

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah percepatan globalisasi dan intensifikasi persaingan bisnis, entitas usaha di berbagai belahan dunia menghadapi tantangan signifikan untuk senantiasa berinovasi dan meningkatkan produk maupun layanan yang disediakan. Agar tetap relevan dan mampu bertahan dalam dinamika kompetisi, perusahaan dituntut untuk menyesuaikan diri dengan transformasi pasar yang bergerak cepat, sembari secara mendalam memahami dan memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berevolusi. Bisnis yang mampu menciptakan nilai melalui inovasi memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati konsumen dan mencapai keunggulan di pasar.

Kualitas produk dapat dipahami sebagai sejauh mana suatu barang dapat memenuhi, atau bahkan melebihi, tuntutan yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini dapat menggambarkan tingkat kesesuaian produk dengan keinginan para pembeli, memastikan suatu kepuasan melalui kinerja, daya tahan, dan keandalannya. Produk berkualitas tinggi tidak hanya memenuhi persyaratan dasar tetapi memberikan nilai tambah, melampaui standar yang diantisipasi oleh konsumen. Dengan demikian, konsep kualitas produk terkait erat dengan persepsi konsumen, di mana produk unggul dapat meningkatkan keputusan pembelian (Sembiring *et al.*, 2022:217).

Inovasi produk dapat dipahami sebagaimana serangkaian aktivitas yang melibatkan pengembangan dan peluncuran produk baru ke pasar. Proses ini tidak sekadar menciptakan ide-ide baru, tetapi juga mencakup suatu penerapan teknologi mutakhir dan metode baru untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dan telah

sesuai dengan kebutuhan konsumen. Inovasi ini memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan cepat beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi para konsumen, sehingga perusahaan dapat mempertahankan posisi di pasaran yang kompetitif (Zega *et al.*, 2024:1787).

Layanan purna jual sebagai sekumpulan aktivitas yang dirancang untuk memberikan dukungan kepada pelanggan setelah mereka menyelesaikan transaksi pembelian. Aktivitas ini meliputi berbagai bentuk dukungan, seperti perawatan dan pemeliharaan produk, perbaikan jika terjadi kerusakan, penanganan keluhan atau masalah yang dihadapi pelanggan, serta memberikan informasi tambahan mengenai cara penggunaan produk secara efektif. Dengan menawarkan layanan purna jual yang berkualitas, perusahaan dapat membangun suatu hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan (Tegowati *et al.*, 2023:286).

Keputusan pembelian dapat dipahami sebagai suatu proses yang rumit dan melibatkan baik individu maupun kelompok dalam menentukan pilihan produk atau layanan dari berbagai alternatif yang tersedia. Proses ini tidak hanya sekadar memilih, tetapi juga melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan tersebut, seperti kebutuhan, preferensi, dan informasi yang diperoleh. Dengan demikian, keputusan pembelian mencerminkan pertimbangan yang hati-hati dan seringkali melibatkan evaluasi beragam opsi untuk mencapai keputusan yang paling memuaskan (Learns & Nainggolan, 2021:4).

PT Sri Indah Mandiri adalah suatu perusahaan terkemuka di Batam yang mengkhususkan diri dalam penyediaan dan distribusi bahan bangunan. Sebagai salah satu aktor utama dalam sektor ini, perusahaan ini menawarkan beragam bahan

baku konstruksi yang sangat penting, seperti aluminium dan berbagai jenis logam. Dengan komitmen untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, PT Sri Indah Mandiri tidak sekadar menawarkan produk dengan mutu unggul, tetapi juga berkomitmen untuk menghadirkan pelayanan yang mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Peran perusahaan ini penting dalam mendukung berbagai bahan pembangunan, baik berskala besar maupun kecil, di wilayah Batam.

Produk yang dihasilkan oleh PT Sri Indah Mandiri masih belum sepenuhnya mampu mencapai standar kualitas tertinggi yang diharapkan. Walaupun perusahaan telah berupaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, masih terdapat beberapa elemen dalam produk yang memerlukan perbaikan agar memberikan kepuasan yang lebih optimal kepada para konsumen. Hal ini didukung dengan data mengenai *retur* produk seperti yang terurai berikut:

Tabel 1.1 *Retur* Produk PT Sri Indah Mandiri

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengembalian Produk (Pcs)
1	September	2023	30
2	Oktober	2023	43
3	November	2023	13
4	Desember	2023	23
5	Januari	2024	31
6	Februari	2024	27
7	Maret	2024	22
8	April	2024	31
9	Mei	2024	19
10	Juni	2024	8
11	Juli	2024	23
12	Agustus	2024	21

Sumber: PT Sri Indah Mandiri (2024)

Pada tabel 1.1 di atas, memberikan gambaran bahwa selama periode 2023 hingga 2024, sejumlah konsumen PT Sri Indah Mandiri masih melakukan *retur* produk. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakpuasan di kalangan pelanggan

terkait kondisi barang yang mereka terima. Penyebab utama dari *retur* tersebut adalah kerusakan pada produk, khususnya penyok yang terjadi saat produk sampai di tangan konsumen. Kondisi ini mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh PT Sri Indah Mandiri dalam menjaga konsistensi kualitas suatu produk. Meskipun perusahaan telah berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, insiden seperti ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan. Oleh karena itu, penting bagi PT Sri Indah Mandiri untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap proses pengemasan dan distribusi produk. Perusahaan perlu memastikan bahwa semua langkah dalam rantai pasokan dikelola baik untuk meminimalkan risiko kerusakan yang terjadi. Dengan cara tersebut, bisnis dapat mengoptimalkan mutu produk yang disediakan sekaligus menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih unggul bagi para konsumennya.

Inovasi produk yang dilakukan oleh PT Sri Indah Mandiri masih jauh dari optimal. Salah satu penyebabnya adalah adanya kesamaan yang mencolok antara produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini dengan produk-produk dari kompetitor yang bergerak di bidang yang sama. Untuk memperkuat penjelasan tersebut dapat merujuk pada data yang terurai di bawah ini:

Tabel 1.2 Jenis Produk PT Sri Indah Mandiri

No	Jenis Produk	Ukuran Produk
1	Aluminium Hollow	1 x 1 Inch
		1 x 2 Inch
		1 4/8 x 3 Inch
2	Aluminium U Channel	4/8
		6/8 2 Mili
		4/8 x 1 Inch
3	Aluminium Angle	4/8
		6/8 2 Mili
		1 Inch

Sumber: PT Sri Indah Mandiri (2024)

Sebagaimana tercermin pada tabel 1.2 di atas, PT Sri Indah Mandiri telah mengupayakan penyediaan beragam jenis dan juga ukuran produk sebagai wujud penerapan strategi inovasi dalam pengembangan produknya. Namun, variasi jenis dan ukuran produk yang ditawarkan masih terbatas, yang menunjukkan bahwa PT Sri Indah Mandiri belum sepenuhnya melakukan suatu inovasi dalam penawaran produknya. Keterbatasan ini dapat menjadi aspek bahwasanya perusahaan tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan beragam pelanggan yang ada di pasar. Selain itu, tidak terlihat adanya inisiatif atau program yang diimplementasikan oleh PT Sri Indah Mandiri untuk meningkatkan pengembangan inovasi produk. Oleh karena itu, jika PT Sri Indah Mandiri ingin meningkatkan posisinya di pasar, penting bagi mereka untuk mengambil langkah proaktif dalam mengembangkan produk baru dan mengeksplorasi peluang inovasi yang lebih luas. Upaya ini tidak hanya akan dapat membantu memenuhi kebutuhan para konsumen yang beragam tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik merek perusahaan di mata pelanggan.

Layanan purna jual yang disediakan oleh PT Sri Indah Mandiri belum mencapai tingkat optimal. Beberapa para konsumen masih menyampaikan keluhan terkait kualitas layanan yang mereka terima. Situasi ini mengindikasikan adanya aspek yang akan memerlukan perbaikan guna meningkatkan tingkat kepuasan serta memastikan bahwasanya layanan yang disampaikan selaras dengan ekspektasi para pelanggan. Sebagai dukungan terhadap penjelasan ini, dapat merujuk pada data yang terpapar di bawah ini:

Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Pada PT Sri Indah Mandiri

No	Bulan	Tahun	Jumlah Keluhan
1	September	2023	30
2	Oktober	2023	24

Tabel 1.3 Lanjutan

No	Bulan	Tahun	Jumlah Keluhan
3	November	2023	27
4	Desember	2023	19
5	Januari	2024	18
6	Februari	2024	14
7	Maret	2024	29
8	April	2024	33
9	Mei	2024	21
10	Juni	2024	13
11	Juli	2024	18
12	Agustus	2024	24

Sumber: PT Sri Indah Mandiri (2024)

Tampilan tabel 1.3 di atas, terlihat sangat jelas bahwa PT Sri Indah Mandiri menghadapi sejumlah keluhan dari pelanggan. Selama tahun 2023 hingga 2024, jumlah keluhan yang tercatat berkisar antara 13 hingga 33 keluhan. Analisis yang dilakukan terhadap data tersebut menunjukkan bahwasanya sebagian besar keluhan ini berhubungan dengan layanan purna jual yang dinilai kurang optimal. Salah satu masalah utama yang sering kali terjadi adalah keterlambatan dalam pengiriman produk. PT Sri Indah Mandiri kerap kali tidak dapat memenuhi jangka waktu pengiriman yang telah dijanjikan kepada pelanggan, yang menyebabkan ketidakpuasan di antara konsumen. Selain itu, para pelanggan juga mengungkapkan kekhawatiran terkait kurangnya responsivitas dari PT Sri Indah Mandiri dalam menanggapi keluhan yang pelanggan sampaikan. Untuk itu, PT Sri Indah Mandiri perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan purna jual, dengan memperbaiki aspek ini, perusahaan dapat mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih positif. Layanan purna jual yang baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan dengan

konsumen yang lebih kuat, yang gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan produk.

Keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri menunjukkan fluktuasi, dengan kecenderungan penurunan yang terlihat sepanjang tahun 2023 hingga 2024. Penurunan ini disebabkan oleh sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan kualitas produk, inovasi produk, serta layanan purna jual yang tidak memadai. Masalah ini mengakibatkan pelanggan merasa kecewa, sehingga berdampak negatif pada keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Data yang terkait dengan penjelasan tersebut dapat di sampaikan melalui uraian berikut:

Tabel 1.4 Jumlah Pelanggan PT Sri Indah Mandiri

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pelanggan	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	September	2023	342		
2	Oktober	2023	339	-3	-0.88%
3	November	2023	334	-5	-1.47%
4	Desember	2023	341	7	2.10%
5	Januari	2024	344	3	0.88%
6	Februari	2024	356	12	3.49%
7	Maret	2024	359	3	0.84%
8	April	2024	342	-17	-4.74%
9	Mei	2024	331	-11	-3.22%
10	Juni	2024	326	-5	-1.51%
11	Juli	2024	312	-14	-4.29%
12	Agustus	2024	304	-8	-2.56%

Sumber: PT Sri Indah Mandiri (2024)

Pada tabel 1.4 yang dipaparkan di atas, tampak dengan jelas adanya fluktuasi yang signifikan dalam jumlah pelanggan PT Sri Indah Mandiri, dengan penurunan yang sangat mencolok antara tahun 2023 serta 2024. Penurunan jumlah pelanggan ini tidak hanya sekadar angka, tetapi mencerminkan tren yang lebih dalam mengenai perilaku konsumen dan juga faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Penyebab utama dari penurunan keputusan pembelian pada PT

Sri Indah Mandiri dikarenakan meningkatnya kompetisi di dalam industri yang sama. Dengan adanya banyak pesaing baru yang menawarkan produk dan layanan serupa, pelanggan memiliki beragam pilihan yang lebih luas. Situasi ini membuat pelanggan lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan mereka beli. Dalam menghadapi situasi tantangan ini, PT Sri Indah Mandiri perlu mengadopsi pendekatan yang lebih inovatif untuk menarik kembali perhatian pelanggan. Salah satunya dengan menghadirkan produk baru yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar saat ini. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan layanan purna jual untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan agar berdampak pada keputusan pembelian.

Melalui pemahaman yang telah dijelaskan dalam bagian latar belakang, peneliti merasa termotivasi untuk melanjutkan penelitian ini dengan riset yang akan diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Sri Indah Mandiri”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam permasalahan yang diuraikan di bagian latar belakang, identifikasi masalah dapat mencakup penjelasan berikut:

1. Selama periode 2023 hingga 2024, sejumlah konsumen PT Sri Indah Mandiri masih melakukan *retur* produk.
2. Penyebab utama dari *retur* tersebut karena terdapat kerusakan pada produk, khususnya penyok yang terjadi saat produk sampai di tangan konsumen.
3. Variasi jenis dan ukuran produk yang ditawarkan PT Sri Indah Mandiri masih terbatas, menunjukkan kurangnya inovasi dalam penawaran produk.

4. Tidak terlihat adanya inisiatif atau program yang diimplementasikan oleh PT Sri Indah Mandiri untuk meningkatkan pengembangan inovasi produk.
5. PT Sri Indah Mandiri kerap kali tidak dapat memenuhi jangka waktu pengiriman yang telah dijanjikan kepada pelanggan.
6. Kurangnya responsivitas dari PT Sri Indah Mandiri dalam menanggapi keluhan yang pelanggan sampaikan.
7. Keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri mengalami fluktuasi, dengan tren penurunan yang terlihat pada tahun 2023-2024.
8. Penyebab dari penurunan keputusan pembelian pada PT Sri Indah Mandiri dikarenakan meningkatnya kompetisi di dalam industri yang sama.

1.3 Batasan Masalah

Untuk membuat riset ini lebih terfokus, batasan masalah dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Kajian ini akan mengeksplorasi bagaimana kualitas produk, inovasi produk dan layanan purna jual memengaruhi keputusan pembelian.
2. Partisipan yang akan dilibatkan dalam studi ini adalah para konsumen yang berhubungan dengan PT Sri Indah Mandiri.

1.4 Rumusan Masalah

Merujuk pada informasi yang disampaikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dibahas dapat dirangkum dengan ruang lingkup berikut:

1. Bagaimanakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri?

2. Bagaimanakah inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri?
3. Bagaimanakah layanan purna jual berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri?
4. Bagaimanakah kualitas produk, inovasi produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri?

1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menjelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai dapat dirujuk dalam pernyataan berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri.
2. Untuk menganalisis inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri.
3. Untuk menganalisis layanan purna jual berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri.
4. Untuk menganalisis kualitas produk, inovasi produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Sri Indah Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Studi ini memiliki potensi besar untuk memperkaya khazanah literatur di ranah pemasaran, dengan mengungkapkan secara lebih mendalam interaksi antara

kualitas produk, inovasi, serta layanan purna jual dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Melalui identifikasi faktor-faktor yang turut membentuk keputusan tersebut, riset ini memberikan kontribusi yang substansial terhadap pemahaman yang lebih menyeluruh tentang perilaku konsumen. Selain memperluas cakrawala pengetahuan akademik, temuan ini juga akan dapat menjadi pedoman praktis bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih terukur dan responsif terhadap dinamika kebutuhan pasar.

1.6.2 Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Studi ini akan menyumbangkan pemikiran dalam kemajuan pengetahuan di ranah pemasaran dan manajemen, dengan menyoroti keterkaitan yang kompleks antara kualitas produk, inovasi, dan juga layanan purna jual. Dengan memahami bagaimana ketiga faktor ini memengaruhi keputusan pembelian, peneliti dapat mengidentifikasi pola dalam perilaku para konsumen yang sebelumnya belum terdeteksi. Studi ini berpotensi menjadi titik awal bagi eksplorasi mendalam tentang faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di berbagai konteks industri, serta mendorong pengembangan teori baru yang lebih relevan dengan kondisi pasar saat ini.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini memiliki nilai praktis yang signifikan bagi PT Sri Indah Mandiri, terutama dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan terarah. Dengan memahami bagaimana kualitas produk dan inovasi produk dapat meningkatkan daya tarik produk, perusahaan dapat melakukan perbaikan

yang diperlukan untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya layanan purna jual yang berkualitas, yang dapat berfungsi sebagai alat untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan mengimplementasikan rekomendasi yang dihasilkan dari riset ini, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar serta profitabilitas.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi Universitas Putera Batam dengan menjadi sumber referensi yang berharga bagi dosen dan mahasiswa dalam mempelajari dinamika pasar dan perilaku konsumen. Hasil penelitian dapat digunakan dalam pengajaran untuk mendiskusikan teori pemasaran serta aplikasinya dalam konteks nyata. Selain itu, penelitian ini dapat mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam penelitian yang lebih mendalam, baik sebagai proyek tugas akhir maupun sebagai bagian dari penelitian kolaboratif. Dengan demikian, penelitian dapat memperkuat reputasi akademik sebagai institusi yang mendorong penelitian yang relevan dan aplikatif.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berfokus pada berbagai aspek lain yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini membuka ruang untuk mengeksplorasi variabel tambahan yang berperan dalam perilaku konsumen. Dengan pendekatan yang lebih luas dan metodologis yang beragam, penelitian lanjutan dapat menilai pengaruh dari konteks industri yang berbeda, serta

karakteristik demografis yang beragam, sehingga menghasilkan wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen.