

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, persaingan di berbagai sektor bisnis semakin ketat. Pelanggan memiliki banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dalam industri yang penuh dengan variasi produk dan layanan, elemen-elemen seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga menjadi krusial dalam membentuk preferensi konsumen.

Kualitas pelayanan dianggap sebagai pondasi utama dalam menjaga kepuasan pelanggan. Sebuah pengalaman pelayanan yang memuaskan dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Di sisi lain, kualitas produk juga memiliki peran yang tak kalah signifikan. Produk yang berkualitas dapat menjadi pembeda dalam tengah pasar yang sedang padat. Selain itu, persepsi harga turut memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Pelanggan cenderung membandingkan nilai produk atau layanan dengan harga yang mereka bayar.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang faktor-faktor ini secara terpisah, penelitian yang mengintegrasikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga dalam konteks keputusan pembelian produk masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara

komprehensif bagaimana ketiga faktor ini saling berinteraksi dan berdampak pada keputusan pembelian konsumen.

Penelitian Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga ditemukan *research gap* hasil penelitian menurut (Novita et al., 2023) menunjukkan Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di CV Mufidah Kota Gorontalo, semakin baik Kualitas Pelayanan diterapkan maka Keputusan Pembelian juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian tersebut didukung atau sejalan dengan penelitian menurut (Boediono et al., 2018) dan (Sriyanto & Albaity Utami, 2016)

Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka untuk lebih baik memenuhi harapan pelanggan dan menghadapi persaingan pasar yang semakin sengit.

Kemudian, kualitas produk juga menjadi fokus utama. Dalam pasar yang didorong oleh inovasi, produk yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen dapat menjadi daya tarik utama. Sementara itu, persepsi harga merupakan faktor yang tak terelakkan dalam proses pembelian. Bagaimana pelanggan menilai harga suatu produk atau layanan akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau mencari alternatif lain. Penelitian ini akan menyelidiki sejauh mana persepsi harga memengaruhi variabel lain, dan bagaimana hal ini dapat

memengaruhi preferensi pembelian pelanggan. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen untuk tertarik membeli suatu produk.

CV. Kartika Karya Bersama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli *sparepart* produksi perusahaan, khususnya *oil seal*. *Oil seal* ini merupakan komponen pada suatu benda yang bergerak berfungsi menyekat pelumas. Pelumas digunakan pada tempat-tempat dimana terjadi gesekan, dan untuk memastikan pergerakannya menjadi halus dan umurnya menjadi panjang, *oil seal* digunakan untuk mencegah terjadinya kebocoran pelumas melalui “*Inner Tube*” pada bagian yang bergerak tersudut.

Tabel 1.1 Data Hasil Penjualan Produk Oil Seal di CV Kartika Karya Bersama Pada Tahun 2021-2023

Tahun	Nama Produk	Jumlah Penjualan Produk (Unit)
2021	Oil Seal AKF	6.248 Unit
2022	Oil Seal AKF	8.177 Unit
2023	Oil Seal AKF	3.951 Unit

Sumber: Data Penjualan Produk CV Kartika Karya Bersama 2021-2023

Tabel 1.1 menunjukkan data hasil penjualan produk *Oil Seal AKF* pada tahun 2021-2023. Pada tahun 2021, jumlah keseluruhan penjualan produk *Oil Seal AKF* mencapai 6.248 unit. Di tahun 2022, terjadi peningkatan yang cukup signifikan dengan total penjualan produk *Oil Seal AKF* mencapai 8.177 unit. Namun, pada tahun 2023, terdapat penurunan yang cukup drastis dalam penjualan produk *Oil Seal AKF*, hanya mencapai 3.951 unit.

Hal ini perlu menjadi perhatian manajemen perusahaan terkait penjualan produk yang mengalami pertumbuhan selama dua tahun sebelumnya, namun mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2023 yang diduga adanya persaingan harga pada pasar.

Penelitian Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian sudah pernah dilakukan oleh penelitian sebelumnya sehingga ditemukan *research gap*. Hasil penelitian menurut (Sriyanto & Albaity Utami, 2016) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Dadone di Jakarta, karena kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, maka dari itu Dadone menerapkan kualitas produk yang baik. Hasil penelitian tersebut didukung atau sejalan dengan penelitian menurut (Boediono et al., 2018). Namun terdapat penelitian menurut (Mukti, 2015) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya ada banyak faktor yang berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian walaupun memiliki kualitas produk yang sudah tinggi, akan tetapi bisa saja tidak tepat dalam mengambil keputusan pembelian dikarenakan terpengaruhi oleh faktor lain.

Persepsi harga adalah suatu gambaran menyeluruh tentang informasi yang telah terseleksi dari suatu harga yang telah ditawarkan yang dapat dibandingkan dengan pengalaman dan harapan konsumen (Dzulkharnain, 2019).

Penelitian persepsi harga terhadap keputusan pembelian sudah pernah dilakukan oleh penelitian sebelumnya sehingga ditemukan *research gap*. Hasil penelitian menurut (Mardiasih, 2019) mengetahui bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa

persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Namun terdapat penelitian menurut (Mendur et al., 2021) menyatakan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada saat pandemi covid-19. Artinya bahwa ada faktor yang berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian walaupun sudah memiliki persepsi harga yang bagus tetapi bisa saja tidak tepat dalam mengambil keputusan pembelian dikarenakan dipengaruhi oleh faktor lain.

Dalam meningkatkan keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF* terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan diantaranya adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OIL SEAL AKF PADA CV KARTIKA KARYA BERSAMA”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*?
- 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*?
- 3) Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*?

- 4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*
- 3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal AKF*
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk dan kepuasan pembelian produk *Oil Seal AKF*

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi peneliti maupun pembaca, Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini bermanfaat dalam menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan materi penelitian dalam pengaplikasian ilmu yang diperoleh, serta diharapkan menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama atau yang berkaitan pada masa yang akan datang.

- 2) Bagi perusahaan, sebagai masukan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan serta dapat dijadikan pedoman untuk melakukan perbaikan agar produk yang dihasilkan dapat tumbuh lebih besar.
- 3) Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta dapat menganalisis variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan pembelian produk.
- 4) Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal* AKF terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal* AKF.

1.5. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang akan diteliti, maka penulis membatasi cakupan penelitian antara lain :

- 1) Penelitian ini hanya membahas tentang membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *Oil Seal* AKF pada CV Kartika Karya Bersama.
- 2) Penelitian ini hanya difokuskan pada konsumen yang sudah pernah menggunakan produk *Oil Seal* AKF.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini digunakan untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan secara keseluruhan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini diuraikan mengenai tinjauan teori yang mendeskripsikan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian serta membahas tentang review penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, model penelitian, jenis dan sumber data, definisi dan pengukuran variabel, metode analisis data, dan pengajuan hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi tentang mengenai hasil pengujian yang kemudian dapat diinterpretasikan dalam suatu kalimat perubahan hasil.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi tentang kesimpulan pada pembahasan atau interpretasi hasil, keterbatasan penelitian dan saran terhadap pihak-pihak yang terkait dan harapan untuk penelitian dimasa yang akan datang.