

ABSTRAK

Pengaruh Digitalisasi Pelayanan, Efektivitas Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Minat Bertransaksi Di PT Pegadaian (Persero) UPC Ramayana Palembang.

M. Arya Guna Putra
NPM 062240632918

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi pelayanan, efektivitas promosi, dan citra merek terhadap minat bertransaksi nasabah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tidak stabilnya fluktuasi pertumbuhan jumlah nasabah. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya pergeseran serta dinamika ketertarikan masyarakat dalam melakukan transaksi di PT Pegadaian UPC Ramayana Palembang. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert kepada responden nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling digunakan dengan menerapkan metode purposive sampling. Metode analisis data terdiri dari uji instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis parsial dan simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel digitalisasi pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi karena efisiensi waktu yang dihasilkan oleh keandalan sistem digital. Sementara itu variabel efektivitas promosi secara parsial juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Hal ini didorong oleh kejelasan pesan serta daya tarik program pemasaran yang disampaikan. Variabel citra merek juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Reputasi perusahaan mampu memberikan rasa aman serta meminimalkan keraguan risiko finansial nasabah. Secara simultan, kombinasi antara variabel digitalisasi pelayanan, efektivitas promosi, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun ekosistem layanan total yang memicu peningkatan minat bertransaksi nasabah.

Kata kunci: Digitalisasi Pelayanan, Efektivitas Promosi, Citra Merek, Minat Bertransaksi.

ABSTRACT

The Influence of Service Digitalization, Promotion Effectiveness, and Brand Image on Transaction Interest at PT Pegadaian (Persero) UPC Ramayana Palembang.

M. Arya Guna Putra
NPM 062240632918

This study aims to analyze the influence of service digitalization, promotional effectiveness, and brand image on customer transaction interest. This research is motivated by the unstable fluctuations in customer growth. This phenomenon indicates a shift and dynamics in public interest in conducting transactions at PT Pegadaian UPC Ramayana Palembang. The research approach used is quantitative with the causal associative method. Primary data collection was conducted by distributing Likert-scale questionnaires to customer respondents. The sampling technique used a non-probability sampling technique and applied the purposive sampling method. Data analysis methods consisted of instrument testing through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and partial and simultaneous hypothesis tests. The results of this study indicate that partially, the service digitalization variable has a positive and significant effect on transaction interest due to the time efficiency generated by the reliability of the digital system. Meanwhile, the promotional effectiveness variable also partially has a positive and significant effect on transaction interest. This is driven by the clarity of the message and the attractiveness of the marketing program delivered. The brand image variable also shows a positive and significant effect partially. The company's reputation can provide a sense of security and minimize customer doubts about financial risks. Simultaneously, the combination of service digitalization variables, promotional effectiveness, and brand image has a positive and significant influence in building a total service ecosystem that triggers an increase in customer transaction interest.

Keywords: Service Digitalization, Promotion Effectiveness, Brand Image, Transaction Interest.