

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *GAMERS*
DI HANS *PRO GAMING* PALEMBANG**



TRISTAN JULIANO

01011281419117

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2019

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GAMERS DI HANS PRO GAMMING
PALEMBANG**

Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Tristan Juliano
Nomor Induk Mahasiswa : 01011281419117
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam digunakan ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan
Tanggal: -05-2019

Dosen Pembimbing
Ketua,



Drs. H. A. Widad, M.Sc.
NIP. 19551228191021002

Tanggal: -05-2019

Anggota,



Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN SKIRPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *GAMERS*
DI HANS *PRO GAMING* PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama : Tristan Juliano
NIM : 01011281419117
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kaji : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 24 Mei 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya,

Ketua

Anggota



Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

NIP 19551228191021002



Aslamia Rosa, S.E, M.Si

NIP 197205292006042001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D

NIP : 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tanda tangan dibawah ini :

Nama : Tristan Juliano
Nim : 01011281419117
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *GAMERS* DI HANS *PRO GAMING*
PALEMBANG**

Pembimbing :

Ketua : Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc
Anggota : Aslamia Rosa, S.E, M.Si

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang,

Pembuat pernyataan



Tristan Juliano

NIM : 01011281419117

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- **MOTTO**

“Joker always have a plan, if not plans.” (Tristan Juliano)

- **PERSEMBAHAN**

- 1. ALLAH SWT Dan Nabi Muhammad SAW**
- 2. Kedua Orang Tua**
- 3. Seluruh Civitas Akademik Universitas Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *GAMERS* DI HANS *PRO GAMING* PALEMBANG. Skripsi ini adalah salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulisan skripsi ini secara umum membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa di HANS *PRO GAMING* Palembang. Populasi penelitian ini adalah seluruh orang yang pernah menggunakan jasa HANS *PRO GAMING* Palembang, dalam hal ini merupakan member yang terdaftar di HANS *PRO GAMING* Palembang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Profil responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di HANS *Pro Gaming* Palembang. Dua variabel (kualitas pelayanan dan promosi) yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, ternyata hanya 1 variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian yaitu kualitas pelayanan, sedangkan promosi tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan jasa di *HANS Pro Gaming Palembang*. Implikasi dari penelitian ini adalah membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan sehingga dapat dijadikan acuan bagi pihak *HANS Pro Gaming* dalam melakukan usahanya.

Demikian skripsi ini dibuat, segala kesalahan dan kekurangan dari skripsi ini adalah tanggung jawab penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Indralaya, Mei 2019

Tristan Juliano

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala ini dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dosen pembimbing yaitu Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc dan Aslamia Rosa, S.E, M.Si yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ketua jurusan beserta Sekretaris Jurusan yaitu Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D dan KM. Husni Thamrin, S.E, M.M.
3. Para dosen penguji yang telah membantu memperbaiki skripsi saya sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Pembimbing akademik yaitu Drs. Yuliansyah M.Diah, M.M.
5. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
6. Prof. Dr. Taufiq Marwa S.E. M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Semua bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. Keluarga yang telah membantu dan menghibur ketika susah. Untuk Alm. Muhammad Hafiz dan Tuti Malinda selaku orang tua yang selalu

memotivasi. Selain itu untuk Sisil, Thoriq, dan Rofiq yang selalu mengingatkan dan menguatkan.

9. Seorang manusia bernama Adella Tinessa karena telah selalu ada dalam hal apapun.
10. Kepada Dedi S, Kiki, Akbar, Dedi, Al Tamim, Bayu, Antok dan teman-teman TS yang menjadi penghibur lara.
11. Ikatan Mahasiswa Manajemen (IKAMMA) yang menjadi penyemangat dan memberikan momen-momen berharga.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen 2014 dari semester 1 hingga semester akhir bersama.
13. Seluruh teman dan rekan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu, memberikan dukungan, mengkoreksi ketika ada kesalahan dalam pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai dalam rangka meraih derajat Sarjana Ekonomi.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya dan semoga Allah SWT membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *GAMERS* DI HANS *PRO GAMING* PALEMBANG

Oleh :

Tristan Juliano

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa di HANS *Pro Gaming* Palembang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh member yang terdaftar di HANS *Pro Gaming* Palembang. Metode pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di HANS *Pro Gaming* Palembang. Secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran untuk pihak HANS *Pro Gaming* adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi yang dilakukan untuk mendapat hasil maksimal.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION TOWARDS GAMER'S DECISION SERVICE AT HANS PRO GAMING PALEMBANG

Tristan Juliano

The purpose of this study was to know the influence of service quality and promotion towards gamer's decision service at HANS Pro Gaming Palembang. From all the members that were listed at HANS Pro Gaming Palembang, 100 was selected as a sample with accidental sampling. The method used to analyze the sample is multiplied regression analysis. The result partially show that service quality shows significant and positive effect on the gamers decision service, while promotion shows now effect on the gamers decision service. Simultaneously, these two independent variables together shows a little positive impact on the gamers decision service. It is recommended that HANS Pro Gaming to boost their service quality and promotion more to get a maximum result.

Keywords : *Service Quality, Promotion, Decision Service*

RIWAYAT HIDUP

Nama : Tristan Juliano

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat Tanggal Lahir: Palembang, 4 Agustus 1997

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. KH Balqi Lrg. Karyajasa II No.541, Palembang

Alamat E-mail : tristanjuliano04@yahoo.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD Muhammadiyah 16 Palembang

SMP : SMP Negeri 15 Palembang

SMA : SMA Negeri 8 Palembang

Pengalaman Organisasi

1. Ketua Ikatan Mahasiswa Manajemen (IKAMMA) Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian	6
1.4.Manfaat Penelitian	7
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Jasa	9
2.1.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	10
2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	20

3.1.1 Rancangan penelitian	20
3.1.2 Hubungan kualitas pelayanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian Konsumen	20
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	22
3.2.1 Lokasi Penelitian	22
3.2.2 Definisi Variabel	22
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	25
3.4 Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Uji Instrumen	26
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	26
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Uji Instrumen	28
3.5.1 Pengujian Validitas	28
3.6 Teknik Analisa Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Profil Responden	31
4.1.1 Usia	31
4.1.2 Jenis Kelamin	32
4.1.3 Pendidikan Terakhir	32
4.2 Perilaku Responden	33
4.2.1 Pengeluaran Rata-Rata Persatu Minggu	33
4.3 Penelitian Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	33
4.4 Penelitian Responden Terhadap Promosi (X2)	36
4.5 Penelitian Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	37
4.6 Uji Instrumen	40
4.6.1 Uji Validitas	40
4.6.2 Uji Reliabilitas	42
4.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.7 Uji Hipotesis	45
4.7.1 Uji t	45

4.7.2 Uji F.....	46
4.7.3 Koefisien Determinasi.....	47
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	23
Tabel 3.2 Skor Pendapat Responden	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	32
Tabel 4.4 Perilaku Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Per Minggu	33
Tabel 4.5 Analisa Frekuensi Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	34
Tabel 4.6 Variabel Promosi.....	36
Tabel 4.7 Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.8 Uji Validitas	41
Tabel 4.9 Tabel r 91-100	42
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.12 <i>Coefficient</i> Uji t.....	46
Tabel 4.13 Uji F	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	19
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	55
Lampiran 2 Kualitas Pelayanan (X1)	57
Lampiran 3 Promosi (X2)	61
Lampiran 4 Keputusan Pembelian (Y).....	65
Lampiran 5 Profil Responden	69
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	71
Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi.....	73
Lampiran 8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	74
Lampiran 9 Uji Validitas dan Reliabilitas	76
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas	77
Lampiran 11 Uji Reliabilitas	78
Lampiran 12 Tabel Coefficient.....	79
Lampiran 13 Uji F.....	80
Lampiran 14 Koefisien Determinasi (R Square).....	81

BABI

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, telah banyak kemajuan yang dicapai manusia, salah satunya dalam bidang teknologi informasi. Dalam aspek ini, kemajuan teknologi informasi ini bertujuan untuk mempermudah kegiatan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupannya dalam bidang informasi, baik itu dalam mendapatkan informasi maupun membagikan informasi yang ada. Pada zaman sekarang yang telah memasuki era globalisasi, informasi menjadi hal yang sangat penting. Semakin banyak teknologi yang dapat mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan, salah satunya adalah internet. Melalui internet, semua orang dapat menerima dan menyampaikan informasi kapanpun dan dimanapun 24 jam sehari secara efisien. Bukan hanya itu, media internet pada era globalisasi ini juga dinilai sangat penting karena juga dapat digunakan oleh berbagai kalangan dalam melakukan usaha bisnis, diantaranya bisnis yang marak pada saat ini adalah bisnis yang berbasis *game online*.

Game online merupakan sebuah jenis permainan yang hanya bisa dimainkan di suatu perangkat apabila perangkat tersebut memiliki koneksi internet, yang membuat *game online* ini sendiri menarik adalah kemampuannya yang memungkinkan seseorang yang bermain *game online* untuk bertemu pemain *game online* lainnya secara global. Ini berarti dengan *game online*, pemain yang lokasinya berjauhan dapat terhubung dalam suatu permainan *online* di dunia maya. Dari

bisnis *game online* ini, muncul lagi peluang bisnis potensial yang memanfaatkan keinginan seseorang dalam bermain *game online*, yaitu jasa warnet (warung internet) yang memfokuskan pada penggunaan jasa internet berikut juga perangkat pendukungnya untuk memainkan *game online*, dalam hal ini yaitu komputer. Di Kota Palembang sendiri, bisnis warnet (warung internet) yang fokus ke *game online* ini sendiri jumlahnya masih sedikit, dengan memanfaatkan peluang ini HANS *Pro Gaming* menjadi salah satu warnet (warung internet) yang memprioritaskan kualitas layanan dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu para pengguna jasa warnet (warung internet) banyak yang memilih HANS karena kualitas dan layanan yang diberikan HANS *Pro Gaming* itu sendiri.

HANS *Pro Gaming* ini sendiri pada awalnya buka di Jalan Puncak Sekuning, 26 Ilir tepatnya di sebelah SMAN 2 Palembang dan membuka cabang di dua tempat di Palembang, yaitu di Jl. Mayor Ruslan No.802, 20 Ilir D. I, Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30114 Kota Palembang, dan di Jl. Hasan Kasim, Cilentang. Alasan saya memilih HANS *Pro Gaming* sendiri dikarenakan HANS *Pro Gaming* ini merupakan salah satu warung internet pertama yang fokus pada kualitas pelayanannya dalam bermain *game online*, dan HANS *Pro Gaming* ini memiliki beberapa saingan di Palembang dengan kualitas pelayanan yang hampir sama, salah satunya adalah Emporium *Esports cybercafe* dan *Rebellion Gaming*. Bukti bahwa HANS *Pro Gaming* dapat membuka cabang di dua tempat tentunya berarti HANS *Pro Gaming* berhasil menarik minat konsumen dalam menggunakan jasanya yang tidak lepas dari keputusan pembelian konsumen. Keputusan

pembelian menurut Kotler dan Keller (2008: 240) adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek– merek yang ada didalam kumpulan pilihan.

Keputusan yang diambil oleh konsumen terkait pemakaian jasa HANS *Pro Gaming* tentu saja berkaitan dengan strategi yang diterapkan oleh pihak HANS itu sendiri, dalam penelitian ini strategi yang dibahas adalah kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*). Kualitas pelayanan (*service quality*) sendiri menurut Zeithaml (1988) adalah penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya konsumen harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Parasuraman et. al, 1988).

Kualitas pelayanan terdiri dari 5 indikator yang sering disingkat menjadi RATER, yaitu *Reliability, Assurance, Tangibles, Emphaty, Responsiveness*. Bukti langsung (*tangibles*) merupakan penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan melaksanakan layanan yang di janjikan secara meyakinkan dan akurat, daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemampuan membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat, jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan, dan yang terakhir yaitu empati (*emphaty*) adalah kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

Sedangkan promosi menurut (Swasta & Irawan, 2005) merupakan arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Husein (2003) promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lainnya agar produk tersebut dikenal dan akhirnya dibeli. Sedangkan bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi yang lain, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Swasta & Irawan, 2005).

Lupiyoadi (2013), mengatakan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara pemberi jasa dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk, dapat dipilih beberapa cara, yaitu:

- a. Iklan (*advertensi*), yaitu Setiap bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi akan gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sebuah sponsor tertentu.
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*) Intensif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan produk atau jasa.
- c. Publisitas (*publicity*) Rangsangan permintaan bukan pribadi atas produk, jasa/satuan bisnis dengan memasang berita yang signifikan secara komersial mengenai produk, jasa atau satuan bisnis pada media cetak atau dengan memperoleh penyajian yang menarik melalui radio, tv atau pentas yang tidak dibayar oleh sponsor.
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*) Penyajian lisan dalam percakapan dengan satu/lebih calon pembeli dengan maksud menciptakan terjadinya

penjualan. Keempat bentuk promosi di atas oleh perusahaan haruslah dikombinasikan sedemikian rupa sehingga akan mampu secara efektif untuk mempengaruhi konsumennya agar menjadi tertarik untuk membeli produk yang dipasarkannya itu.

Dalam hal ini HANS *Pro Gaming* menawarkan jasa dengan pelayanan yang sangat baik. Contohnya, HANS *Pro Gaming* memiliki koneksi internet yang stabil, yang mana itu sangat dibutuhkan pengguna jasa yaitu gamer sebagai target pasar HANS *Pro Gaming*. HANS *Pro Gaming* juga memiliki PC dengan spesifikasi tinggi yang memungkinkan *gamers* untuk dapat menikmati semakin banyak jenis *game online* karena beberapa *game online* membutuhkan spesifikasi komputer tinggi agar dapat dimainkan dan para karyawan yang siap untuk membantu apabila terjadi kesalahan pada PC yang dipakai konsumen. dan dalam melakukan promosinya HANS *Pro Gaming* dalam segi publisitas yaitu mengadakan lomba lomba *game* yang sedang naik daun untuk menarik konsumen seperti DOTA2 dan PUBG. Lalu dalam hal iklan, Hans *pro gaming* memiliki akun instagram yang memberitahukan kegiatannya, seperti lomba dan lain-lain. Sedangkan dalam hal promosi penjualan, HANS *Pro Gaming* memungkinkan ID gratis bagi orang yang ingin bermain *player unknown's battlegrounds* yang merupakan salah satu *game online* yang mengharuskan pemain untuk membayar untuk membuat ID dan memainkan game tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka, penelitian ini akan membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan promosi yang dikhususkan pada promosi

penjualan dan publisitas terhadap keputusan pembelian pengguna jasa HANS *Pro Gaming*.

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka pertanyaan yang hendak dijawab didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna jasa HANS *Pro Gaming* di kota Palembang secara parsial maupun simultan ?
2. Variabel kualitas pelayanan dan promosi manakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian pengguna jasa HANS *Pro Gaming* di kota Palembang?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian yang hendak dituju adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui variabel apa saja dalam kualitas pelayanan dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen HANS *Pro Gaming* secara parsial maupun simultan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa HANS *Pro Gaming*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk semua pihak yang akan membacanya maupun pihak yang terkait langsung didalamnya. Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dan bagi peneliti untuk menambah wawasan dalam bidang keputusan pembelian, kualitas pelayanan dan promosi.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi tentang langkah inovatif yang diambil HANS *Pro Gaming* sehingga dapat digunakan perusahaan untuk mengambil kebijakan yang berkaitan secara langsung dengan para pengguna jasa HANS *Pro Gaming* di kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M.A. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Arief, Muhammad. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada PT. POS INDONESIA (Persero) Perdagangan Kec. Bandar Kab. Simalungun*.
- Arif, Prasetio. 2004. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik Dan Rancangan Percobaan Dengan SPSS 12*, Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jerome McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global* Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Fermansah, Budi. 2014. *Pengaruh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Transportasi PO. SUMBER ALAM*. Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
- Husein, Umar. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
- Julianty Manik, Artha & Prawoto Hadi, Sudharto. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Taksi Kosti Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Taksi Kosti Semarang)*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:

Erlangga.

Kotler, P. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi (3rd Ed.)*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Lovelock, C.H. & Wright, L.K, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Penerbit Indeks.

Nopelia Anjarsari, Gesti & Djoko W, Handoyo. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PO RAMAYANA Magelang (Studi Kasus pada Pengguna Bus Ramayana VIP)*.

Okki Rizki, Daniel. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang*.

Panjaitan, Januar Efendi & Lili Y, Ai. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016.

Parasuraman, Et Al. 1988. *SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality*. Journal Of Retailing. Vol. 64.Number 1, P. 12-40

Roimatuh Yulia, Ratih. 2016. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rental Atika DVD dan VCD Kediri*.

Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior: Fifth Edition*. New Jersey. Prentice-Hall Inc.

Suci Wulandari, Rina & Endang P, Aprianti. 2018. *Pengaruh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Ride*.

- Sugiyono. 2010. *Metodelogi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Susilo, Heri. 2018. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandungan*.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu & Handoko, Hani. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wathon Abadan, Kholifatul. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Lampu PHILIPS LED (Studi Pada Konsumen Berlian Electrindo di Kabupaten Kudus)*.
- Zeithaml, V. A., 1988, *Consumer Perception Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence*, *Journal Of Marketing*, 52, Pp.2-1