

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih mendalam. Keputusan pembelian pelanggan tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kebutuhan fungsional atas suatu produk, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi terhadap harga. Hal ini berlaku tidak hanya pada industri barang konsumsi, tetapi juga pada industri bahan baku seperti produk dolomite, khususnya Dolomite M100 yang digunakan sebagai bahan penunjang dalam berbagai sektor industri.

PT Armada Jaya Logistik, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan distribusi produk mineral seperti Dolomite M100, menghadapi tantangan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan loyalitas pasar. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan perlu memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, agar strategi pemasaran dan pelayanan dapat dirancang secara lebih tepat sasaran.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber sumber, seleksi terhadap alternative pembelian dan perilaku setelah pembelian. keputusan membeli oleh seorang konsumen terhadap suatu produk diawali dengan kesadaran pembeli akan adanya kebutuhan (Astuti, 2021a). Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen diantaranya harga produk yang ditawarkan.

Kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai suatu produk. Produk dolomite yang memiliki kualitas konsisten, kemurnian tinggi, dan stabilitas komposisi kimia tentu akan lebih diminati oleh konsumen industri. Di sisi lain, kualitas pelayanan seperti ketepatan pengiriman, kemudahan pemesanan, dan kecepatan respon terhadap keluhan juga berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Namun, dalam praktiknya, pengaruh kualitas produk dan pelayanan tidak selalu langsung berujung pada keputusan pembelian. Harga sering kali menjadi faktor yang memediasi hubungan tersebut. Meskipun suatu produk memiliki kualitas tinggi dan didukung dengan pelayanan yang baik, jika harga tidak kompetitif atau tidak sesuai dengan persepsi nilai pelanggan, maka keputusan pembelian bisa saja tidak terjadi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai peran harga sebagai variabel mediasi sangat penting dalam konteks pengambilan keputusan pelanggan. Harga tetap menjadi penentu yang tidak dapat diabaikan. Dalam banyak kasus, konsumen memandang harga sebagai variabel mediasi antara kualitas produk dan layanan dan keputusan pembelian. Harga yang dipertimbangkan sesuai dengan kualitas produk dan layanan akan meningkatkan keputusan pembelian anda, tetapi sementara kualitas produk dan layanannya baik, apakah itu terlalu tinggi dalam menanggapi harapan dapat menjadi penghalang. Oleh karena itu, harga dapat berfungsi sebagai variabel mediasi yang menggabungkan dampak kualitas pada keputusan pembelian.

Kualitas produk juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Produk yang berkualitas tidak hanya mencakup material dan ketahanan produk, tetapi juga kesesuaian antara deskripsi produk dengan produk yang diterima oleh konsumen. Ketika kualitas produk yang dijual konsisten, hal ini dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga mereka lebih mungkin untuk menjadi pelanggan setia.

Dalam penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior adalah teori yang memperkirakan pertimbangan dalam perilaku manusia. Secara psikologis, sifat perilaku manusia dapat dipertimbangkan dan direncanakan (Kruger dan Carsrud, 1993; Ajzen, 1991). Ajzen (1991), menyatakan, *Theory of Planned Behavior* memiliki keunggulan dibandingkan teori keperilakuan lainnya. Pertama, ada sikap terhadap perilaku tertentu kedua, norma subjektif yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Ketiga, kontrol perilaku yang dirasakan, yang menunjukkan seberapa

mudah atau sulit seseorang menganggap melakukan suatu tindakan berdasarkan pengalaman sebelumnya, hambatan dan tantangan (Ahsen & Hendayani, 2022).

Pemilihan PT Armada Jaya Murni Logistik sebagai obyek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis dan relevansi dengan topik yang diteliti. PT Armada Jaya Murni Logistik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi dan logistik yang memiliki cakupan layanan yang luas, armada yang memadai, serta pengalaman dalam mendistribusikan berbagai jenis barang baik dalam skala nasional maupun regional.

Selain itu, perusahaan ini sedang dalam fase pengembangan operasional dan layanan, yang menjadikannya sangat relevan untuk diteliti dalam konteks peningkatan kerja, kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, maupun strategi pemasaran. Tingginya aktivitas logistik serta interaksi dengan berbagai mitra usaha dan pelanggan menjadikan PT Armada Jaya Murni Logistik sebagai studi kasus yang potensial dalam memahami dinamika industri logistik di Indonesia.

Salah satu konsep sentral dalam teori ini adalah pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan situasional. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat lebih baik dalam merancang produk dan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Keputusan pembelian adalah hasil dari interaksi berbagai faktor yang saling memengaruhi, termasuk faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan situasional.

Pengalaman berbelanja yang positif juga menjadi faktor utama dalam membangun keputusan pembelian. Pengalaman ini mencakup kemudahan dalam navigasi aplikasi, kecepatan layanan, kejelasan informasi produk, serta kemudahan dalam melakukan transaksi dan pengembalian barang jika diperlukan. Dengan memberikan pengalaman belanja yang memuaskan, Dolomite M100 dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan memperkuat loyalitas mereka terhadap produk tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “**Pengaruh Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan**

Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Variabel Harga Pada Pelanggan Produk Dolomite M100 Di Pt Armada Jaya Murni Logistik ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, makalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap harga pada produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap harga pada produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik?
6. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Pada Produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik?
7. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Pada Produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik?

1.3 Batasan Masalah

Karena penelitian ini terkonsentrasi dan tidak ada perbedaan dari tujuan utama, keterbatasan pertanyaan berikut perlu ditentukan. Studi ini hanya berfokus pada pelanggan scalett yang diwakili di kota Surabaya, khususnya Surabaya Selatan baik pembelian secara online maupun offline. Variabel independen dua aspek utama terbatas dalam penelitian ini yaitu :

Variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga yang ditafsirkan sebagai persepsi konsumen tentang keterjangkauan, kesesuaian, dan harga produk dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang terbatas pada keputusan akhir konsumen untuk membeli produk scralett berdasarkan pengalaman dan persepsi dari variabel lain.

Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada konsumen yang membeli dan menggunakan produk scralett setidaknya sekali dalam dua bulan terakhir.

1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa dan menganalisis dampak kualitas produk dan kualitas layanan pada keputusan pembelian, termasuk harga, sebagai variabel mediasi pelanggan untuk produk Dolomite M100 di Surabaya. Secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji & menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap harga pelanggan produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.
2. Menguji & menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga pelanggan produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.
3. Menguji & menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.
4. Menguji & menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.
5. Menguji & menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.
6. Menguji & menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Melalui Harga Pelanggan Produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.

7. Menguji & menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Melalui Harga Pelanggan Produk Dolomite M100 Di PT Armada Jaya Murni Logistik.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pendapat strategis kepada bisnis tentang manajemen PT Armada Jaya Murni Logistik untuk memahami factor-factor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Surabaya. Dengan mengetahui dampak kualitas produk dan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian melalui persepsi terhadap harga, perusahaan dapat :

- a. Melakukan evaluasi dan peningkatan terhadap kualitas produk agar lebih kompetitif di pasar.
- b. Menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.
- c. Mengembangkan pelayanan pelanggan baik online maupun offline
- d. Menentukan strategi penetapan harga yang optimal agar tetap kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di pasar lokal, khususnya wilayah Surabaya.

2. Bagi peneliti (akademik)

Bagi peneliti, ini memberikan manfaat berupa :

- a. Menambah wawasan dan pemahaman tentang perilaku konsumen, khususnya terkait factor-factor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam industri kosmetik dan skincare.
- b. Menjadi bekal akademis dan praktis yang bermanfaat di masa depan, terutama jika peneliti ingin bekerja di bidang pemasaran, riset konsumen, atau industri kosmetik.
- c. Memberikan pengalaman dalam menerapkan teori-teori pemasaran seperti teori kualitas, harga, dan keputusan konsumen dalam studi empiris.

- d. Sebagai kontribusi ilmiah yang bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik serupa.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, untuk dapat memudahkan pemahaman penulisan ini, maka penulis menyusun langkah-langkah penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pertama, pembahasan tentang latar belakang masalah digunakan sebagai acuan serta dasar penelitian. Setelah menulis latar belakang hal berikutnya yang dilakukan ialah merumuskan masalah kemudian menjadi inti utama penelitian. Ini juga memiliki batasan masalah yang membuatnya lebih mudah untuk dikerjakan tanpa menyimpang dari rumus masalah. Tujuan dan manfaat penelitian dicapai oleh penulis. Dan teks terstruktur memberikan deskripsi yang lebih fokus.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua ini diperkuat dengan membahas teori dalam topik pembahasan penelitian dan kemudian menentukan hasil dari penelitian sebelumnya. Teori-teori ini telah dikumpulkan serta diambil dari berbagai referensi dan sumber informasi yang relevan sesuai diskusi penelitian dan terlibat dari hasil pembahasan tersebut.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga ini membahas mengenai tindakan yang akan dilakukan oleh penulis dalam mengambil serta mengolah data yang akan dilakukan oleh penulis pada penelitian, supaya hasil yang diperoleh penulis benar serta lebih tertuju, maka dari itu hasil yang didapat tidak menyimpang dari topik awal penelitian yang akan diteliti.

4. BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah di analisis sesuai dengan metode yang telah di tentukan. Selanjutnya, hasil tersebut dibahas dan dikaitkan dengan teori serta penelitian sebelumnya untuk memberikan interpretasi yang lebih mendalam.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, sara-saran yang di tunjukan kepada pihak terkait, serta keterbatasan penelitian selanjutnya.