

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa globalisasi di Indonesia disaat ini, teknologi tumbuh pesat yang ditandai dengan imbas langsungnya pada sektor industri. Pentingnya kehadiran industri karna sebagai penghubung antara produsen utama serta konsumen yang kemudian bakal melaksanakan pembelian dalam jumlah tertentu. Bisnis di bidang yang sama bisa menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Dalam bisnis yang terus berkembang saat ini, pemasaran memegang peranan yang sangat berarti dalam kelangsungan bisnis dan dengan memakai metode pemasaran yang tepat, perusahaan akan sanggup bersaing dalam dunia bisnis yang kompetitif ini.

Keputusan pembelian seorang konsumen berdampak pada penerapan keputusan tersebut. Keputusan pembelian adalah preferensi antara dua ataupun alternatif opsi, yang meliputi keputusan tentang manfaat dan jenis produk (Fadila, 2021). Suatu industri butuh bisa memasarkan sesuatu produk maupun jasa supaya pelanggan dapat menjadi loyal dan perusahaan tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain dan kehidupan saat ini sangat pengaruhnya terhadap pola pikir konsumen dalam membeli produk. Dalam perihal ini, keputusan guna memilah sesuatu barang ataupun jasa sangat dipengaruhi oleh pemasaran kualitas pelayanan, promosi dan pengembangan citra merek yang seluruhnya menunjang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Salah satu aspek yang pengaruhi keputusan pembelian ialah citra merek, suatu merek bukan hanya sekedar logo ataupun simbol, namun sebuah bentuk konsistensi yang bisa memberikan fungsionalitas, manfaat dan pelayanan kepada konsumen. Persepsi merek menggambarkan cerminan ingatan konsumen terhadap merek tersebut. Citra merek adalah memegang peranan penting dalam pengembangan merek sebab terpaat dengan kepercayaan dan reputasi merek, kemudian sebagai acuan bagi pelanggan untuk berupaya serta mengenakan suatu produk ataupun jasa (Larika & Ekowati, 2020).

Aspek selanjutnya yang pengaruhi keputusan pembelian ialah kualitas layanan, kualitas pelayanan juga dapat dianggap sebagai mutlak dan penting dalam sesuatu industri, karna semakin besar kualitas yang ditawarkan, semakin tinggi keputusan pembelian dalam mengambil keputusan untuk memakai. Pelanggan kemudian membagikan persepsi tentang kualitas layanan berdasarkan apa yang dipikirkan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu kegiatan maupun aktivitas yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud serta tidak memunculkan rasa kepemilikan (Kotler, 2005).

Aspek selanjutnya yang pengaruhi keputusan pembelian ialah promosi, sesuatu tentang yang perlu diperhatikan oleh dunia usaha yang bisa menciptakan promosi secara tidak langsung lewat pemakaian jasa tersebut oleh konsumen. Sebagian aktifitas yang dilakukan oleh kedua belah pihak membantu membuat keputusan dari perspektif pemasaran, yang menuju ke

strategi yang lebih baik. Promosi adalah metode perusahaan mengiklankan produk serta manfaatnya kepada publik maupun konsumen. Terdapat dua tipe promosi, yakni promosi periklanan memanfaatkan media sosial dan promosi langsung ke pembeli (Lasander, 2013).

PT. Anugrah Sejahtera Makmur merupakan industri *reliable hydraulic pneumatic* serta *engineering service* yang berdiri semenjak tahun 2011 dengan beroperasi di Kompleks Pondok Arum Blok C8/6 Nambo Jaya, Karawachi, Kota Tangerang. Bergerak di bidang jasa dan produksi pembuatan bahan baku, antara lain pembuatan pompa *hydraulic*, *table lift* serta servis *hydraulic* dan *pneumatic*. Untuk itu, menghadapi kendala PT. Anugrah Sejahtera Makmur yakni tentang citra merek yang masih kurang dalam memperkenalkan merek kepada konsumen, promosi yang kurang menarik yang ditawarkan perusahaan dan kualitas layanan yang masih perlu dilatih kembali dalam penyampaian barang dan jasa. Oleh sebab itu, persaingan yang ketat antar perusahaan menuntut PT. Anugrah Sejahtera Makmur sanggup bersaing dengan perusahaan lain lewat inovasi serta kebutuhan untuk memenangkan hati konsumen dengan berfokus pada citra merek, kualitas layanan, promosi dan keputusan pembelian.

Berdasarkan pengamatan terhadap permasalahan keputusan pembelian ditemukan konsumen berbelanja di PT. Anugrah Sejahtera Makmur juga membeli produk yang sama dengan perusahaan sejenis, sehingga memunculkan persaingan antar PT. Anugrah Sejahtera Makmur oleh sebab itu, pelanggan yang mempunyai rasa pembelian tentang citra merek, kualitas

layanan dan promosi akan kembali untuk membeli produk ataupun jasa serupa, kebalikannya apabila pelanggan tidak mempunyai rasa pembelian dengan citra merek, kualitas layanan dan promosi PT. Anugrah Sejahtera Makmur pelanggan tidak akan kembali dan tidak bakal membeli produk maupun jasa serupa. Berikut data yang diperoleh mengenai penjualan PT. Anugrah Sejahtera Makmur di tahun 2021.

Tabel 1.1 Data Penjualan PT. Anugrah Sejahtera Makmur 2021

Bulan	Total Penjualan
Januari	Rp 79.539.940
Februari	Rp 161.229.161
Maret	Rp 117.409.700
April	Rp 94.980.355
Mei	Rp 149.686.070
Juni	Rp 65.982.000
Juli	Rp 45.726.000
Agustus	Rp 51.397.830
September	Rp 65.105.600
Oktober	Rp 231.699.100
November	Rp 134.280.600
Desember	Rp 131.414.000

Sumber: PT. Anugrah Sejahtera Makmur, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa volume penjualan PT. Anugrah Sejahtera Makmur memiliki penjualan terendah sebesar Rp45.726.000 pada Juli 2021 dan kemudian penjualan tertinggi sebesar Rp231.699.100 pada Oktober 2021 karna sebagian aspek seperti citra merek, kualitas layanan dan promosi masih kurang terpenuhi terhadap keputusan pembelian antara lain, menurut beberapa pembelian konsumen di PT. Anugrahh Sejahtera Makmur kurang terwujud karna aspek brand image, kualitas pelayanan dan promosi masih kalah dengan produk maupun jasa

sejenis serta dalam perihal ini juga berlangsung pandemic Covid-19 pada tahun 2021 sehingga mengakibatkan sektor komersial terpaut manufaktur hadapi menurun jumlah penjualan, jadi PT. Anugrah Sejahtera Makmur perlu menaikkan citra merek, kualitas layanan dan promosi guna menciptakan keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan kembali.

Berdasarkan pengamatan terhadap permasalahan citra merek PT. Anugrah Sejahtera Makmur mendapatkan bahwa terdapat sebagai merek yang masih kurang dirasakan oleh konsumen, yang tidak bisa memberikan keputusan pembelian kepada konsumen karna merek di PT. Anugrah Sejahtera Makmur tidak hanya semata-mata yang menjual dan memperdagangkan namun juga mempengaruhi merek lain untuk dilihat oleh konsumen, pada saat membeli dan konsumsi suatu, mengharapkan tidak cuma barang dagangan namun pula benda lain. Hal-hal lain sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya, perusahaan bersangkutan guna memberikan informasi kepada publik buat menghasilkan citra yang baik. Selain itu, perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dengan kualitas dan manfaat yang serupa, sehingga membentuk citra merek PT. Anugrah Sejahtera Makmur menjadi persaingan antar merek yang bakal berakibat pada penyusutan jumlah pembelian dan mempengaruhi penjualan PT. Anugrah Sejahtera Makmur. Berikut ini data yang diperoleh mengenai *brand image* PT. Anugrah Sejahtera Makmur tahun di 2021.

Tabel 1.2 Data Citra Merek PT. Anugrah Sejahtera Makmur

Tanggal	Nama Merek	QTY/Bulan	
		QTY Maksimal	QTY Minimal
22-Jan	SOL VALVE STNC	10 PCS	
15-Jan	POMPA HYD HGP 3A F2OR JAGUAR		4 PCS
Feb-17	SOL VALVE STNC 3/4 F6	10 PCS	
Feb-17	WESTWOOD 3 MG		6 PCS
Mar-20	CLIP METAL 4MM	20 PCS	
Mar-20	NOZZLE 19,50		9 PCS
Apr-28	SELENOID VALVE STNC	15 PCS	
Apr-12	AIR CYLINDER		4 PCS
Mei 24	SEL VALVE STNC	15 PCS	
Mei 24	MOUNTING 180		6 PCS
Jun-04	FABRIKASI CYL 55X35XST150 FA-WELD	3 PCS	
Jun-15	AIR CYL 50X150		2 PCS
Jul-11	NEPPLE BELOK 1/2 NPT-JK	8 PCS	
Jul-28	DIRECTIONAL VALVE YUKEN		3 PCS
Ags-30	ELECTRODA	16 UNIT	
Ags-20	VALVE STNC FG-15		6 PCS
Sep-07	NEPPLE 1/4-10	15 PCS	
Sep-07	SEL-VALVE T62521-08 1/4"		5 PCS
Okt-13	FITTING	8 PCS	
Okt-4	PNEUMATIC 100X30X335 TCY		4 PC
Nov-18	SELENOID VALVE STNC	15 PCS	
Nov-15	FITTING LURUS 1/4-SELANG 10		6 PCS
Des 10	SEL VALVESTNC	10 PCS	
Des 10	FITTING LURUS 1/4-SELANG 10		6 PCS

Sumber: PT. Anugrah Sejahtera Makmur, 2021

Seperti terlihat dari table diatas posisi tertinggi *brand image* 2021 ditempati oleh CLIP METAL 4MM dan posisi terendah ditempati oleh AIR CYL 50X150. Bisa dilihat bahwa itu ialah merek yang diproduksi oleh PT. Anugrah Sejahtera Makmur pada tahun 2021 tidak konstan tiap bulannya sebab perusahaan mempunyai jumlah merek yang banyak sehingga perhatian konsumen terhadap merek lain kurang dapat terlihat, dari produk 20 PCS yang

paling banyak diminati dan produk yang paling sedikit diminati 2 PCS. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa merek yang kurang dicermati konsumen bakal berakibat pada keputusan pembelian, untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan citra merek PT. Anugrah Sejahtera Makmur mesti bisa mempertahankan merek yang telah ada serta meningkatkan merek yang selama ini kurang diperhatikan oleh konsumen, seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar merek sehingga, perusahaan dituntut untuk memperluas pangsa pasar dan berupaya menarik pelanggan dengan cara pengaruhi perilaku konsumen guna memberikan keputusan pembelian terhadap produk.

Berdasarkan pengamatan terhadap permasalahan kualitas layanan, dapat dikatakan konsumen kurang tertarik menggunakan layanan PT. Anugrah Sejahtera Makmur dalam perihal ini kelihatan diantara konsumen yang kurang begitu tertarik dengan pelayanan yang ditawarkan perusahaan, penyebab masalah tersebut ialah keterlambatan pengiriman produk membuat konsumen menunggu, kemudian kurang cermat membagikan informasi mengakibatkan terlambatan bagi konsumen, bahkan pelanggan kecewa setelah melakukan pemesanan tetapi produk habis konsumen mesti menunggu produk kembali stok serta kerap terjadi kesalahan dalam pengiriman produk sehingga menimbulkan keluhan konsumen sebab barang yang dikirim tidak sama dengan pesanan *customer*. Berikut ini data yang diperoleh mengenai kualitas pelayanan PT. Anugrah Sejahtera Makmur di tahun 2021.

Tabel 1.3 Data Kualitas Pelayanan PT. Anugrah Sejahtera Makmur

Tanggal	Jasa	QTY
23-Jan	JASA BONGKAR & PASANG RIKO	5 HARI
28-Jan	GANTI TABUNG HIDROLIK	1 PCS
01-Feb	REPAIR HYD 150X75X400	1 PCS
11-Feb	REPAIR HYD BOOM 135X90X1600	1 UNIT
25-Feb	REPAIR HYD STAINLES 32X18 DOUBLE LOD	1 PCS
25-Feb	JASA POWER PACK	1 LOT
06-Mar	JASA BONGKAR PASANG 2 BARANG	2 HARI
08-Mar	REPAIR HYD 150X80X1500	1 UNIT
08-Mar	JASA BONGKAR	1 HARI
23-Mar	REPAIR HYD 125X65X2800	1 PCS
31-Mar	REPAIR HYD 125X70X500	1 UNIT
09-Apr	SERVICE POWER PACK	1 UNIT
13-Apr	JASA BUBUT DAN BOR MANIFOLD BLOCK	2 PCS
22-Apr	JASA BUBUT AS HYDRAULIC	2 PCS
26-Apr	REPAIR HYD FILTER PRESS MESIN 1	1 UNIT
7-Mei	REPAIR HYD FILTER PRESS MESIN 2	1 UNIT
7-Mei	JASA BUBUT AS 60 X 1000	1 UNIT
8-Mei	JASA BONGKAR + PASANG	1 SET
24-Mei	REPAIR HYD POWER PACK	1 PCS
04-Jun	JASA	3 LOT
05-Jun	SERVICE HYD CYL-KUNINGAN	3 PCS
14-Jun	REPAIR HYDRAULIC DIA 60XP2M	1 PCS
06-Jul	REPAIR HYD CYL	2 UNIT
12-Jul	REPAIR PNEUMATIC NOTARY	1 PCS
12-Jul	JASA TEST POMPA DAIKIN	1 LOT
06-Sep	REPAIR HYDRAULIC FORK LIFT	1 PCS
06-Sep	REPAIR PNEUMATIC CYLINDER 63X50	1 UNIT
14-Sep	SERVICE AS AIR CYLINDER UKURAN 65X1400 MM	1 PCS
23-Sep	REPAIR HYDRAULIC CYLINDER 50X250	1 PCS
25-Sep	TEST POMPA-DERAKEL ASM	1 LOT
25-Sep	PASANG POMPA-BOGOR	1 LOT
01-Okt	PEMASANGAN LIFT TABLE	2 LOT
19-Okt	JASA BUBUT & BOR AS 65 X 200 MM	1 PCS
19-Okt	JASA BUBUT & LAS COVER BELAKANG	10 PCS
28-Okt	REPAIR HIDROLIK CUTTER KABEL	1 PCS
12-Nov	PEMASANGAN LIFT TABLE	2 LOT
08-Des	SERVICE HYDRAULIC CYLINDER	1 PCS

Tanggal	Jasa	QTY
15-Des	SERVICE HYD CYLINDER	1 PCS
22-Des	REPAIR HYD CYL 180X125X1300	1 PCS
22-Des	REPAIR HYD CYL 180X125X1000	1 PCS
22-Des	REPAIR HYD CYL 80X45X1600	1 PCS
22-Des	REPAIR GEARBOX WINCH + MOTOR HYD	1 SET

Sumber: PT. Anugrah Sejahtera Makmur

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat kualitas pelayanan PT. Anugrah Sejahtera Makmur mengalami tidak stabil sebab permintaan layanan tidak konstan tiap bulan, memiliki permintaan layanan terendah sebesar 1 kali pada November 2021 dan kemudian permintaan layanan tertinggi sebesar 6 kali pada September dan Desember 2021 karna sebagian layanan yang diberikan oleh PT. Anugrah Sejahtera Makmur di bulan lainnya dikatakan masih kurang karena sebagian aspek antara lain keterlambatan pengiriman produk, masih keterlambatan informasi serta kesalahan pengiriman. Dapat dilihat bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin sedikit jumlah keluhan konsumen, begitu pula kebalikannya sebab kualitas layanan semakin kurang baik sehingga semakin banyak keluhan maka konsumen bisa pindah ke tempat lain guna membeli produk.

Berdasarkan pengamatan terhadap permasalahan promosi ditemukan bahwa promosi yang diberikan terlalu sedikit, masih tergantung pada kenalan bisnis dan cara promosi yang ditawarkan oleh PT. Anugrah Sejahtera Makmur tidak sesuai. Apalagi, PT. Anugrah Sejahtera Makmur mengandalkan promosi melalui kenakan bisnis, menyebarkan promosi lewat *website* perusahaan serta penyebaran promosi kepada konsumen lewat brosur. Karna kurangnya promosi

dan informasi yang menarik, mengenai promosi belum tercapai. Berikut ini data yang diperoleh mengenai promosi PT. Anugrah Sejahtera Makmur di tahun 2021.

Tabel 1.4 Data Promosi PT. Anugrah Sejahtera Makmur

Tanggal	Nama Barang	Haraga	Diskon	PPN 10%	Total
19-Jan	PLC MITSUBISHI (MELSEC)PX3U-128M	Rp 9.400.000	Rp 940.000	Rp 846.000	Rp 9.306.000
23-Feb	PLC FATEK FB5-24 MC	Rp 3.950.000	Rp 900.000	Rp 305.000	Rp 3.355.000
24-Mar	COIL POWER PACK 24 VDC	Rp 2.750.000	Rp 412.500	Rp 233.750	Rp 2.571.250
15-Apr	SHOCK ABSORBER C-JAC AD 360	Rp 3.700.000	Rp 700.000	Rp 300.000	Rp 3.300.000
3-Mei	GAS SPRING PN PEO136	Rp 10.800.000	Rp 1.080.000	Rp 972.000	Rp 10.692.000
23-Jun	CYL HYD 90X350 DIA SHAFT 46 MM	Rp 4.900.000	Rp 500.000	Rp 440.000	Rp 4.840.000
28-Jul	HYD CYL MG-HC-FIA-DIA 63X50-C-M-SL02	Rp 4.600.000	Rp 600.000	Rp 400.000	Rp 4.400.000
24-Ags	GEAR BOX HYDRAULIC RATIO 1:10	Rp 7.000.000	Rp 700.000	Rp 630.000	Rp 6.930.000
04-Sep	SARINGAN/FILTER TINTA	Rp	Rp	Rp	Rp
	DIA WAR 60 MM X T 110	6.750.000	675.000	607.500	6.682.500
27-Okt	SVC-FOR-00055	Rp 4.500.000	Rp 450.000	Rp 405.000	Rp 4.455.000
23-Nov	CYL HYD CLAMP FORKLIFT REKONDISI	Rp 11.400.000	Rp 1.140.000	Rp 1.026.000	Rp 11.286.000
20-Des	PERBAIKAN CYLINDER BALLPRESS	Rp 9.800.000	Rp 980.000	Rp 882.000	Rp 9.702.000

Sumber: PT. Anugrah Sejahtera Makmur

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat promosi PT. Anugrah Sejahtera Makmur tidak memaksimalkan perihal ini karna perusahaan masih kekurangan promosi yang ditawarkan, PT Anugrah Sejahtera Makmur hanya mengaplikasikan diskon produk yang menyebabkan promosi tidak berjalan secara optimal dan sesungguhnya alat promosi yang dilakukan oleh PT. Anugrah Sejahtera Makmur lebih dari sekedar potongan harga, seperti mempromosikan melalui media sosial, jasa perbaikan produk serta penjual yang ditawarkan. Promosi diberikan oleh PT. Anugrah Sejahtera Makmur yang menarik untuk konsumen belum Maksimal terwujud hal ini bakal berakibat buruk bagi perusahaan sejenis guna membeli produk serupa. Oleh sebab itu, PT. Anugrah Sejahtera Makmur perlu lebih mencermati promosi supaya konsumen bisa melakukan keputusan pembelian terhadap promosi yang sudah ditawarkan supaya konsumen dapat membeli produk yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sehingga peneliti berniat membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Anugrah Sejahtera Makmur”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penjualan PT. Anugrah Sejahtera Makmur mengalami tidak stabil dan terdapat penurunan penjualan yang terlihat jelas.
2. Perlu memperhatikan pengaruh penjualan pada PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

3. Citra merek belum mampu memberikan keputusan pembelian terhadap konsumen.
4. Persepsi konsumen mengenai citra merek PT. Anugrah Sejahtera Makmur hampir sama dengan merek lain sehingga mempengaruhi konsumen dalam melakukan penentuan keputusan pembelian.
5. Kualitas layanan mengalami masalah pada informasi maupun pengantaran yang akan berdampak buruk bagi perusahaan.
6. Perlu memperhatikan layanan yang diberikan kepada konsumen.
7. Alat promosi tidak banyak berubah akan berdampak buruk bagi PT. Anugrah Sejahtera Makmur.
8. Perlu menambah dan mempertahankan promosi yang mempengaruhi PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Objek penelitian adalah PT. Anugrah Sejahtera Makmur.
2. Penelitian ini dibatasi pada beberapa variable, yaitu citra merek, kualitas pelayanan dan promosi.
3. Periode penelitian adalah 2021-2022.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yakni:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?
4. Apakah citra merek, kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ungun diperoleh dari penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan promosi secara simulan terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur?

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melakukan penelitian untuk menambah pengetahuan peneliti dan konsumen agar lebih memahami citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi dalam mengambil keputusan pembelian sehingga konsumen dapat lebih memahami PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Peneliti

- a. Dapatkan pengalaman menulis skripsi yang bagus.
- b. Sebagai bahan acuan untuk kegiatan-kegiatan selanjutnya yang berkaitan dengan praktek kerja di lapangan.
- c. Memperoleh gelar sarjana dengan menyelesaikan tesis.

B. Bagi perusahaan

Untuk dapat memberikan saran dan pendapat kepada PT. Anugrah Sejahtera Makmur untuk fokus pada citra merek, kualitas layanan, dan promosi sebagai hal yang bisa merangsang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan dapat mengambil langkah lebih lanjut untuk mengembangkan perusahaan.

C. Bagi Universitas Putera Batam

Penulis berharap melalui penelitian ini, akademisi di Universitas Putera Batam dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pustaka untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang melakukan penelitian tentang citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi.