Penggunaan .....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.6.4                  | Indikator Keputusan Penggunaan .....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2                      | Penelitian Yang Relevan .....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3                      | Kerangka Berfikir .....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4                      | Hipotesis .....                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>BAB III</b>           | .....                                                       | <b>27</b>                           |
| <b>METODE PENELITIAN</b> | .....                                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1                      | Tempat dan Waktu .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1.1                    | Tempat Penelitian .....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1.2                    | Waktu Penelitian .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2                      | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                        |                                                           |                                     |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 3.2.1                                  | Sumber Data.....                                          | 28                                  |
| 3.2.2                                  | Teknik Pengumpulan Data.....                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.3                                    | Populasi dan Sampel.....                                  | 29                                  |
| 3.3.1                                  | Populasi.....                                             | 29                                  |
| 3.3.2                                  | Sampel.....                                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.3.3                                  | Teknik Sampling.....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4                                    | Rancangan Penelitian.....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5                                    | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.1                                  | Variable Penelitian.....                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.2                                  | Definisi Operasional Variabel.....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6                                    | Instrumen Penelitian .....                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7                                    | Uji Instrumen .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7.1                                  | Uji Validitas .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7.2                                  | Uji Reliabilitas .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7.3                                  | Analisis Regresi Linier Berganda .....                    | 37                                  |
| 3.7.4                                  | Analisis Koefisien Korelasi .....                         | 39                                  |
| 3.7.5                                  | Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....    | 40                                  |
| 3.8                                    | Uji Hipotesis .....                                       | 40                                  |
| 3.8.1                                  | Uji F (Uji Simultan) .....                                | 40                                  |
| 3.8.2                                  | Uji T (Parsial) .....                                     | 41                                  |
| <b>BAB IV</b>                          | .....                                                     | <b>44</b>                           |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> | .....                                                     | <b>44</b>                           |
| 4.1                                    | Hasil Penelitian .....                                    | 44                                  |
| 4.1.1                                  | Sejarah Singkat PT. Mega Auto Finance Palembang .....     | 44                                  |
| 4.1.2                                  | Visi dan Misi PT. Mega Auto Finance Palembang.....        | 45                                  |
| 4.1.3                                  | Struktur Organisasi PT. Mega Auto Finance Palembang ..... | 45                                  |

|                             |                                                              |           |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.4                       | Tugas dan Tanggung Jawab.....                                | 46        |
| 4.1.5                       | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....                     | 48        |
| 1.                          | Uji Validitas .....                                          | 48        |
| 2.                          | Uji Reliabilitas .....                                       | 50        |
| 4.1.6                       | Karakteristik Responden .....                                | 51        |
| 4.1.7                       | Uji Asumsi Klasik.....                                       | 53        |
| 4.1.8                       | Uji Normalitas.....                                          | 53        |
| 4.1.9                       | Uji Multikolinieritas.....                                   | 54        |
| 4.1.10                      | Uji Heteroskedastisitas.....                                 | 55        |
| 4.1.11                      | Analisis Data.....                                           | 56        |
| 4.1.12                      | Regresi Linier Berganda .....                                | 56        |
| 4.1.13                      | Uji Koefisien Korelasi .....                                 | 57        |
| 4.1.14                      | Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> )..... | 59        |
| 4.1.15                      | Uji Hipotesis .....                                          | 59        |
| 4.1.16                      | Uji Simultan (Uji F).....                                    | 60        |
| 4.1.17                      | Uji Simultan (Uji T).....                                    | 60        |
| 4.2                         | Pembahasan.....                                              | 61        |
| <b>BAB V</b>                | .....                                                        | <b>65</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> | .....                                                        | <b>65</b> |
| 5.1                         | Kesimpulan .....                                             | 65        |
| 5.2                         | Saran .....                                                  | 67        |
| <b>Daftar Pustaka</b>       |                                                              |           |
| <b>Lampiran</b>             |                                                              |           |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                  | Halaman |
|--------------------------------------------------------|---------|
| 1.1 Data Jumlah Nasabah Periode 2019-2020.....         | 4       |
| 1.2 Data Nasabah Oktober-November 2021.....            | 5       |
| 2.1 Penelitianlain yang relevan.....                   | 24      |
| 3.1 Jadwal penelitian.....                             | 33      |
| 3.2 Skala <i>Likert</i> .....                          | 37      |
| 3.4 Tabel koefisein korelasi.....                      | 41      |
| 4.1 Uji Validitas Variabel.....                        | 50      |
| 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....                        | 51      |
| 4.3 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....         | 52      |
| 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....      | 52      |
| 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 53      |
| 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....    | 53      |
| 4.7 Hasil Uji Normalitas.....                          | 54      |
| 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....                   | 55      |
| 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....             | 57      |
| 4.10 Hasil Uji Koefisien korelasi ( $r$ ).....         | 58      |
| 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....    | 60      |
| 4.12 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji $t$ ).....     | 61      |
| 4.13 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji $F$ ).....    | 61      |

## **DAFTAR GAMBAR**

| Gambar                        | Halaman |
|-------------------------------|---------|
| 2.1 Kerangka Berfikir.....    | 31      |
| 4.1 Struktur organisasi ..... | 41      |

## ABSTRAK

**WIDYA DWI PRAMANTA. Pengaruh Produk Jasa, Pricelist dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Amrillah Azrin, S.E.,M.M dan Ibu Suharti, S.E.,M.M)**

Pada dasarnya, skripsi ini membahas bagaimana keputusan Keputusan Penggunaan Produk Jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan secara parsial dan secara simultan Pengaruh Produk Jasa, Pricelist dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Tehnik sampel yang digunakan metode *sampel accidental* dengan responden sebanyak 67 orang.

Berdasarkan pengujian secara simultan/serentak (Uji F) juga menunjukkan hasil bahwa Ada pengaruh produk jasa, picelist dan promosi secara simultan terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai F Sig. sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05..$

**Kata Kunci: Produk Jasa, Pricelist, Promosi, Keputusan Penggunaan**

## **RIWAYAT HIDUP**

**Widya Dwi Pramanta** ,dilahirkan di Prabumulih Tanggal 23 November 1997 dari Bapak Suparman dan Ibu Anita Yulia Merupakan anak dua dari tiga bersaudara. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2003-2009 di SD YKPP Prabumulih, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2009-2012 di SMP Negeri 1 Prabumulih, Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2012-2015 di SMA Negeri 1 Prabumulih dan selanjutnya menyelesaikan Diploma Tiga (D3) Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya diselesaikan pada tahun 2015-2018. Saat ini melanjutkan kembali pendidikan di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Tridianti Palembang.

Pada tahun 2018-2019 mulai bekerja di PT Federal Internasional Finance Prabumulih dan memilih untuk Resign dan Tahun 2020 mulai bekerja di PT Mega Auto Finance Palembang yang telah dijalani selama 1 tahun lebih hingga saat ini dengan jabatan sebagai staff administrasi.

Palembang,.... Maret 2022

Penulis,

.....

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan pemasaran bermula ketika tahun 1900 terjadi sebuah revolusi industri secara besar-besaran dan mengubah cara atau perilaku masyarakat. Jika sebelum terjadinya revolusi masyarakat masih mengenal cara berbisnis dengan ciri utama merkantilis (berdagang), maka setelah revolusi perilaku bisnis masyarakat berubah menjadi kapitalis. Keadaan berubah menjadi kapitalis dikarenakan munculnya kekuatan baru di dunia perdagangan, di mana banyak orang-orang yang memiliki uang yang banyak menggunakan uang mereka sebagai modal untuk membangun pabrik dan perusahaan tujuannya tidak lain adalah untuk memproduksi barang secara lebih cepat dan memperdagangkannya.

Dari proses itu mulailah terjadi perubahan cara pandang dan perilaku pasar, di mana perusahaan tersebut menggunakan sebuah lembaga untuk menjalankan segala kebutuhan pasar yaitu pemasaran jasa. Jasa tidak dapat disimpan, seperti barang, karena jasa yang diproduksi harus dalam waktu yang bersamaan

Pada saat ini sektor bisnis dibidang usaha jasa seperti perbankan, asuransi, pasar modal dan pegadaian berkembang semakin pesat. Salah satu perkembangan pemasaran jasa yang cukup diminati yaitu pemasaran jasa Finance atau yang sering disebut pegadaian. Finance merupakan suatu kegiatan pengelolaan uang



dan proses memperoleh dana yang dibutuhkan oleh seseorang. *Finance* juga mencakup pengawasan, penciptaan, dan studi uang, perbankan, kredit, investasi, aset, dan kewajiban yang membentuk sistem keuangan. Pada dasarnya segmen pasar pegadaian adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan bisa terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (ekonomi).

Pegadaian merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya. Dan mengusung slogan “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan proses dan persyaratan yang terlalu rumit. Bentuk pendanaan ini sudah sejak lama dan sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Gadai adalah hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seseorang yang mempunyai utang atau oleh seseorang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seseorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

Banyak hal yang akan di pertimbangkan seorang nasabah pegadaian sebelum melakukan transaksi di tempat tersebut atau tidak, terkait dengan berapa lama barang yang nasabah miliki akan digadaikan dan seberapa besar uang yang

akan di dapatkan beserta bunga yang akan di tanggung, ini merupakan pilihan yang dapat di tentukan nasabah itu sendiri terkait dengan kegunaan uangnya, pilihan tersebut akan di buat oleh perusahaan pengadaian dengan ketentuan seberapa berharga barang yang akan di gadaikan. Menurut Alma (2011:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Selain terkait dengan berapa uang yang akan nasabah dapatkan, mereka akan memikirkan beberapa tawaran yang akan di berikan oleh perusahaan pengadaian, seperti potongan bunga atau potongan pembayaran serta cicilan.

Sehubungan dengan berkembangnya dunia pemasaran yang menimbulkan makin tinggi persaingan antar perusahaan-perusahaan di Indonesia, maka perusahaan- perusahaan tersebut semakin berusaha untuk memperkuat strategi pemasarannya. Untuk dapat bertahan lama dalam dunia bisnis uang kondisi persaingannya semakin meningkat maka suatu perusahaan dituntut dapat menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan dan menjadi produk unggulan mereka, sehingga bisa meningkatkan volume penjualan pada produk yang mereka pasarkan.

Seperti yang kita ketahui promosi merupakan suatu hal yang sangat penting di dalam pemasaran produk barang atau jasa yang akan ikut menentukan keputusan pembelian produk barang atau jasa pada perusahaan tersebut. Menurut Tjiptono (2013:73) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan

meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan. Promosi dalam pengadaian sangat di butuhkan terutama dalam hal mencari nasabah yang membutuhkan dana uang cepat, promosi juga akan dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan

PT. Mega Auto Finance sendiri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kredit dan pengadaian surat berharga motor atau BPKB motor telah berjalan selama kurang lebih 7 tahun di Kota Palembang. Berdasarkan pengamatan di lapangan atau hasil observasi yakni wawancara bersama bagian kasir dan acounting di PT. Mega Auto Finance Palembang di ketahui bahwa pertumbuhan nasabah yang mengadaikan barang nya mulai berkembang sangat pesat dari tahun 2019 sampai 2021 awal hal ini kemungkinan besar di sebabkan karena pandemi COVID-19 yang melanda indonesia sejak tahun 2019 serta masyarakat banyak sekali membutuhkan dana simpanan untuk melewati masa karantina yang di tetapkan pemerintah.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Nasabah Periode 2019-2020**  
**PT. Mega Auto Finance Palembang**

| Tahun | Nasabah |
|-------|---------|
| 2019  | 1.890   |
| 2020  | 2.220   |
| 2021  | 1.750   |

**Sumber:** *PT. Mega Auto Finance Palembang*

Nasabah pada tahun 2019 sekitar 1.890 dan pada tahun kedua 2020 sebesar 2.220 berarti meningkat sebesar 330 dan pada tahun 2021 PT. Mega Auto Finance Palembang hingga bulan november sebesar 1.750 nasabah dengan ini bertai mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar 470.

**Tabel 1.2**  
**Data Nasabah Periode Oktober 2021- November 2021**  
**PT. Mega Auto Finance Palembang**

| Bulan         | Minggu i | Minggu ii | Minggu iii | Minggu iv | Total |
|---------------|----------|-----------|------------|-----------|-------|
| Oktober 2021  | 21       | 33        | 23         | 25        | 102   |
| November 2021 | 31       | 30        | 22         | 15        | 98    |
| Jumlah        |          |           |            |           | 200   |

**Sumber:** *PT. Mega Auto Finance Palembang*

Pada tabel di atas dapat di lihat jumlah total nasabah pada bulan oktober 2021 sebesar 102 dan pada bulan november 2021 sebanyak 98. Dapat dilihat juga bahwa pada tabel tersebut terdapat naik dan turunnya (fluktuasi) jumlah nasabah dalam hitungan minggu.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk menggunakan beberapa variabel bebas untuk di gunakan dengan objek PT. Mega Aito Finance Palembang. Mengingat bahwa dalam bisnis produk jasa perusahaan harus berupaya menciptakan produk jasa dengan tampila yang berbeda dan promosi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memperhatikan beberapa hal yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen. Konsumen menyukai produk yang menawarkan harga dan bunga yang kecil serta beberapa keuntungan terbaik sehingga memberikan nilai (value) yang berbeda dengan manfaat yang lebih dari pada pesaingnya.

Berdasarkan tiga hal yang telah di jelaskan di atas yaitu produk jasa, pricelist dan promosi akan menjadi pertimbangan sebelum melakukan keputusan penggunaan produk jasa .Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan topik keputusan penggunaan produk dengan judul “PENGARUH PRODUK JASA, PRICELIST DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK JASA PADA PT. MEGA AUTO FINANCE PALEMBANG”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka pemasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh produk jasa, pricelist dan promosi secara simultan terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh produk jasa secara parsial terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh pricelist secara parsial terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk jasa, pricelist dan promosi secara simultan terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh produk jasa secara parsial terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh pricelist secara parsial terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur dan mengetahui sejauh mana ilmu yang diperoleh khususnya pada mata kuliah manajemen pemasaran dapat diserap dan diterapkan dalam sebuah kasus yang nyata mengenai pengaruh produk jasa , pricelist dan promosi terhadap keputusan penggunaan produk jasa pada PT. Mega Auto Finance Palembang.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan untuk PT. Mega Auto Finance Palembang agar dapat meningkatkan penjualan produk.

c. Bagi Akademik

Menambah referensi dan bahan bacaan bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian untuk dijadikan bahan pertimbangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho, 2005. Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS, Andi Yogyakarta, Yogyakarta
- Anindya, Inas Adelfi. (2020). *Pengaruh varian Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang: Sumatera Selatan.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.
- Buchari, Alma, 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta : Andy. Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19.
- Glosarium, 2017. <https://glosarium.org/arti-pricelist-di-ekonomi/>
- Irawan, Kesuma. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Penjualan Martabak Kaptan Palembang Cabang A.Rivai Palembang*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang: Sumatera Selatan.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mursid. 1993. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Alfabeta.
- Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir, (2022) Universitas Tridianti Palembang
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta: Bandung.