

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Percetakan merupakan industri jasa yang produksinya menggunakan tinta dan kertas kemudian menghasilkan berbagai jenis produk berupa buku, koran, majalah maupun label untuk media pemasaran. Proses produksi dalam percetakan menggunakan berbagai teknik dengan tujuan yang berbeda. Berbagai teknik dalam dunia percetakan misalnya teknik *rotogravure* yang tujuannya untuk percetakan pada bahan pvc, kertas maupun aluminium. Selain itu juga ada teknik percetakan digital yang prosesnya didominasi oleh penggunaan teknologi baik dari mesin maupun alat elektronik penunjang proses produksi.<sup>2</sup>

Bisnis percetakan juga memiliki berbagai macam kategori misalnya media cetak, percetakan digital, desain grafis, periklanan dan sablon. Perkembangan teknologi mesin cetak, manajemen operasional serta meningkatnya kualitas tenaga kerja membuat usaha ini semakin berkembang pesat. Desain produk juga menjadi faktor yang sangat menentukan kesuksesan usaha jasa ini. Industri jasa percetakan bukan hanya dijalankan oleh perusahaan besar tapi juga perusahaan kecil dan menengah. Dengan memperhatikan pengembangan, pelatihan yang konsisten dan stabil usaha-usaha kecil

---

<sup>2</sup> Muhammad Ichsan Siregar, et al., “Pendampingan Pengelolaan Sistem Manajemen Pada Usaha Percetakan,” *Jurnal Abdimas Mandiri* 6, no. 3 (Desember 3, 2022 ): 201

menengah yang berada di sektor jasa percetakan akan tetap mampu memberikan dampak dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi.<sup>3</sup>

Perkembangan teknologi sekarang ini bisa menjadi faktor pendorong kemajuan industri. Keadaan ini menjadikan usaha percetakan makin banyak yang bermunculan sehingga terjadi persaingan bisnis yang lebih kompetitif. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif harus memberikan kreativitas pada produknya secara rutin. Produk yang kreatif bisa diterapkan dengan memberikan pandangan terbaru atau dapat juga dari pandangan yang sudah ada diperbaharui serta dapat berasal dari sumber lain sehingga kreativitas produk bisa dijadikan untuk mempertahankan pasar dan juga dapat mempertahankan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut.<sup>4</sup>

Pelaku usaha percetakan juga harus benar-benar memperhatikan bagaimana kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi sehingga mendukung adanya keputusan penggunaan pada jasa yang ditawarkan. Keputusan penggunaan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen setelah mengevaluasi serta mencari manfaat tertentu dari suatu produk/jasa bagi kebutuhan mereka, hingga akhirnya konsumen akan membentuk preferensi penggunaan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Anwar Fauzi Rohman dan Syifa Pramudita Faddila, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Percetakan Cipta Ratu," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 3 (September 2023): 35

<sup>4</sup> Airine Yulianda dan Kkurnia Dewi, "Pengaruh Kreativitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Nurmedia Tama Rengat Kabupaten Indragiri Hulu," *Jurnal of Global Business and Management Review* 3, no. 1 (2021): 47

<sup>5</sup> Risma Wetii Aprilia, "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA di Kabupaten Kebumen

Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan penggunaan di antaranya adalah kualitas pelayanan. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk pelanggan merupakan salah satu kunci setiap perusahaan untuk saling berpacu dalam memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.<sup>6</sup>

Konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas pelayanan tapi juga mempertimbangkan upaya promosi yang dilakukan pelaku usaha. Salah satu strategi pemasaran yang efektif adalah melalui promosi. Promosi sendiri dapat diartikan sebagai kegiatan mengkomunikasikan produk yang dihasilkan oleh suatu Perusahaan kepada khalayak luas, agar khalayak luas atau masyarakat menjadi sadar akan keberadaan produk tersebut di pasaran. Pada dasarnya promosi merupakan usaha *marketing* yang memberikan berbagai upaya insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan, mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.<sup>7</sup>

Terdapat upaya inovasi jasa yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan sebuah jasa. Dengan adanya inovasi produk baru yang diciptakan, ini dapat menambah daya tarik konsumen dan meningkatkan minat beli terhadap keputusan penggunaan. Secara keseluruhan, inovasi produk jasa yang efektif dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya tarik

---

<sup>6</sup> Hafidh Okta Wibowo, et al., *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo*, (Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, Vol. 8 No. 1 2021), hal. 71

<sup>7</sup> Hilda Monika, et al., *Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Jasa Event Organizer Pt. Kreatif Komunika Persada Indonesia*, (Business and Technology Journal: Vol. 1 No. 1 2024), hal. 2

jasa di mata konsumen, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan penggunaan mereka.<sup>8</sup>

Berdasarkan Teori Perilaku Konsumen faktor yang mempengaruhi pilihan dan perilaku konsumen ada tiga hal yakni: perbedaan karakteristik dari individu konsumen, lingkungan dan situasional saat membeli. Hal ini selaras dengan maksud keputusan penggunaan dimana dari perilaku konsumen dilanjutkan menjadi sebuah tindakan dalam pengambilan alternatif untuk membeli sebuah produk/jasa.<sup>9</sup>

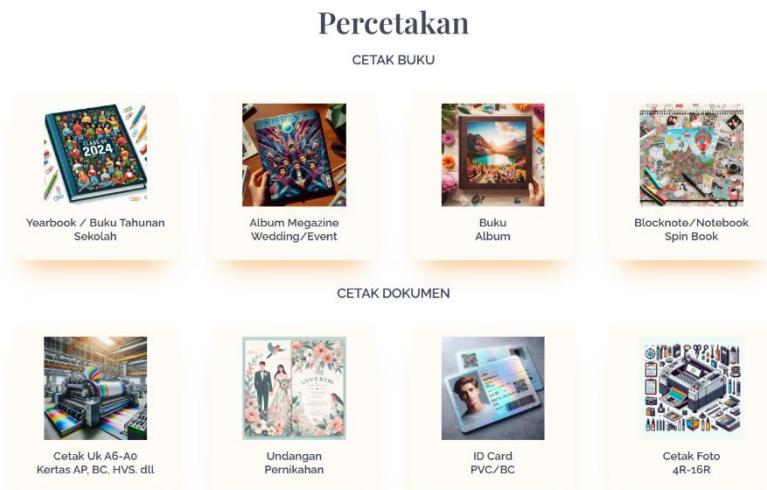
Penelitian ini menjadikan Ausy Media sebagai objek pembahasan topik terkait keputusan penggunaan konsumen. Ausy Media merupakan sebuah industri yang bergerak di bidang jasa dengan fokus pada percetakan dan penerbitan. Ausy Media berdiri mulai tahun 2016. Sebelum berlokasi di Desa Plosokandang berdekatan dengan masjid UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Ausy Media berlokasi di dekat Asrama Al-Hikmah. Dengan toko dan lokasi saat ini Ausy Media memiliki tempat yang lebih bagus, lebih memadai, efektif dan strategis untuk menjalankan usaha percetakan dan penerbitan ini. Hal ini dikarenakan Lokasi yang lebih dekat dengan lingkungan kampus. Jam operasional dari Ausy Media adalah hari Senin-Jumat pukul 06.30-21.00 dan hari Sabtu 06.30-17.00.

---

<sup>8</sup> Sinta Herawati, et ., *Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Kitchen Set Di Pt. Niaga Sarae Intermedia*, (Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi: Vol. 12 No. 2, 2024), hal. 68

<sup>9</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (Yogyakarta: IDEA, 2021), 5.

### Gambar 1.1 Produk Percetakan Ausy Media<sup>10</sup>



*Sumber: Website Ausy Media, 2025*

Gambar diatas menunjukkan salah satu daftar hasil produk dari jasa percetakan di Ausy Media Tulungagung. Ausy Media yang berfokus pada jasa percetakan dan penerbitan. Percetakan berfokus pada proses produksi secara massal tulisan dan gambar ke berbagai media cetak, seperti: buku, koran, majalah, brosur, *flyer*, poster, kemasan, label dan lainnya. Proses percetakan melibatkan beberapa tahapan, mulai dari desain, pra-cetak, pencetakan, hingga pasca-cetak.

Penerbitan juga berfokus pada penyebaran dan pengelolaan karya tulis. Penerbit bertugas untuk menyeleksi dan menyunting naskah; mengurus perizinan dan ISBN; mendesain dan menata letak buku; mencetak dan mendistribusikan buku; mempromosikan dan memasarkan buku. Penerbit juga dapat menyediakan layanan lain, seperti: *editing* dan *proofreading*, pencetakan

---

<sup>10</sup> Ausy Media, accessed May 20, 2025, <https://ausymedia.id/>.

*digital*; konversi *e-book*; distribusi ke toko buku *online*. Jadi, secara singkat percetakan berfokus pada produksi media cetak. Sedangkan penerbitan berfokus pada penyebaran dan pengelolaan karya tulis.

Pemasaran yang dilakukan oleh Ausy Media adalah melalui media social *Instagram* dan *What'sApp*. Ausy Media aktif melakukan promosi melalui *story* *What'sApp* karena banyak kontak *customer* yang disimpan. Dengan banyaknya kontak *customer* yang disimpan oleh admin menjadikan *viewer* atau penonton *story* *What'sApp* milik Ausy Media menjadi sangat banyak dengan jumlah 900-1000 penonton. Adanya relasi antara *customer* dengan Ausy Media melalui kontak *What'sApp* ini yang menjadi kesempatan bagi Ausy Media untuk lebih giat dalam mempromosikan jasa dan hasil produksi mereka. Selain menggunakan media sosial, seperti *Instagram* dan *What'sApp* sebagai media promosi, Ausy Media juga menggunakan *platform e-commerce*, seperti *Shopee* dan *Tokopedia* untuk menjual dan memasarkan hasil dari jasa mereka. Dari kedua *platform e-commerce* tersebut diketahui bahwa pesanan terbanyak berasal dari Shopee karena banyaknya tawaran promosi yang disediakan oleh *platform* tersebut, seperti gratis ongkir, *voucher* diskon, dan lain-lain.

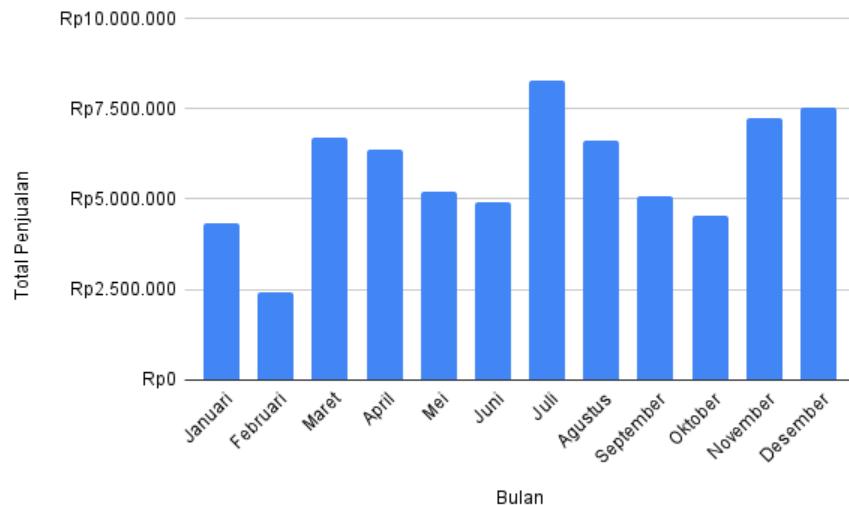
Ausy Media menyediakan layanan jasa yang beragam dan cukup lengkap dalam satu tempat. Bahkan, berdasarkan pencarian informasi dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa Ausy Media banyak dari mereka yang mengatakan jika Ausy Media adalah solusi dari berbagai permasalahan. Hal ini dikarenakan Ausy Media menonjolkan dirinya dalam industri jasa dengan menyediakan layanan terpadu dari desain hingga penerbitan yang

menjadikannya pilihan utama bagi pelanggan yang menginginkan solusi lengkap. Mereka memberikan layanan yang cepat, terjangkau, dan berkualitas dengan fokus pada kepuasan pelanggan agar dapat menjaga loyalitas pelanggan.

Guna memastikan kepuasan pelanggan, Ausy Media menekankan pada kecepatan pelayanan tanpa mengorbankan kualitas. Ausy Media juga menyediakan layanan desain mulai dari desain *layout* buku, desain *cover* buku, *yearbook* album sekolah-sekolah, dan jasa edit *lanyard*. Jadi, Ausy Media menyediakan satu paket lengkap, misal dari desain buku, cetak buku, dan penerbitannya.

Tidak hanya menawarkan jasa percetakan dan penerbitan, Ausy Media juga terus berinovasi pada jasa yang ditawarkan, hal tersebut direalisasikan melalui penawaran jasa fotografi. Pada jasa fotografi tersebut dikerjakan oleh karyawan Ausy Media itu sendiri namun terkadang juga membuka peluang freelance bagi fotografer yang dapat berorientasi dalam membantu Ausy Media. Ausy Media juga siap memberikan layanan cetak foto sesuai dengan *request* dari pelanggan, karena Ausy Media mampu beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan. Usaha ini dapat memanfaatkan peluang dengan baik agar dapat terus berkembang, adaptif, dan *sustainable*.

**Gambar 1.2**  
**Data penjualan Ausy Publisher**



*Sumber:* Data Penjualan milik Ausy Media, 2025

Gambar di atas menunjukkan bahwa data penjualan Ausy Media di *marketplace Shopee* di tahun 2024 mengalami peningkatan dan penurunan penjualan di tiap bulannya selama periode satu tahun. Hal ini dibuktikan dengan terjadinya penurunan penjualan yang cukup drastis seperti pada bulan Januari ke Februari, Maret ke April, Juli ke Oktober. Serta terjadi kenaikan penjualan di bulan Februari ke Maret, Juni ke Juli dan Oktober ke Desember. Untuk mengatasi ketidakstabilan angka penjualan yang bisa naik dan turun drastis Ausy Media perlu memahami faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan dan Inovasi Produk Jasa terhadap Keputusan Penggunaan pada Usaha Jasa.

Perbedaan penelitian ini adalah peneliti melakukan penelitian pada usaha jasa yang konteksnya industri media digital di wilayah Tulungagung.

Penelitian terdahulu terkait keputusan penggunaan jasa yang dilakukan oleh Muhammad Doing, Ranthy Pancasasti, Norasari Arani, Lulu Margiati, Dedi Saputro Dibio dan Fran Dedy pada tahun 2025 ini bertujuan untuk mengetahui harga dan inovasi layanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Kota Pontianak. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga dan inovasi layanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Kota Pontianak. Variabel harga dan inovasi layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Kota Pontianak. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pengaruh harga. Perbedaan lainnya yakni dari segi objek penelitian, penelitian sebelumnya pada jasa transportasi online Gojek di Kota Pontianak sedangkan pada penelitian ini pada jasa percetakan Ausy Media Tulungagung.<sup>11</sup>

Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan oleh Anik Puji Hastuti, Listyowati Puji Rahayu, Alean Kistiani, Hari Purwanto dan Unna Ria Safitri pada tahun 2024 ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di cabang J&T Express di Boyolali. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan analisis deskriptif studi kasus. Berdasarkan hasil uji t secara

---

<sup>11</sup> Muhammad Doing, et. al., “Antensidensi Keputusan Penggunaan Pada Harga Dan Inovasi Layanan Melalui Aplikasi Gojek”, *Jurnal Multidisiplin Pascasarjana Bahkti 1*, no. 1 (Februari 2025): 21

parsial citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Secara simultan variabel citra merek, harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan penggunaan secara signifikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah citra merek dan harga. Kemudian untuk perbedaan lain terkait objek. Penelitian sebelumnya objeknya adalah jasa pengiriman J&T Express di Boyolali, sedangkan penelitian ini adalah jasa percetakan Ausy Media Tulungagung.<sup>12</sup>

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Jessica Meilani dan Yvonne Wangdra pada tahun 2024 ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi, kualitas produk, dan *brand awareness* terhadap keputusan penggunaan Pesona *Coffee* Batam. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menyatakan bahwa inovasi, kualitas produk, dan *kesadaran merek* memberikan pengaruh secara positif dan serentak terhadap keputusan penggunaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel kualitas produk dan *brand awareness*. Kemudian perbedaan yang lain terkait objek penelitian. Objek penelitian sebelumnya adalah usaha F&B Pesona *Coffee* Batam, sedangkan penelitian ini usaha jasa percetakan Ausy Media Tulungagung.<sup>13</sup>

Berdasarkan uraian realitas di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang pengaruh promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa

---

<sup>12</sup> Anik Puji Hastuti, et al., *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman J&T Express Boyolali*, (Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi: Vol. 12 No. 1, 2024), hal. 150

<sup>13</sup> Jessica Meilani, et al., *Pengaruh Produk, Kualitas Produk, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Penggunaan di Pesona Coffee Batam*, (Economics and Digital Business Review: Vol. 5 No. 1, 2024), hal. 369

terhadap keputusan penggunaan jasa pada usaha jasa percetakan Ausy Media Tulungagung. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada kombinasi tiga faktor utama (promosi, pelayanan pelanggan, dan inovasi produk jasa) yang dianalisis secara simultan dalam konteks industri media digital di wilayah Tulungagung. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh promosi, pelayanan pelanggan, atau inovasi produk secara terpisah, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan menganalisis ketiga faktor tersebut secara bersamaan. Selain itu, penelitian ini difokuskan pada Ausy Media Tulungagung, sebuah perusahaan lokal yang bergerak di bidang jasa media digital, sehingga memberikan perspektif baru yang spesifik dan relevan dengan kondisi riil di wilayah tersebut. Kebaruan lain terletak pada penggunaan *grand theory* seperti Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) sebagai landasan analisis, yang memperkuat kerangka teoritis penelitian ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa. Secara praktis, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi Ausy Media Tulungagung dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keputusan penggunaan konsumen dan memenangkan persaingan di industri media digital. Maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan dan Inovasi Produk Jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Ausy Media Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian**

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Promosi yang harus dilakukan oleh Ausy Media mempengaruhi persepsi dan minat konsumen dalam melakukan keputusan penggunaan jasa.
- b. Pelayanan pelanggan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga menjadi faktor penting dalam keputusan penggunaan jasa Ausy media.
- c. Inovasi produk jasa mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh konsumen terkait hasil jasa dari Ausy Media sehingga konsumen mau melakukan keputusan penggunaan jasa.
- d. Upaya promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa dalam mempengaruhi keputusan penggunaan jasa menjadi hal yang sangat penting dalam menentukan keberlangsungan usaha Ausy Media.

### 2. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan batasan penelitian guna menghindari melebaranya pembahasan. Keterbatasan pada penelitian terdapat pada waktu penelitian, tenaga, dan pikiran karena penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu yang tidak lama. Dan menghasilkan data yang kurang maksimal. Adapun batasan-batasan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya membahas pengaruh promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa terhadap keputusan penggunaan usaha jasa Ausy Media Tulungagung.
- b. Objek penelitian ini adalah pada usaha jasa percetakan Ausy Media Tulungagung.
- c. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Ausy Media Tulungagung.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti menetapkan rumusan masalah terkait dengan masalah yang diteliti. Adapun rumusan masalah meliputi:

1. Apakah promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa berpengaruh secara bersamaan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung?
2. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung?
3. Apakah pelayanan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung?
4. Apakah inovasi produk jasa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh pelayanan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh inovasi produk jasa terhadap keputusan penggunaan jasa pada Ausy Media Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap, bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi kepada semua pihak. Kegunaan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan Dan Inovasi Produk Jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Ausy Media Tulungagung” adalah:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi serta memperluas khasanah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa terhadap keputusan penggunaan jasa. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini bisa dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi bagi pemilik usaha Ausy Media Tulungagung dalam penentuan promosi,

melakukan pelayanan pelanggan dan mengembangkan inovasi produk jasa sebagai upaya untuk meningkatkan keputusan penggunaan jasa.

a. Bagi Pihak Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti lain yang tertarik pada topik serupa serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang keputusan penggunaan dalam kontekstualisasi dalam industri jasa.

b. Bagi Lembaga

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan ulasan dan evaluasi dalam upaya meningkatkan peluang keputusan penggunaan jasa dari usaha percetakan Ausy Media Tulungagung.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Dengan terciptanya penelitian ini, harapan untuk ke depannya dapat menjadi rujukan penelitian-penelitian selanjutnya, yang serupa dan berkaitan. Dapat menjadi referensi dan menjadi sudut pandang baru pada penelitian berikutnya.

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun melalui penelitian ini peneliti mempunyai batasan ruang lingkup agar memperjelas dan membatasi fokus serta meningkatkan pemahaman terhadap hasil penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan dan Inovasi Produk Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Ausy Media Tulungagung. Sebagai upaya untuk menghindari perluasan

masalah terkait pembahasan tersebut, maka dalam penelitian ini diberi pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan dan Inovasi Produk Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Ausy Media Tulungagung.
2. Objek penelitian difokuskan pada usaha jasa percetakan Ausy Media Tulungagung.

## **G. Penegasan Variabel**

### 1. Penegasan Konseptual

#### a. Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan tindakan konsumen ketika benar-benar menggunakan produk maupun jasa dengan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas, promosi, pelayanan, harga dan lainnya.<sup>14</sup>

#### b. Promosi

Promosi merupakan upaya komunikasi antara perusahaan dengan konsumen atau pasar yang ditarget dengan maksud untuk menyebarkan keterangan terkait produk atau perusahaan supaya konsumen mau melakukan penggunaan.<sup>15</sup>

#### c. Pelayanan Pelanggan

---

<sup>14</sup> Lati Sari Dewi, *Perilaku Konsumen dan Keputusan Penggunaan* (Surabaya: Global Aksara Pers, 2023), hal. 21

<sup>15</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen di Era Modern* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik), hal. 113

Layanan pelanggan merupakan sebuah wujud tingkah laku atau kegiatan pribadi maupun dalam lingkup lembaga yang tujuannya agar dapat menyuplai keperluan dan hasrat pelanggan dan konsumen. Aksi tersebut dilakukan melalui hubungan dan penyampaian informasi yang baik antara pegawai, mitra bahkan kepala lembaga/organisasi itu sendiri. Hal ini dilakukan sebagai upaya pemenuhan ekspektasi dan rasa puas dari pelanggan.<sup>16</sup>

#### d. Inovasi Produk Jasa

Inovasi dapat diartikan sebagai tahapan kegiatan atau situasi terkait pemikiran individu dalam menghasilkan sebuah pembaharuan baik berupa produk maupun jasa. Pembaharuan tersebut dihubungkan dengan masukan dan hasil yang nantinya dapat berpartisipasi untuk eksistensi manusia.<sup>17</sup>

### 2. Penegasan Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang mengarah pada operasionalisasi penelitian berdasarkan sifat-sifat yang dapat diamati dari hal-hal tertentu dan difokuskan pada pemahaman yang diberikan oleh peneliti. Secara operasional penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa

---

<sup>16</sup> Siti Akromah, et al., *Penerapan Aplikasi PLN Mobile Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan PLN ULP Bojonegoro Kota*, (Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara, Vol. 2 No. 2, 2023), hal. 106

<sup>17</sup> Susi Indriyani, et al., *Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Bensu Lampung*, (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, Vol. 8 No. 1, 2023), hal. 61

terhadap keputusan penggunaan jasa yang dilakukan oleh konsumen pada usaha jasa percetakan Ausy Media Tulungagung.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan dan Inovasi Produk Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Ausy Media Tulungagung” akan menggunakan sistematika penulisan yang disusun dalam enam bab. Adapun penyusunan penelitian ini terdiri dari :

**Bab I** Pendahuluan, sebagai bagian awal dari penelitian dengan pemaparan informasi awal. Pada bagian ini berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

**Bab II** Landasan Teori, yang berisi penjelasan tentang teori yang digunakan untuk mempermudah penulis dalam mengkaji fenomena terkait. Isi dari landasan teori ini antara lain, teori perilaku konsumen, teori korelasi antar variabel serta penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

**Bab III** Metode Penelitian, yang menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pengecekan dan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian data pada Ausy Media Tulungagung

**Bab IV** Temuan Penelitian, yang menjelaskan hasil wawancara dan temuan sejarah, visi-misi perusahaan yang diperoleh dari observasi lapangan.

**Bab V** Pembahasan, bagian yang berisi pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan dikaitkan pada teori yang merujuk pada penelitian. Pembahasan meliputi pengaruh promosi, pelayanan pelanggan dan inovasi produk jasa terhadap keputusan penggunaan jasa secara parsial dan simultan.

**Bab VI** Penutup, bagian yang akan berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang terkait topik penelitian. Kesimpulan akan menjadi paparan singkat mengenai penelitian yang ditemukan serta saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian. Sehingga peneliti berharap penelitian ini dapat mempermudah pembaca untuk memahami topik terkait dan dipertimbangkan sebagai rujukan penelitian di masa mendatang