

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan industri yang sangat cepat turut mendorong tingkat kompetisi menjadi semakin intens. Banyak produsen dan distributor berupaya menarik perhatian konsumen melalui berbagai cara, bukan hanya lewat penawaran harga, tetapi juga melalui peningkatan mutu produk, pendekatan pemasaran yang lebih kreatif, dan pelayanan yang lebih baik. Dalam situasi seperti ini, perusahaan yang gagal mengikuti dinamika kebutuhan pasar berisiko kehilangan posisi dan tertinggal dari para pesaingnya.

Dalam konteks industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), khususnya pada sektor pemasaran, strategi pemasaran menjadi faktor yang sangat penting mengingat karakteristik industri yang dinamis, tingkat persaingan yang tinggi, serta perubahan preferensi konsumen yang berlangsung cepat. Perusahaan FMCG dituntut untuk mampu menciptakan strategi pemasaran yang inovatif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar agar dapat mempertahankan pembelian konsumen. Oleh karena itu, aktivitas pemasaran dengan konsumen menjadi aspek strategis dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

Industri Fast Moving Consumer Goods (FMCG), khususnya dalam kategori makanan ringan atau snack, merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dan memiliki permintaan tinggi di pasar. Produk snack menjadi makanan yang disukai anak-anak maupun orang dewasa serta menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern yang cenderung menginginkan kepraktisan dan kecepatan dalam mengonsumsi makanan. Berbagai merek dan varian snack terus bermunculan, menawarkan cita rasa unik dan kemasan menarik untuk menarik perhatian konsumen dari berbagai segmen usia (Firmansyah, 2023).

Di wilayah Sumatera Utara, khususnya kota Kisaran dan sekitarnya dalam sektor grosir makanan cemilan, yang bergerak sebagai distributor produk snack sudah cukup banyak. Salah satunya adalah PT Panca Niaga Jaya Lestari yang telah dikenal

luas sebagai salah satu distributor utama di kota Kisaran. Persaingan antar distributor menuntut perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang kuat serta kemampuan dalam menjaga loyalitas pelanggan. PT Panca Niaga Jaya Lestari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*). Dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, keputusan pembelian pelanggan menjadi faktor yang sangat penting. Keputusan pembelian mencerminkan respons pelanggan terhadap nilai yang ditawarkan perusahaan mulai dari harga, pelayanan hingga kualitas produk. Apabila keputusan pembelian menurun maka perusahaan akan mengalami penurunan volume penjualan yang pada akhirnya dapat mengancam kelangsungan operasional dan profitabilitas.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian penting untuk diperhatikan mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen (Lotte et al. 2023).

Namun pada kenyataannya, PT Panca Niaga Jaya Lestari tengah mengalami penurunan keputusan pembelian dari pelanggan. Banyak pelanggan yang mulai mengurangi jumlah pembeliannya bahkan beralih ke distributor lain. Fenomena ini berdampak negatif pada arus kas perusahaan, target penjualan yang tidak tercapai dan menurunnya efektivitas distribusi. Berikut ini data penjualan perusahaan:

Tabel 1.1. Data Pembelian Pelanggan Perusahaan Periode 2021 – 2024

Tahun	Jumlah Penjualan
2021	Rp. 2.487.681.000,-
2022	Rp. 2.215.597.000,-
2023	Rp. 2.198.024.000,-
2024	Rp. 2.103.683.000,-

Sumber: PT. Panca Niaga Jaya Lestari, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah penjualan PT. Panca Niaga Jaya Lestari dari tahun 2021 hingga 2024 mengalami penurunan setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian pelanggan terhadap produk perusahaan tidak mengalami peningkatan, bahkan cenderung menurun dari tahun ke tahun. Penurunan tersebut menandakan bahwa perusahaan belum berhasil mempertahankan stabilitas penjualannya, sehingga pembelian pelanggan selama periode tersebut tidak menunjukkan hasil yang optimal. Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi penurunan keputusan pembelian pelanggan antara lain kualitas pelayanan yang kurang konsisten, penetapan harga yang tidak kompetitif serta kualitas produk yang belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pasar. Ketiga hal ini sangat penting untuk ditinjau ulang karena secara langsung memengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Setiawan dan Damayanti, 2023).

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2023). Kualitas pelayanan yang buruk seperti keterlambatan pengiriman, pelayanan customer service yang kurang responsif atau informasi produk yang tidak akurat dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Mereka cenderung mencari alternatif distributor yang memberikan pelayanan lebih baik. Berikut ini merupakan hasil pra survei yang telah dilakukan dengan menanyakan kepada 30 pelanggan perusahaan terkait kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 1.2. Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban 30 pelanggan				Total
		Setuju		Tidak Setuju		
1	Fasilitas dan tampilan fisik PT. Panca Niaga Jaya Lestari terlihat bersih dan profesional.	10	33%	20	67%	30
2	Perusahaan selalu memberikan layanan sesuai dengan janji dan tepat waktu.	8	27%	22	73%	30
3	Karyawan cepat menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan.	12	40%	18	60%	30
4	Karyawan memiliki pengetahuan dan sikap sopan yang menumbuhkan rasa percaya pelanggan.	14	47%	16	53%	30
5	Perusahaan menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan dan kepuasan setiap pelanggan.	10	33%	20	67%	30

Sumber: Hasil Pra Survei, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.2, terlihat bahwa sebagian besar pelanggan memberikan tanggapan negatif terhadap kualitas pelayanan PT. Panca Niaga Jaya Lestari. Sebagian besar responden tidak setuju bahwa fasilitas dan tampilan fisik perusahaan sudah bersih dan profesional, serta menilai bahwa layanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan janji dan ketepatan waktu. Selain itu, karyawan dinilai belum cukup cepat dalam menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan. Pengetahuan dan sikap sopan karyawan juga belum sepenuhnya menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Begitu pula dengan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan yang dianggap masih kurang optimal. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan masih belum memenuhi harapan pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Prabowo et al. (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Baihaky et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Harga merupakan hasil kebijakan tentang penetapan Harga Barang, yang meliputi daftar Harga, diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit, atau kebijakan lainnya (Wijayanti, 2023). Penetapan harga adalah komponen penting dalam strategi pemasaran, berfungsi sebagai alat pemasaran yang fleksibel karena harga lebih mudah disesuaikan dibandingkan aspek seperti produk atau distribusi. Strategi harga ini dapat diterapkan baik untuk produk yang sudah ada maupun produk baru (Hery, 2022).

Penetapan harga yang tidak sebanding dengan nilai produk yang ditawarkan juga menjadi alasan pelanggan mengurangi pembelian. Jika harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan pesaing atau tidak mencerminkan kualitas produk, pelanggan akan menilai bahwa pembelian tersebut tidak sepadan sehingga memilih untuk beralih ke produk lain yang lebih ekonomis. Berikut ini merupakan hasil pra survei yang telah dilakukan dengan menanyakan kepada 30 pelanggan perusahaan terkait kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 1.3. Hasil Pra Survei Harga

No	Pernyataan	Jawaban 30 pelanggan				Total
		Setuju		Tidak Setuju		
1	Harga produk yang ditawarkan PT. Panca Niaga Jaya Lestari sudah sebanding dengan kualitas produk yang diberikan.	10	33%	20	67%	30
2	Harga produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari masih lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk dari perusahaan lain yang sejenis.	8	27%	22	73%	30
3	Harga produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari sudah sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pelanggan	10	33%	20	67%	30

Sumber: Hasil Pra Survei, 2025

Berdasarkan hasil pra survei pada Tabel 1.3, terlihat bahwa mayoritas responden memiliki penilaian negatif terhadap aspek harga produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari. Sebanyak 67% atau 20 responden tidak setuju bahwa harga produk yang ditawarkan perusahaan sudah sebanding dengan kualitas yang diberikan. Selain itu, 73% atau 22 responden menilai bahwa harga produk perusahaan masih lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk dari perusahaan lain yang sejenis. Hal serupa juga terlihat pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat, di mana 67% atau 20 responden menyatakan tidak setuju bahwa harga yang dibayarkan sudah sesuai dengan manfaat yang mereka rasakan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kebijakan harga masih cenderung negatif. Harga dinilai belum kompetitif serta belum mencerminkan kualitas dan manfaat produk secara optimal, sehingga menjadi potensi masalah yang perlu diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Gandhi dan Sitorus (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Murtiningsih (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Begitu pula dengan kualitas produk dimana kualitas produk merupakan evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa (Damiati et al. 2023). Apabila produk yang didistribusikan mengalami penurunan mutu baik dari segi rasa, kemasan maupun masa simpan maka hal ini akan menurunkan

kepercayaan pelanggan. Produk snack yang tidak sesuai harapan dapat membuat pelanggan enggan untuk membeli kembali. Berikut ini merupakan hasil pra survei yang telah dilakukan dengan menanyakan kepada 30 pelanggan perusahaan terkait kualitas pelayanan dapat dilihat di bawah:

Tabel 1.4. Hasil Pra Survei Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jawaban 30 pelanggan				Total
		Setuju		Tidak Setuju		
1	Produk yang dijual oleh PT. Panca Niaga Jaya Lestari memiliki daya tahan yang baik dan tidak mudah rusak meskipun digunakan dalam jangka waktu lama.	12	40%	18	60%	30
2	Produk yang diterima pelanggan PT. Panca Niaga Jaya Lestari sudah sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.	11	37%	19	63%	30
3	Secara keseluruhan, produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari memberikan kesan berkualitas dan dapat dipercaya oleh pelanggan.	10	33%	20	67%	30

Sumber: Hasil Pra Survei, 2025

Berdasarkan hasil pra survei pada Tabel 1.4, diketahui bahwa kualitas produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Sebagian besar responden menunjukkan ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diberikan, di mana lebih dari separuh responden menilai bahwa produk belum memiliki daya tahan yang baik dan mudah mengalami kerusakan. Selain itu, banyak pelanggan yang merasa bahwa produk yang diterima belum sepenuhnya sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan. Dari sisi keandalan, masih terdapat persepsi bahwa produk sering mengalami kendala saat digunakan. Penilaian negatif juga terlihat pada aspek estetika, di mana tampilan produk dinilai belum cukup menarik untuk menciptakan kesan positif. Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan bahwa produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari masih dianggap kurang memberikan kesan berkualitas dan belum sepenuhnya dapat dipercaya oleh pelanggan.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Gandhi dan Sitorus (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Trimalika dan Iftikad (2023) yang menunjukkan bahwa penetapan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi elemen penting yang berperan sebagai moderator antara kualitas pelayanan, penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Sudaryono, 2022). Ketika pelanggan merasa puas dengan keseluruhan pengalaman mereka maka pengaruh negatif dari kekurangan dalam salah satu aspek dapat diminimalisir. Kepuasan pelanggan mampu menahan mereka untuk tetap loyal meskipun terdapat kekurangan kecil dalam layanan atau produk. Sayangnya, PT Panca Niaga Jaya Lestari juga mengalami penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Banyak keluhan yang disampaikan berkaitan dengan keterlambatan distribusi, perubahan harga yang tiba-tiba hingga kualitas produk yang tidak konsisten. Berikut ini merupakan hasil pra survei yang telah dilakukan dengan menanyakan kepada 30 pelanggan perusahaan terkait kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah:

No	Pernyataan	Jawaban 30 pelanggan				Total
		Setuju		Tidak Setuju		
1	Pelanggan merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh PT. Panca Niaga Jaya Lestari.	10	33%	20	67%	30
2	Kualitas produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari sudah sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan.	12	40%	18	60%	30
3	Pelanggan berencana untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari.	12	40%	18	60%	30
4	Pelanggan bersedia merekomendasikan produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari kepada teman atau keluarga.	14	47%	16	53%	30
5	Pelanggan pernah mengalami ketidakpuasan terhadap produk atau layanan PT. Panca Niaga Jaya Lestari.	12	40%	18	60%	30

Sumber: Hasil Pra Survei, 2025

Berdasarkan hasil pra survei pada Tabel 1.5, terlihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan PT. Panca Niaga Jaya Lestari masih tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan oleh 67% atau 20 responden yang tidak setuju dengan

pernyataan bahwa mereka merasa puas terhadap produk dan layanan perusahaan. Selain itu, meskipun sebagian pelanggan menilai kualitas produk cukup baik, masih terdapat 60% atau 18 responden yang menyatakan bahwa kualitas produk belum sepenuhnya sesuai dengan harapan mereka. Selanjutnya, 60% atau 18 responden juga menyatakan tidak berencana melakukan pembelian ulang, yang mengindikasikan rendahnya minat pelanggan untuk kembali menggunakan produk perusahaan di masa mendatang. Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain pun masih terbatas, di mana 53% atau 16 responden tidak setuju untuk memberikan rekomendasi tersebut, menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk belum terbentuk secara kuat. Lebih lanjut, sebanyak 60% atau 18 responden menyatakan pernah mengalami ketidakpuasan terhadap produk atau layanan perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa masih terdapat aspek produk maupun pelayanan yang belum mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan secara optimal.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Deliana et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian pelanggan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Yuliant et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak mampu memoderasi harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak mampu memoderasi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Moderasi.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran?
2. Apakah terdapat pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dengan moderasi kepuasan pelanggan?
5. Apakah terdapat pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dengan moderasi kepuasan pelanggan?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dengan moderasi kepuasan pelanggan?

1.3. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Moderasi.

1. Variabel Bebas
 - X_1 : Kualitas Pelayanan
 - X_2 : Penetapan Harga
 - X_3 : Kualitas Produk
2. Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
3. Variabel Moderasi (Z): Kepuasan Pelanggan
4. Objek Penelitian : PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran
5. Subjek Penelitian : Pelanggan PT. Panca Niaga Jaya Lestari
6. Periode Pengamatan : Oktober 2025 – Juni 2026

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dengan moderasi kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dengan moderasi kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dengan moderasi kepuasan pelanggan.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberikan beberapa manfaat sebagai berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis sebagai sumber informasi dan referensi, khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi. Hasil dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel tersebut, serta memperkaya kajian literatur mengenai perilaku konsumen dan strategi pemasaran pada perusahaan sejenis, khususnya dalam industri distribusi seperti PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kualitas produk.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi manajemen PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kualitas produk, serta mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai elemen yang memperkuat pengaruh ketiga faktor tersebut, perusahaan dapat mengoptimalkan pendekatan pemasarannya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan oleh perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di sektor sejenis dalam menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen melalui peningkatan kualitas. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi penyelesaian masalah yang dihadapi perusahaan terkait keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kualitas produk.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini direplikasi dari penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di PT Arthanindo Cemerlang.” (Cahyadi, 2022). Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyadi (2022) hanya menambahkan dua variabel independen, yaitu kualitas produk dan harga, dalam melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis diperluas dengan menambahkan kualitas pelayanan sebagai variabel independen serta kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi. Penambahan kualitas pelayanan didukung oleh teori *Service Quality* yang menjelaskan bahwa dimensi pelayanan seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi dan keputusan konsumen dalam proses pembelian (Tjiptono dan Diana, 2023). Selain itu, menambahkan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi didasari oleh *Expectancy Disconfirmation Theory* yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari perbandingan antara ekspektasi dan kinerja

yang dirasakan. Ketika kepuasan tinggi, hubungan antara kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian akan semakin kuat, karena konsumen cenderung mempertahankan preferensi mereka terhadap merek yang memberikan pengalaman positif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih komprehensif dalam memahami bagaimana kualitas produk, harga, dan pelayanan bekerja bersama melalui peran kepuasan pelanggan dalam memengaruhi keputusan pembelian (Hermansyah, 2023).

2. Objek penelitian terdahulu adalah konsumen produk baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang, sementara penelitian ini dilakukan pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran, yang memiliki karakteristik produk dan konsumen berbeda, sehingga menghasilkan perspektif yang berbeda pula dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.