

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada sebuah usaha mempertahankan pelanggan merupakan sebuah hal agar usaha dapat mencapai sebuah kesuksesan. Untuk mencapai kesuksesan itu, maka setiap pengusaha harus melakukan sesuatu agar barang dan jasa yang dihasilkan selaras pada kebutuhan serta keinginan dari pelanggan serta harga dan mutu yang diterima di hati konsumen. Pelanggan tertarik dalam melakukan pembelian barang, antara lain disebabkan oleh mutu barang yang cocok dengan ekspektasinya, namun ada variabel ataupun aspek lainnya yang berdampak pada ketertarikan pembelian (Gunawan, 2021).

Minat beli bisa dikatakan merupakan sebuah tolak ukur dari seberapa besar kemungkinannya pembeli untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk, yang mana minat pembelian yang besar nantinya berimbas kepada peluang tinggi terhadap kemungkinan pembelian yang cukup besar. Makin tingginya tingkatan kompetitif dalam bidang perbisnisan serta situasi yang penuh dengan keadaan yang tidak menentu mendorong para pebisnis untuk meraih daya saing. Sehingga para pengusaha dapat bersaing dan menang dalam persaingan. Guna meraih posisi yang unggul dalam persaingan, Menurut (Irvanto, 2020:108) Minat beli muncul sebagai hasil

dari stimulasi oleh objek yang ia lihat, dan mengarah pada hasrat memperoleh serta mendapatkannya, yang memengaruhi tindakan.

Dalam penjualan produk maupun jasa, minat beli sangat berpengaruh pada kelancaran dalam penjualan pada suatu produk. Tujuan dari sebuah produk dicapai melalui minat beli konsumen yang tinggi. Banyak ragam produk yang bisa dipakai selaras pada apa yang seseorang butuhkan. Produk yang dihasilkan umumnya tak sekedar bisa sekedar dipakai oleh konsumen, namun harus bermanfaat sehingga menarik bagi yang mengkonsumsi produk tersebut.

Agar usaha terus berjalan pengusaha perlu mengenali serta memahami apa yang dibutuhkan maupun diinginkan oleh pelanggannya. Pengusaha pun secara konstan harus menentukan apa yang diinginkan oleh pelanggan mereka terhadap sebuah produk. Tujuannya supaya usaha terus berjalan dan dapat menjual produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Usaha harus mempertimbangkan hal-hal yang memotivasi pelanggan untuk membeli produk tersebut. Pada kasus ini, motivasi pelanggan berasal dari proses evaluasi alternatif, dimana pelanggan akan membentuk opini tentang produk yang akan dibelinya berdasarkan minat ataupun merknya. Selain itu, minat beli juga adalah bagian dari perilaku sentimen pelanggan terhadap suatu produk. Ketertarikan pembelian adalah rasa ketertarikan yang muncul setelah terdorong oleh produk yang ia lihat untuk membeli agar bisa dimilikinya. Oleh karena itu, minat beli merupakan tanggapan

atas suatu benda yang memperlihatkan hasrat individu akan melakukan pembelian yang timbul dari luar. (Bobby, Leni 2022).

Dalam suatu penjualan produk sering dijumpai berbagai masalah, minat beli seseorang yang kurang terhadap produk yang ditawarkan yang kemudian dapat mengakibatkan kendala dalam penjualan pada produk tersebut. Dampak dari timbulnya minat pada diri konsumen seringkali bertentangan pada situasi dalam keadaan finansial yang dipunyai. Minat beli pelanggan juga adalah suatu bentuk Hasrat terselubung pada pikiran pelanggan, meskipun tidak semua minat beli pelanggan terpenuhi dikarenakan kurangnya pendapatan masyarakat di beberapa daerah.

Menurut Purwanto dalam (Irawan, 2021) aspek-aspek yang memberi pengaruh pada minat ketertarikan melakukan pembelian berkaitan pada emosi serta perasaan, apabila individu merasakan puas serta senang dikala melakukan pembelian jasa maupun barang lalu hal tersebut dapat memperkokoh ketertarikan untuk melakukan pembelian, rasa tak puas umumnya melenyapkan rasa tertarik. Minat beli yang terdapat pada jati diri pelanggan adalah keadaan yang begitu krusial pada aktivitas marketing, ketertarikan untuk melakukan pembelian adalah sebuah sikap pelanggan yang mendasari sebuah putusan membeli yang akan dikerjakan. Produk yang banyak diproduksi dari beberapa perusahaan juga bisa mengurangi minat beli seseorang. Namun, tidak jarang perusahaan akan mengalami kurangnya pendapatan yang disebabkan karena kurangnya rencana yang matang untuk menciptakan suatu produk.

Faktanya terdapat sejumlah variabel yang memberi dampak pada minat beli individu, Perusahaan sebaiknya mengamati beberapa faktor tersebut sebelum menjalankan sebuah usaha, salah satunya ialah kualitas produk. Pada persaingan dimasa sekarang, perusahaan diminta agar memberikan produk yang bermutu serta memiliki kelebihan, hingga terlihat lain disbanding produknya kompetitor mereka dengan produk pesaing. Satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah dengan memberikan kualitas yang baik. Mutu adalah suatu aspek yang jadi perbandingan pelanggan sebelum suatu produk ia beli. Mutu ditetapkan melalui sejumlah fungsi serta kegunaannya, seperti tak tergantung kepada komponen maupun produk lainnya, daya tahan, tampilan luarnya (bentuk, warna, bungkus, serta sejumlah hal lainnya), serta eksklusifitas kenyamanan, Menurut Alfiah dalam (Handoko, 2022). Lewat mutu yang terpercaya serta bagus, menjadikan produknya bisa terus menerus ada dipikiran pelanggan, sebab pelanggan mau mengeluarkan sejumlah uang guna membayar produk yang memiliki kualitas yang ia beli.

Pada saat ini kompetisi pada sektor usaha begitu erat. Sejumlah toko yang menjual keperluan utama masyarakat yang terdistribusi masif disebuah lingkungan. Maka, setiap upaya perlu dapat ataupun mempunyai daya saing hingga pelanggan dapat melaksanakan daya beli kembali pada toko itu. Salah satunya toko yang ada pada Kecamatan Medan Marelan yakni Toko Grosir Silalahi, yang mana toko itu menjajakan keperluan utama masyarakat setempat. Produk yang begitu masyarakat cari yaitu

produk pasta gigi yang dapat digunakan pribadi ataupun dijual kembali secara ecer. Dan produk tersebut biasanya berisikan sejumlah brand yang beda-beda, salah satunya brand dengan produk yang dijual di toko Grosir Silalahi yaitu brand Wings. Berikut adalah daftar penjualan produk pasta gigi Ciptadent pada toko grosir silalahi :

**Tabel 1. 1**

**Daftar Penjualan Produk Pasta Gigi Ciptadent Toko Grosir Silalahi 2023**

No	Bulan	Total
1	Januari	441
2	Februari	398
3	Maret	392
4	April	427
5	Mei	289
6	Juni	368
7	Juli	305
8	Agustus	394
9	September	456
10	Oktober	377
11	November	683
12	Desember	675
<b>Total</b>		<b>5.205</b>

*Sumber : Toko Grosir Silalahi 2023*

Menurut tabel 1.1 ditemukan data penjualan produk dalam setahun belakangan Mengalami *fluktuasi* yang berarti rendahnya minat beli konsumen di toko grosir silalahi yaitu terjadi pada bulan januari, produk yang terjual sebanyak 441 produk, Kemudian terjadi penurunan penjualan pada bulan Februari, produk yang terjual sebanyak 398 produk. Pada bulan Maret terjadi penurunan penjualan produk sebanyak 392 produk, selanjutnya pada bulan April terjadi kenaikan penjualan dibandingkan

dengan bulan Februari dan maret sebanyak 427 produk. Namun pada bulan Mei terjadi penurunan penjualan yang sangat drastis sebanyak 289 produk, hal ini dikarenakan kurangnya *supplier* dari beberapa produk barang yang mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan tersebut. Dan pada bulan Juni sampai bulan Oktober Kembali terjadi naik turun penjualan. Kemudian memasuki bulan November hingga Desember terjadi kenaikan penjualan sekitar 80% dari penjualan bulan Oktober sebanyak 683 dan 675 produk, yang disebabkan karena adanya fenomena masalah yang terjadi pada perang antara palestina dengan israel.

Menurut penjabaran sebelum ini, guna mengamati situasi sebenarnya tentang minat beli terhadap konsumen toko grosir silalahi dilaksanakan pra-survey melalui penyebaran kuisisioner sementara, yang berisikan beberapa indikator tentang minat beli pada 30 konsumen. Menurut pendistribusian kuisisioner tersebut didapatkan data dalam tabel dibawah ini

**Tabel 1. 2**

**Tabel Kuisisioner Pra Survey Mengenai Minat Beli Di Toko Grosir Silalahi Kecamatan Medan Marelan**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		TIDAK	YA	
1	Saya tidak langsung membeli produk yang saya lihat diiklan, karena saya mempertimbangkan dengan produk merek lain	11	19	30

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		TIDAK	YA	
2	Saya merasa tertarik untuk mencoba Produk pasta gigi ciptadent yang ada diiklan	17	13	30
3	Menurut saya produk pasta gigi ciptadent mudah diperoleh	9	21	30
4	Secara umum berdasarkan iklan yang saya lihat, telah membangkitkan minat beli saya sehingga mendorong untuk melakukan pembelian	19	11	30

*Sumber : hasil olah data kuisisioner sementara 2024*

Dari tabel 1.2 bisa diamati bahwasanya dari hasil pra survey diatas menunjukkan bahwa rendahnya minat beli ditinjau dari indikator minat beli referensial, minat beli transaksional, minat beli eksploratif serta minat beli preferensial yang dapat dinyatakan bahwa pada point pertama mengenai saya tidak langsung membeli produk yang saya lihat diiklan, karena saya mempertimbangkan dengan produk merek lain sebanyak 14 konsumen menjawab setuju atas pernyataan tersebut. Kemudian selanjutnya pada poin kedua mengenai saya merasa tertarik untuk mencoba produk pasta gigi ciptadent yang ada diiklan sebanyak 16 konsumen menjawab kurang setuju atas pernyataan tersebut. Kemudian pada poin ketiga mengenai menurut saya produk pasta gigi ciptadent mudah diperoleh sebanyak 17 konsumen menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut. Dan yang terakhir poin keempat mengenai Secara umum

berdasarkan iklan yang saya lihat, telah membangkitkan minat beli saya sehingga mendorong untuk melakukan pembelian sebanyak 13 konsumen menjawab kurang setuju atas pernyataan tersebut.

Perlu dipahami bahwa minat beli seseorang akan menentukan keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Adapun variabel-variabel yang mempengaruhi minat beli berdasarkan (Abzari, 2014) diantaranya yakni mutu produk, harga dan promosi. Sedangkan menurut (Nurmin 2020, hlm 116) menyebutkan bahwasanya mutu produk memiliki pengaruh yang signifikan serta positif pada minat beli, artinya bahwa semakin baik mutu produk yang diberikan sehingga berpengaruh terhadap tingkat minat beli yang tinggi juga. Menurut wawancara yang dilaksanakan peneliti pada konsumen diperoleh bahwa beberapa konsumen menyatakan jika mereka akan cenderung melakukan pembelian produk dengan membandingkan serta mempertimbangkan diantara satu produk bersama produk yang lain yang serupa sehingga jika dilihat melalui produk pasta gigi ciptadent dengan produk pasta gigi merek lain dengan kualitas yang berbeda pelanggan nantinya condong memberi pilihan pada produk pesaing dikarenakan mempunyai kualifikasi produk yang lebih baik.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi adanya penurunan dalam penjualan produk pasta gigi ciptadent pada toko Grosir Silalahi. Berdasarkan wawancara pegawai toko bahwa setahun terakhir mengalami penurunan penjualan Penurunan. Meskipun 2 bulam terakhir mengalami kenaikan penjualan itu hanya bersifat sementara saja. Penurunan penjualan

menandakan bahwa kurangnya kualitas produk yang diberikan oleh Perusahaan dan juga rendahnya minat beli seseorang terhadap produk pasta gigi ciptadent ditoko grosir silalahi. Tidak sedikit pelanggan sering membeli produk yang mempunyai mutu yang sangat bagus beserta harganya yang terjangkau. Mutu produk adalah sebuah kapabilitas produk dikala melaksanakan tugas-tugasnya, kapabilitas tersebut mencakup kehandalan, daya tahan, kecermatan, yang didapatkan produk dengan menyeluruh (Kotler, 2016:37).

Berdasarkan Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) “Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)”. Kualitas suatu produk adalah tingkatan buruk maupun baiknya suatu hal yang berisikan seluruh aspek yang lekat kepada jasa maupun barang, hingga produk itu mempunyai kapabilitas guna dipakai seperti apa yang pelanggan inginkan. Sedangkan berdasarkan (Rusmawan, 2018) menyebutkan bahwasanya suatu mutu produk yang bisa memperlihatkan suatu tolak ukur yang bisa awet supaya bisa mempercayai produk itu. Bisa dilihat melalui sisi marketing suatu mutu tingkatan pada beragam pandangan mengenai konsumen apakah kualitas serta mutu produk itu Karna tanpa adanya kualitas produk yang baik yang dilaksanakan oleh Perusahaan nantinya memberikan hasil

penjualan yang tak memberi kepuasan serta tak selaras pada apa yang diinginkan. Sehingga menyebabkan minimnya peraihan penjualan serta maksud dari Perusahaan ikut memperlambat prosesi rencana yang sudah diputuskan sebelum ini. Berdasarkan wawancara terdapat permasalahan terkait kualitas produk yang terjadi pada produk pasta gigi ciptadent di toko grosir silalahi kecamatan medan marelan. masih terdapat permasalahan ditemukan bahwa ada beberapa produk yang dalam produksinya masih menghasilkan produk cacat. Hal ini merupakan masalah yang sangat mempengaruhi Tingkat minat beli pada toko grosir silalahi.

Dibawah merupakan tabel 1.3 yakni data hasil pra-survei yang didapatkan penulis sehingga hasil penyebaran angket pada 30 konsumen dalam toko grosir silalahi kecamatan medan marelan. dimana kuisisioner ini mengenai variabel kualitas produk.

**Tabel 1. 3**

**Tabel Kuisisioner Pra Survey Mengenai Kualitas Produk Di Toko Grosir Silalahi Kecamatan Medan Marelan**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		TIDAK	YA	
1	Produk pasta gigi ciptadent nyaman digunakan dimulut	14	16	30
2	Produk pasta gigi ciptadent dapat membuat gigi tidak berlubang	5	25	30

3	Pemakaian produk pasta gigi ciptadent tidak menimbulkan efek samping	9	21	30
4	Semua produk pasta gigi ciptadent sudah terjamin tidak mengalami kerusakan karena segala kerusakan yang ada ditanggung oleh Perusahaan	13	17	30
5	Gambar pada kemasan produk pasta gigi ciptadent terlihat menarik	17	13	30

*Sumber : hasil olah data kuisisioner sementara 2024*

Menurut tabel 1.3 bisa diamati bahwasanya rendahnya mutu produk ditinjau dari indikator kinerja, keandalan, keistimewaan, daya tahan dan desain. Dapat dinyatakan bahwa pada point pertama mengenai produk pasta gigi ciptadent nyaman digunakan dimulut sebanyak 14 konsumen yang menjawab kurang sepemikiran pada statement tersebut. Kemudian dilanjutkan dalam pernyataan point no dua mengenai produk pasta gigi ciptadent dapat membuat gigi tidak berlubang sebanyak 19 konsumen menjawab setuju terhadap pernyataan berikut. Sedangkan pada point ketiga mengenai pemakaian produk pasta gigi ciptadent tidak menimbulkan efek samping sebanyak 17 konsumen menjawab setuju pada pernyataan tersebut. Selanjutnya kemudian pada point keempat mengenai Semua produk pasta gigi ciptadent sudah terjamin tidak mengalami kerusakan karena segala kerusakan yang ada ditanggung oleh Perusahaan sebanyak 13 konsumen menjawab kurang setuju pada pernyataan berikut. Terakhir pada point

kelima mengenai gambar pada kemasan produk pasta gigi ciptadent terlihat menarik ada sebanyak 14 konsumen menjawab kurang setuju pada pernyataan tersebut. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk pada produk pasta gigi ciptadent ditoko grosir silalahi masih belum baik. Karena berdasarkan fakta dilapangan masih terdapat permasalahan ditemukan bahwa ada beberapa produk yang mengalami cacat produksi sehingga bisa memberi pengaruh minat beli dari seorang pelanggan.

Selain kualitas produk, minat beli pelanggan juga di pengaruhi oleh harga jual. Dalam penelitian Sundalangi, (Mandey dan Jorie, 2014), Daya tarik promosi, kualitas produk, serta diskon produk, semuanya berdampak pada minat pelanggan dalam membeli Pizza Hut. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan pelanggan agar dapat memperoleh manfaat dari bauran pemasaran perusahaan. Untuk konsumen harga adalah sesuatu yang vital sebab dapat menjadikan konsumen dari pasar industri mendapatkan profit.

Produk-produk yang menawarkan keunggulan, nilai jual yang bersaing, serta pilihan membayar yang fleksibel dapat membantu konsumen untuk meningkatkan margin keuntungan. Harga adalah bagian dari elemen yang mempengaruhi pemilihan brand dan pilihan pembelian pelanggan. Saat memutuskan di antara berbagai merek di pasaran, pembeli cenderung membandingkan biaya dengan cara mutlak, namun akan menggunakan berbagai kriteria harga untuk dijadikan acuan dalam mengambil keputusan. Secara umum, ini merupakan penawaran promosi

untuk pelanggan tertentu. Jika pembeli menyetujui harga yang diberikan, produk tersebut pasti terjual; namun, apabila mereka tidak setuju, harganya pun harus dipertimbangkan lagi. Oleh karena itu, penentuan harga yang sesuai sangatlah esensial untuk mendapatkan atensi pelanggan.

Sebelumnya, harga merupakan sejumlah uang yang dikenakan untuk sebuah jasa ataupun produk. Dengan kata lain, harga merupakan nominal nilai yang perlu dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh ataupun menggunakan suatu jasa ataupun produk. Perusahaan memberikan harga yang terjangkau sesuai kualitas produk tersebut, dibandingkan dengan merek lain yang sedikit lebih mahal serta mutu yang bagus juga, namun kenyataannya harga yang murah tak menjamin akan menarik dan mempertahankan pelanggan. Berikut daftar perbandingan harga produk pasta gigi dari berbagai brand yaitu :

**Tabel 1. 4**

**Daftar Perbandingan Harga Pasta Gigi Berbagai Merek Di Toko Grosir Silalahi**

No	Nama Brand	Harga
1	Pepsodent	12.700
2	Ciptadent	10.500
3	Formula	11.500
4	Close up	17.000
5	Sistema	14.500
6	Enzim	19.800

*Sumber : Toko Grosir Silalahi 2023*

Dari tabel 1.4 tersebut produk ciptadent merupakan salah satu produk termurah dari beberapa brand produk pasta gigi lainnya. Namun, pada

kenyataannya penjualan produk ciptadent di toko Grosir Silalahi masih terbilang cukup kurang. Pada kebanyakan situasi, berdasarkan hukum demand, harga dan permintaan berhubungan berkebalikan, yang berarti harga yang semakin naik, maka permintaan akan produk tersebut akan semakin turun, begitu juga sebaliknya.

Dibawah ini merupakan tabel 1.5 yakni data hasil pra-survei yang didapatkan penulis melalui hasil penyebaran angket kepada 30 konsumen dalam Toko Grosir Silalahi Kecamatan Medan Marelan dimana kuisisioner ini mengenai variabel harga :

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Kuisisioner Pra Survey Harga Di Toko Grosir Silalahi Kecamatan Medan Marelan**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		TIDAK	YA	
1	Saya membeli produk pasta gigi ciptadent karena manfaat dari produk tersebut lebih unggul banding produk sejenisnya	18	12	30
2	Saya membeli produk pasta gigi ciptadent dikarenakan hasil yang saya dapatkan sesuai dengan harga	-	30	30
3	Pasta gigi ciptadent memiliki harga yang bersaing dengan produk pasta gigi lainnya	4	26	30

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		TIDAK	YA	
4	Saya membeli produk pasta gigi ciptadent karena manfaat dari produk tersebut lebih unggul dibanding produk sejenisnya	21	9	30

*Sumber : Data Olahan Hasil Pra Survei 2024*

. Menurut tabel 1.5 mengenai pernyataan harga ditinjau dari indikator keselarasan harga dengan mutu produknya, harga yang terjangkau, harga yang mampu bersaing serta keselarasan harga melalui memanfaatkan produk dapat diuraikan bahwa dalam point pertama mengenai Saya membeli produk pasta gigi ciptadent karena manfaat dari produk tersebut lebih unggul banding produk sejenisnya ditetapkan sebanyak 17 konsumen yang menjawab kurang setuju pada pernyataan itu. Dalam point pernyataan kedua mengenai Saya membeli produk pasta gigi ciptadent dikarenakan hasil yang saya dapatkan sesuai dengan harga ditetapkan sebanyak 22 konsumen yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut. Untuk point ketiga mengenai Pasta gigi ciptadent mempunyai harga yang bersaing pada produk pasta gigi yang lain ditetapkan sebanyak 18 konsumen menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut. Kemudian yang terakhir pada poin keempat mengenai Saya membeli produk pasta gigi ciptadent karena manfaat dari produk tersebut lebih unggul banding produk sejenisnya ditetapkan sebanyak 17 konsumen menjawab kurang

setuju terhadap pernyataan tersebut. Bisa dilihat dalam hal ini juga produk masih kurang cukup untuk menarik minat beli konsumen.

Sehingga pada pernyataan diatas dapat diartikan bahwa harga pada produk pasta gigi ciptadent di toko grosir silalahi kecamatan medan marelan masih terbilang cukup murah. Namun hal tersebut tidak cukup untuk menarik minat beli pada konsumen dikarenakan masih banyaknya konsumen yang lebih tertarik pada produk pesaing karena memiliki keunggulan di banding dengan produk pasta gigi ciptadent. Didukung pula pada studi yang dilaksanakan (eko purnomo, 2016) mengatakan bahwa variabel independen Harga (X1) memiliki dampak signifikan serta positif pada variabel dependen Minat Beli (Y) di Desa Rambah Utama. Yang berarti bahwasanya minat beli narasumber dikala melakukan pembelian beras lokal di Desa Rambah Utama bisa dibuktikan terdampak dari variabel harga yang mencakup harga memberi pengaruh daya beli pelaanngan, keselarasan harga pada mutu produk, harga yang terjangkau serta harga yang mampu bersaing.

Problamtika berikutnya selanjutnya yang memberi pengaruh pelanggan dikala melaksanakan minat beli kepada produk pasta gigi ciptadent di toko grosir silalahi adalah daya Tarik iklan. Berdasarkan (Andrews dan Shims, 2018) Iklan merupakan jenis komunikasi berbayar serta diperantarai oleh suatu sumber yang bisa dikenali, yang bertujuan untuk mendorong penerimanya untuk menindaklanjuti, baik saat ini maupun nanti. Cerita, musik, sponsor, logo, serta slogan adalah sejumlah komponen yang

diperlukan untuk membuat iklan yang sukses. Keunggulan dari iklan produk yakni menyampaikan informasi yang diinginkan oleh produsen untuk pelanggan. Daya tarik iklan sangatlah krusial supaya dapat berinteraksi pada pelanggan, meyakinkan, menstimulasi, serta menjaga memori pelanggan terhadap hal-hal yang dipresentasikan.

Tabel 1.6 dibawah merupakan data hasil pra-survei yang didapatkan penulis melalui hasil kuisioner yang didistribusikan kepada 30 konsumen dalam Toko Grosir Silalahi Kecamatan Medan Marelan dimana kuisioner ini mengenai variabel daya Tarik iklan yaitu:

**Tabel 1. 6**

**Hasil Kuisioner Pra Survey Daya Tarik Iklan Di Toko Grosir Silalahi Kecamatan Medan Marelan**

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		TIDAK	YA	
1	Iklan pasta gigi ciptadent menampilkan sedikit kata-kata tetapi banyak makna yang bisa disampaikan	21	9	30
2	Dengan slogan “gigi kuat ga takut lubang” menjadikan produk pasta gigi ciptadent berbeda dengan produk pasta gigi lainnya.	22	8	30
3	Iklan pasta gigi ciptadent menampilkan hasil uji laboratorium dan farmatologi dengan hasil yang lebih baik.	23	7	30

*Sumber : Data Olahan Hasil Pra Survei 2024*

Tabel 1.6 memperlihatkan hasil pra survey memperlihatkan bahwasanya rendahnya daya Tarik iklan pada minat beli pelanggan ditinjau dari indikator berarti, berbeda dan dapat dipercaya dapat dinyatakan bahwa pada poin pertama mengenai Iklan pasta gigi ciptadent memperlihatkan kata yang sedikit namun maknanya yang disampaikan banyak sebanyak 21 orang konsumen yang menjawab kurang setuju terhadap pernyataan tersebut. Pada poin kedua mengenai dengan slogan “gigi kuat ga takut lubang” menjadikan produk pasta gigi ciptadent berbeda dengan produk pasta gigi lainnya sebanyak 18 orang konsumen menjawab kurang setuju atas pernyataan tersebut. Kemudian pada poin ketiga mengenai iklan pasta gigi ciptadent memperlihatkan bahwa hasil uji laboratorium serta farmatologi dengan hasilnya yang lebih baik sebanyak 15 orang konsumen menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut.

Perlu diketahui bahwa daya Tarik iklan sendiri harus didasari dengan apa yang menjadikan si pelanggan memilih produk tersebut. Menurut hasil dari wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti pada konsumen produk pasta gigi ciptadent di toko grosir silalahi mengatakan bahwa iklan yang ditayangkan tidak terlalu dipahami serta dimengerti pelanggan saat pesannya iklan tersebut disampaikan. Apabila diamati iklan Ciptadent memakai metode penyaluran iklan dalam bentuk video cerita, dimana dalam video tersebut kurang memberikan penjelasan mengenai makna pada produk hingga atensi audiens berfokus kepada apa pesan yang terdapat pada iklan serta meminimalisir pokok dari pesan iklannya

tersebut. Dan juga selebriti yang memerankan iklan tersebut tak terlalu dikenal sehingga mempengaruhi minat beli dari seorang konsumen.

Menurut latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, lalu peneliti memiliki ketertarikan guna memilih judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PASTA GIGI CIPTADENT PADA TOKO GROSIR SILALAHI KECAMATAN MEDAN MARELAN.”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Melalui latar belakangnya di atas, identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Konsumen cenderung membandingkan serta mempertimbangkan pasta gigi ciptadent dengan produk pesaing yang jauh memiliki klasifikasi yang lebih baik sehingga mempengaruhi rendahnya minat beli pada pasta gigi ciptadent.
2. Kurangnya efektivitas kerja serta adanya kecacatan dalam produksi yang menyebabkan hal tersebut mempengaruhi minat beli pada konsumen.
3. Harga yang murah belum dapat menarik pelanggan untuk membeli produk wings di Grosir Silalahi.
4. Iklan ciptadent yang ditayangkan tak terlalu dipahami serta dimengerti pelanggan dikarenakan iklan yang dibuat pada bentuk video dan lebih menonjolkan cerita dalam video sehingga konsumen kurang fokus

pada penyampain makna pada iklan tersebut melainkan fokus pada video yang dibuat.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk optimalnya penelitian ini, peneliti membuat sebuah batasan yang berhubungan pada topik penelitian, yakni: “Pengaruh kualitas produk, harga dan daya Tarik iklan terhadap minat beli produk pasta gigi ciptadent pada toko Grosir Silalahi Medan Marelan”.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalahnya sehingga yang menjadi perumusan masalah pada studi ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada produk pasta gigi ciptadent?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli pada produk pasta gigi ciptadent?
3. Apakah terdapat pengaruh daya Tarik iklan terhadap minat beli pada produk pasta gigi ciptadent?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan daya tarik iklan terhadap minat beli pada produk pasta gigi ciptadent?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan melakukan studi ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dampak mutu produk pada minat beli pada produk pasta gigi ciptadent.

2. Untuk mengetahui dampak harga pada minat beli pada produk pasta gigi ciptadent.
3. Untuk mengetahui dampak daya tarik iklan pada minat beli pada produk pasra gigi ciptadent.
4. Untuk mengetahui dampak mutu produk, harga serta daya Tarik iklan pada minat beli pada produk pasta gigi ciptadent.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritisnya Penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis

Dengan adanya studi ini di harapkan bisa memperluas pengetahuan serta wawasan penulis mengenai betapa pentingnya pengaruh Kualitas Produk, promosi dan harga dalam peningkatan penjualan.

2. Bagi Grosir Silalahi

Melalui studi ini diharapkan bisa menolong perusahaan serta bisa memberi pengetahuan tentang seberapa vitalnya Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Minat Beli.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Melalui studi ini diinginkan bisa memperkaya sumber acuan tentang Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Minat Beli.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Melalui studi ini diinginkan mampu memperluas sumber acuan serta bisa menjadi referensi guna membandingkan di penelitian berikutnya.