

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ditengah banyaknya persaingan di dunia bisnis, berbagai strategi harus dilakukan agar tujuan pelaku bisnis atau perusahaan dapat tercapai. Sasaran utama perusahaan adalah dapat tetap *survive* di tengah banyaknya kompetitor, dimana perusahaan *brand* yang mereka tawarkan harus mampu menarik minat beli pelanggan untuk memilih dan membeli produknya. Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat berbagai bidang kegiatan manajemen sebagai komponen penting yang harus dijalankan oleh perusahaan, salah satunya adalah bidang pemasaran. Dalam mengupayakan hal tersebut, andil dalam bidang pemasaran sangat dibutuhkan. Strategi pemasaran dirancang untuk meningkatkan peluang dimana pelanggan akan memiliki anggapan dan perasaan positif terhadap produk, jasa dan merek tertentu, akan mencoba produk, jasa atau merek tersebut dan kemudian membelinya berulang-ulang.

Banyak cara yang dipilih perusahaan dalam memasarkan serta mempromosikan produknya sebagai upaya menyampaikan pesan brand kepada konsumen untuk membangun ketertarikan atau minat beli masyarakat terhadap produk yang bersangkutan. Pemasaran melalui peran komunikasinya harus dapat memperkenalkan dan membawa produknya agar sampai dan dikenal oleh pasar, salah satunya melalui periklanan televisi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklan televisi mengandung unsur suara, gambar dan gerak. Oleh karna itu, pesan yang disampaikan melalui media ini sangat menarik perhatian dan memberi kesan yang dalam.

Agar produk yang ditawarkan pemasaran melalui iklan memiliki daya tarik bagi calon konsumen, maka diperlukan dukungan dari bintang iklan (*celebrity endorser*) sebagai penyampai pesan dalam iklan. *Endorser* juga sering disebut sebagai sumber langsung, yaitu seorang pembicara yang mengantarkan sebuah pesan dan memperagakan sebuah produk atau jasa. *Endorser* juga diartikan sebagai orang yang dipilih mewakili citra sebuah produk, karena biasanya kalangan tokoh masyarakat memilih karakter yang menonjol dan daya tarik yang kuat. Iklan yang ditayangkan media membentuk pernyataan sikap konsumen yang mempengaruhi minat beli konsumen.

Penggunaan selebriti dalam iklan dapat membantu pencapaian tujuan tersebut. Selebriti diyakini lebih menarik dan menggugah dari pada penggunaan orang biasa dalam mempengaruhi calon konsumen. Dengan demikian selebrity dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efektifitas iklannya mengingat mereka dapat menciptakankesadaran konsumen yang pada akhirnya meningkatkan minat beli konsumen.

Minat beli dapat diartikan bahwa keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat dari produk atau jasa yang dibeli. Minat beli juga merupakan rasa keterlibatan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen itu sendiri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di Indonesia sendiri keberagaman produk semakin berkembang. Banyak produsen menggunakan selebriti (*celebrity endorser*) sebagai pendukung produk mereka. Salah satu produk yang strategi beriklannya menggunakan *celebrity endorser* adalah sabun pencuci piring Sunlight. Sabun pencuci piring Sunlight merupakan salah satu produk unggulan PT. Unilever yang selalu menempatkan urutan pertama dalam daftar sabun pencuci piring terlaris.

Berikut ini adalah top Brand Award dari kategori sabun pencuci piring cair, dari tahun 2014 sampai 2017:

Tabel 1.1 Persentase penjualan Sabun Pencuci Piring Cair Tahun 2014-2017.

NO	MEREK	TAHUN			
		2014	2015	2016	2017
1	Sunlight	84,3%	83,4%	81,1%	81,4%
2	Mama Lemon	13,4%	4,8%	10,1%	10,3%
3	Mamalime	1,6%	3,8%	1,9%	1,5%

(Sumber: <http://www.topbrand-award.com>) Desember 2017

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa produk sunlight berada di peringkat pertama dengan persentase 84,3% pada tahun 2014, 83,4% pada tahun 2015, 81,1% pada tahun 2016, dan pada tahun 2017 dengan persentase 81,4%. Meskipun sunlight selalu menempati urutan pertama hal tersebut tidak menunjukkan Sunlight menjadi produk yang dalam penjualannya selalu mengalami peningkatan. Dapat dilihat dalam tabel persentase penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sunlight dari tahun 2014 sampai 2016 mengalami penurunan setiap tahunnya, dan pada tahun 2016 ke 2017 sedikit mengalami peningkatan.

Penelitian melakukan survei dengan 30 Ibu Rumah Tangga di Sungai Jalau Kec. Kampar Utara

Tabel :1.2 Kategori Ibu Rumah Tangga Pengguna Sabun Pencuci Piring Sunlight Berdasarkan Dusun.

No	Dusun	Jumlah	Ya	%	Tidak	%
1.	Ujung Padang	10	10	33,3%	-	-
2.	Balai Jering	10	10	33,3%	-	-
3.	Santul	10	9	30,0%	1	3.3%

Sumber : Survey Awal 1 Desember 2017

Dari hasil survey awal yang peneliti lakukan di lingkungan Sungai Jalau Kec. Kampar Utara, penelitian dilakukan di 3 Dusun dengan mengambil sampel sebanyak 10 responden disetiap Dusun, diantara 30 sampel 29 responden atau 96,6% diantaranya menjawab pernah memakai Sunlight, kemudian 1 atau 3,3% responden menjawab tidak pernah memakai produk Sunlight. Dari survei tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa produk Sunlight memang sering digunakan oleh sebagian besar Ibu Rumah Tangga di Sungai Jalau Kec. Kampar Utara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dilihat dari ke dua tabel tersebut, tabel pertama menunjukkan produk Sunlight slalu menempati urutan pertama dalam dalam Top Brand Award akan tetapi persentase penjualannya tidak menetap dalam arti kata penjualannya tidak selalu meningkat, sedangkan tabel ke dua, Sunlight salau digunakan dan menjadi minat beli oleh sebagian besar Ibu Rumah Tangga di Sungai Jalau Kec. Kampar Utara.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik mengadakan penelitian terhadap produk Sunligh di Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara yang berjudul :

“Pengaruh Iklan Televisi dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight (Pada Konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah Iklan Televisi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight pada konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara?
- b. Apakah *Celebrity Endorser* berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight pada konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Apakah Iklan Televisi dan *Celebrity Endorser* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight pada konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Iklan Televisi secara parsial terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight pada konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* secara parsial terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight pada konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Iklan Televisi dan *Celebrity Endorser* secara simultan terhadap Minat Beli Pada Produk Sunlight pada konsumen Ibu Rumah Tangga Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara.

2 Manfaat Penulis atau Penelitian

- a. Bagi Penulis atau Peneliti

Peneliti ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah ke dalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan di lapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran terutama dalam minat beli.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam strategi iklan media televisi, yaitu menggunakan *celebrityendorser* yang dapat mempengaruhi minat beli.

c. Bagi Pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pemasaran khususnya terhadap minat beli. Serta sebagai suatu hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membagi dalam enam pokok pembahasan yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini Menjelaskan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini serta membahas tentang hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode .pengumpulan data,metode analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian,yang meliputi sejarah singkat produk, struktur organisasi,visi misi perusahaan.

BAB V :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan masalah.

BAB VI :KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan yang ditarik dari pembahasan sebelumnya.Disamping itu pada bab ini akan disajikan beberapa saran-saran dan

sumbangan pikiran yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi perusahaan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.