

**STRATEGI PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MINAT  
KONSUMEN PADA TOKO PASMADU FURNITURE DI DESA  
LUMBAN PASIR KECAMATAN PANYABUNGAN  
KABUPATEN MANDAILING NATAL**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Oleh

**Ismail Marzuki**

19090021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2023**

**STRATEGI PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MINAT  
KONSUMEN PADA TOKO PASMADU FURNITURE DI DESA  
LUMBAN PASIR KECAMATAN PANYABUNGAN  
KABUPATEN MANDAILING NATAL**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Oleh :

**Ismail Marzuki**

NIM. 19090021

**Pembimbing I**

**Arwin, M.A**

**NIP. 198512162019031007**

**Pembimbing II**

**Muhammad Ardiansyah, M.M**

**NIP. 199007162019081001**

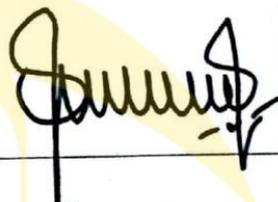
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL**

**T.A 2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture Di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal" a.n nama Ismail Marzuki, NIM 19-09-0021. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 25 September 2023.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan Dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Vebri Sugiharto, M.M	Ketua sidang/ Penguji I		2/10/2023
2	Mufti Fahrizal Harahap, M.M	Sekretaris sidang/ Penguji II		14/09/2023
3	Arwin, M.A	Penguji III		13/09/2023
4	Muhammad Ardiansyah, M.M	Penguji IV		07/09/2023

Panyabungan, Oktober 2023  
Mengetahui  
Ketua STAIN Mandailing Natal

  
Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag  
NIP. 197203112003121002

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Ismail Marzuki, Nim 19090021 dengan judul "Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture Di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat diperlukan sepenuhnya.

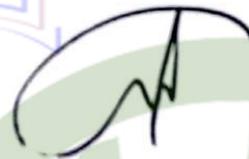
Panyabungan, Agustus 2023

Pembimbing I



Arwin, M.A  
NIP : 198512162019031007

Pembimbing II



Muhammad Ardiansyah, M.M  
NIP : 199007162019081001

STAIN MADINA

## LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Hal : Lembar persetujuan dan pengesahan

Lamp : -

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

STAIN Mandailing Natal

Di

Mandailing Natal

**Assalamu'alaikum Wr.Wb**

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ismail Marzuki

Nim : 19090021

Judul skripsi : Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

**Pembimbing I**



Arwin, M.A

NIP. 198512162019031007

**Pembimbing II**



Muhammad Ardiansyah, M.M

NIP. 199007162019081001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismail Marzuki  
NIM : 19090021  
Tempat/Tgl Lahir : L. Batu, 28 Januari 2001  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Sigalapang Julu

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture Di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”** adalah benar karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, Agustus 202  
Yang membuat pernyataan



Ismail Marzuki  
Nim. 19090021

## NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) ekp  
Hal : Skripsi  
A.n. ISMAIL MARZUKI

Panyabungan, September 2023  
Kepada Yth:  
Bapak Ketua STAIN MADINA  
di –  
Panyabungan

*Assalamualaikum wr.wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi atas nama Ismail Marzuki, NIM: 19090021 yang berjudul “Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

Untuk itu dalam waktu tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah. Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr.wb*

Pembimbing I



**Arwin, M.A**

**NIP. 198512162019031007**

Pembimbing II



**Muhammad Ardiansyah, M.M**  
**NIP. 199007162019081001**

## ABSTRAK

ISMAIL MARZUKI, 19090021. **“Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture Di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik strategi pemasaran di toko pasmadu furniture' Lumban Pasir, untuk mengetahui seberapa baik minat beli konsumen di toko pasmadu furniture, Lumban Pasir, untuk mengetahui hubungan positif dan signifikan strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen di toko pasmadu furniture, Lumban Pasir, penelitian adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan dalam mengumpulkan data primer digunakan metode angket dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dari ditunjukkan pada kolom coefficient terdapat nilai signifikan 0,001. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,005 atau  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel X mempunyai t hitung sebesar 4456 dengan t tabel 1,677 jadi t hitung  $>$  t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel (X) strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) secara persial. Berarti, terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen di toko pasmadu furniture' Lumban Pasir.

*Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Beli Konsumen*



## ABSTRACT

ISMAIL MARZUKI, 19090021. "**Marketing Strategies Affecting Consumer Interest in Pasmadu Furniture Stores in Lumban Pasir Village, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency**".

This study aims to find out how well the marketing strategy is at the Pasmadu furniture store, Lumban Pasir, to find out how well consumers' buying interest is at the Pasmadu furniture store, Lumban Pasir, to find out the positive and significant relationship between marketing strategy and consumer buying interest at the Pasmadu furniture store, Lumban. Pasir, research is research that uses a quantitative approach and in collecting primary data used questionnaires and documentation methods. Based on the research results shown in the coefficient column there is a significant value of 0.001. The significant value is less than the probability value of 0.005 or  $0.001 < 0.05$ , then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Variable X has a t count of 4456 with t table of 1.677 so t count  $>$  t table it can be concluded that variable (X) marketing strategy has a significant effect on consumer buying interest (Y) partially. This means that there is an influence of marketing strategy on consumer buying interest at the Lumban Pasir pasmadu furniture store.

*Keyword : Marketing Strategy, Buying Interest*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT Yang Maha Esa, atas segala berkah dan rahmatnya-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul . **“Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture Di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”**.Yang merupakan salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi strata satu (S-1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentunya banyak mendapatkan bantuan, dukungan dan motivasi serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak – pihak yang berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini sejak awal hingga berbentuk skripsi yang utuh hingga selesai.Teristimewa ayahanda saya tercinta Bapak Armen Nasution dan ibunda saya Ramilah.Terimakasih yang terdalam saya ucapkan kepada ayahanda saya yang telah memperjuangkan segala hal tentang kehidupan kepada saya sampai saat ini.Seterusnya adalah terimakasih banyak saya ucapkan kepada ibunda saya sayang telah memberikan segalanya untuk saya hingga saat ini, *i love you* mom tidak ada kata yang bisa menggambarkan rasa terimakasih saya yang begitu besar kepada kalian berdua.

Penghargaan dan ucapan terimakasih banyak dengan penuh ikhlas dan kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Arwin, M.A selaku Dosen Pembimbing 1. Dan juga Bapak Ardiansyah, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi, yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis secara tulus serta memberikan arahan, masukan, bantuan dan pembelajaran yang sangat berarti bagi saya selama mengerjakan skripsi ini. Serta penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Ketua STAIN MADINA.
2. Bapak Dr. H. Dedisyah Putra, Lc,M.A selaku Wakil Ketua 1.

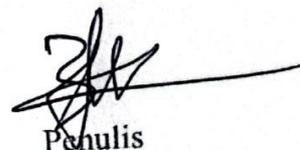
3. Bapak Dr. H. Kasman, M.A selaku Wakil Ketua 2.
4. Ibu Dr. Irma Suryani Siregar, M.A selaku Wakil 3.
5. Bapak Andy Hakim, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang memotivasi dan menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Rizka Ar Rahmah, M.E selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dan dosen pembimbing akademik penulis yang selalu memberikan arahan, masukan, bantuan dan pembelajaran selama perkuliahan.
7. Ibu Ade Hadizatul Z Harahap, M.M selaku dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian sehingga menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Ibu Muhlisah Lubis, M.M yang terus memberikan arahan dan motivasi sehingga penulis tetap fokus untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen prodi Manajemen Bisnis Syariah yang telah mendidik dan mengarahkan saya agar tetap pada pendirian menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak/ Ibu staf pegawai di lingkungan STAIN MADINA yang telah membantu setiap urusan administrasi selama ini.
11. Terima kasih kepada pihak Toko Pasmadu Furniture Bapak Hamdi, Danes selaku owner dan kepada abang-abang karyawan yang telah memberikan izin dan bantuan memberikan datanya kepada saya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
12. Kepada Bapak/Ibu para konsumen yang bersedia membagi data dan responnya kepada saya sehingga dapat melancarkan penulisan ini.
13. Kepada Abang Enda dan kawan-kawan yaitu youtuber dengan konten-kontennya yang sudah sangat membantu penulis diberbagai kesulitan dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Kepada Saudara/Isaya yaitu Armadi Nst, Armida Lestari, Adelina Pertiwi dan seluruh keluarga penulis mengucapkan terima kasih telah memberi

dukungan dan sudah bersedia untuk selalu direpotkan demi kelancaran skripsi ini.

15. Kepada Nur Kholijah yang selalu membantu, menyemangati dan menemani penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
16. Kepada sahabat/I PC. PMII Mandailing Natal yang bersedia menjadi tempat dan meminta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
17. Kepada teman-teman yang saya sayangi grup Andri Amsardi Lubis, Indah Aminah Putri, Melia Wahyuni dan Eni Syahriani. Terimakasih selalu memberi dukungan dan selalu menyemangati dalam hal apapun yang sangat berarti bagi penulis. I love you guys.
18. Kepada teman-teman, adik-adik mahasiswa STAIN Mandailing Natal khususnya Prodi Manajemen Bisnis Syariah yang menjadi salah satu semangat penulis sehingga termotivasi menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat disusun sehingga berbentuk skripsi yang seutuhnya dan yang bermanfaat bagi penulis maupun pembaca dalam meningkatkan mutu pendidikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis ucapkan Terimakasih.

Panyabungan, Agustus 2023

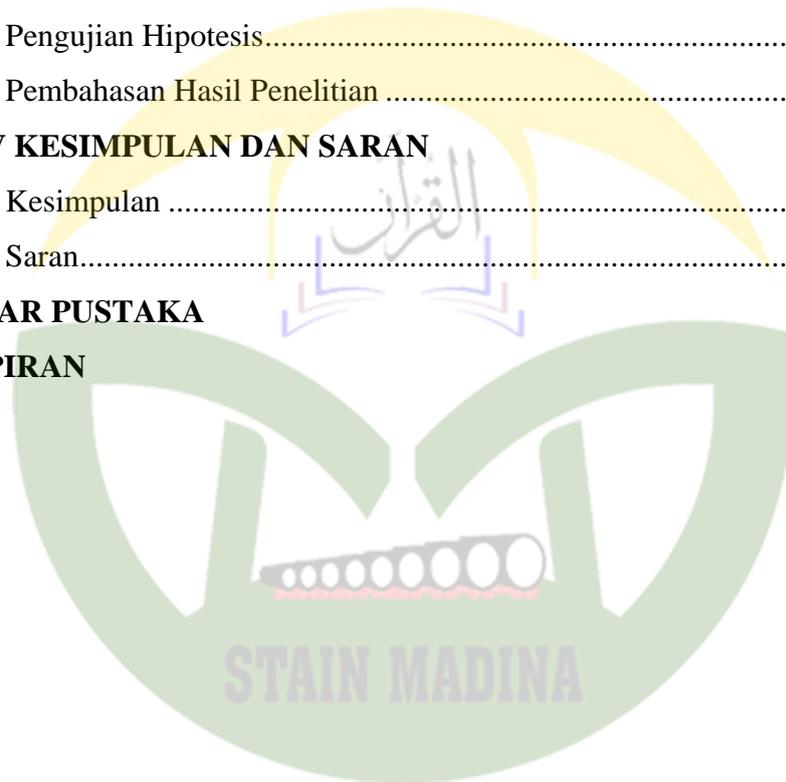


Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan penelitian .....	7
F. Manfaat penelitian .....	7
G. Defenisi Operasiona Variabel .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Teori Strategi.....	9
a. Pengertian Strategi.....	9
b. Jenis-Jenis Strategi .....	10
c. Tipe-tipe Strategi .....	11
2. Teori Pemasaran.....	11
3. Teori Strategi Pemasaran .....	13
4. Teori Minat Beli.....	18
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	22
C. Kerangka Berfikir.....	23
D. Hipotesis Peneliti.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	26
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penelitian.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknis Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	34
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data .....	37
C. Pengujian Hipotesis.....	41
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	52
B. Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	20
Gambar 4.1 Grafik Normalitas.....	38



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sampel Konsumen Toko Pasmadu Furniture .....	27
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	28
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden .....	29
Tabel 4.4 Usia Responden.....	30
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Jawaban Variabel Strategi Pemasaran.....	40
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Jawaban Variabel Minat Beli .....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen .....	43
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	46
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas .....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Sederhana .....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Korelasi .....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial) .....	49

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada intinya tujuan dan syarat yang harus dipenuhi oleh tiap perusahaan agar bisa sukses dalam persaingan adalah tetap berusaha mencapai tujuan menciptakan bahkan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan yang diinginkan oleh perusahaan tetap tercapai, maka tiap perusahaan harus benar benar mampu memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen dengan harga yang pantas dan relatif terjangkau oleh konsumen. Karena keberlangsungan hidup perusahaan dapat dilihat dengan bagaimana cara perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, maka dengan demikian setiap perusahaan harus bisa memahami bagaimana perilaku dan keinginan yang dibutuhkan oleh konsumen dengan baik.

Setiap hari manusia harus memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Pada saat pemenuhan kebutuhan tersebut, maka manusia tidak jauh dan sangat erat dekat dunia perdagangan. Dalam dunia perdagangan, pihak pelaku usaha harus mengetahui bagaimana tata cara berdagang yang baik dan benar, serta dapat mengetahui bagaimana cara mendapatkan keuntungan yang besar dan dapat bersaing yang sehat. Dalam menjalankan setiap usaha, Allah SWT memberikan batasan-batasan kepada manusia agar setiap usaha yang dilakukan tetap mendapatkan keberkahan dan tidak merugikan bagi dirinya dan orang lain. Telah menjadi anjuran bagi setiap manusia harus hidup dengan cara bermasyarakat, tolong-menolong dan tetap saling membantu antar sesama. Bahkan didalam Al-Qur'an Allah SWT telah menjamin bahwa setiap hambanya telah ditanggung rezekinya.

Dalam dunia perdagangan banyak pelaku usaha yang melakukan kecurangan dengan melakukan segala cara walaupun melanggar aturan agama, maka dari itu pelaku-pelaku usaha dituntut untuk dapat bersaing dengan jalan yang benar dan tidak merugikan pihak lain.

Seperti yang dijelaskan di Al-Qur'an dalam QS.An-Nisa [4]: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيَعَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Ayat Al-Qur'an tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT melarang hamba-Nya melakukan yang bathil atau melakukan kecurangan demi mendapatkan keuntungan sendiri tanpa adanya memikirkan kerugian orang lain. Serta Allah SWT telah mengingatkan bahwa melakukan transaksi dalam perdagangan harus didasari oleh suka sama suka dan tidak ada paksaan dari salah satu pihak.

Dalam dunia perdagangan kuncinya ada nilai-nilai utama yang harus diperhatikan yaitu nilai kebenaran dan nilai kejujuran. Dalam melakukan usaha juga harus mempunyai etika bisnis dalam pandangan islam dimana akhlak dalam menjalankan bisnis juga harus memperhatikan nilai-nilai islam., sehingga dalam melakukan usahanya tidak perlu adanya kekhawatiran sebab sudah mengetahui sesuatu yang bai dan benar. Dasar-dasar nilai etika bisnis dalam islam yaitu seperti (Bekun, Rafik Issa;, 2004).

1. Kesatuan (tauhid), sumber utama etika bisnis islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan Tuhan, sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya.
2. Keseimbangan, Islam menuntut agar menyeimbangkan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain, dan antara hak pembeli dan hak penjual.
3. Kehendak bebas, didalam pandangan islam manusia diberikan kehendak memilih diantara pilihan-pilihan yang beragam (Naqvi, Haidar;, 2003).
4. Tanggung jawab, manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak hanya dihadapan manusia namun yang paling penting adalah dihadapan Allah SWT.

Beragamnya kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan tema umum bagi setiap perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk memenuhi harapan setiap konsumen. Saat ini, seiring berkembangnya teknologi, konsumen semakin memilih produk yang akan dikonsumsinya. Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan pemasaran yang semakin maju membuat jenis, kualitas dan harga barang yang dijual semakin beragam. Terkadang konsumen sulit membedakan produk dengan kualitas rata-rata dan produk dengan kualitas tinggi hanya dari tampilannya saja. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhannya, membuat perusahaan harus mampu merancang strategi pemasaran yang tepat agar mampu bertahan dari pesaing. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus selalu ada pada setiap perusahaan.

Seiring dengan cepatnya perkembangan teknologi, konsumen semakin bijak dalam menentukan produk yang akan dibeli. Saat proses pengambilan keputusan pembelian ini melibatkan beberapa keputusan yang sering diperhatikan oleh konsumen. Dan apabila pelaku usaha tidak menyusun strategi pemasaran dengan tepat maka dikhawatirkan keberlangsungan usahanya akan terancam. Selain memiliki etika bisnis yang baik, maka perusahaan juga harus memiliki strategi dalam usahanya.

Minat beli merupakan aspek psikologis yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku dan juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan mereka terhadap apa yang akan mereka lakukan. Minat adalah persepsi terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi dalam kaitannya dengan hal tersebut. Pengaruh strategi pemasaran yang termasuk dalam strategi harus selaras dengan visi dan misi perusahaan. Konsep strategi pemasaran tersebut adalah *pertama*, produk yang merupakan barang atau jasa yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen sangat berpengaruh terhadap minat konsumen. *Kedua*, tempat adalah suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu. Hal terpenting dalam strategi ini adalah menetapkan lokasi atau outlet dimana konsumen dapat melihat dan membeli barang yang ditawarkan. *Ketiga*, promosi sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Periklanan berupa surat kabar, banner, brosur, poster, web-site dan diskon yang ditawarkan, dapat menjadi daya tarik konsumen untuk berminat membeli. *Keempat*, harga yaitu jumlah dari seluruh nilai yang dipertukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut (Firdaus, Afdillah, 2017).

Konsep strategi pemasaran bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis yang dikelola berkembang sesuai rencana yang dimaksudkan bahkan mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi pemasaran juga digunakan sebagai bentuk perlindungan dan kekuatan bisnis dalam jangka panjang. Tujuan terpenting dari strategi pemasaran adalah memaksimalkan keuntungan dari penjualan produk dan tetap bertahan dari para pesaing.

Toko Pasmadu Furniture yang beralamat di desa Lumban Pasir ini memiliki waktu kerja setiap hari Senin-Sabtu dari pukul 08.00-17.00 WIB. Toko Pasmadu Furniture saat awal membuka usaha memiliki 3 karyawan, dan dengan berjalannya waktu  $\pm$  6 tahun Toko Pasmadu Furniture memiliki 6 karyawan. Pada awal didirikannya Toko Pasmadu Furniture ini, Bapak Hamdi memiliki cita-cita untuk membuka usaha furniture, Yang sebelumnya Bapak Hamdi adalah seorang Karyawan di salah satu Furniture dan pernah juga membuka usaha furniture pribadi namun kurang berjalan dengan baik karena kekurangan modal usaha. Namun dengan seiring berjalannya waktu serta perkembangan Skill yang dimiliki Bapak Hamdi dia membuka usahanya dengan mendapatkan investor yang meyakini usaha yang akan dibuka oleh Bapak Hamdi ini berjalan dengan baik. Penjualan pada toko ini akhirnya menjadi toko yang cukup besar dan mendapatkan keuntungan yang meningkat dari awal pendiriannya, konsumen Toko Pasmadu Furniture tidak hanya dari masyarakat kecamatan Panyabungan dan Kabupaten Mandailig Natal saja namun konsumennya juga berasal dari daerah Tapanuli Selatan, Tapanuli Utara, Tapanuli tengah, Kota medan, Kota Siantar bahkan Sampai Ke Provinsi Aceh, bahkan bukan hanya konsumen rumahan biasa yang membeli produk dari toko ini, toko lain yang membuka usaha mebel seperti ini juga memasok barang yang mereka jual dari toko Pasmadu Furniture ini. Ada beberapa pesaing toko mebel yang ada di Panyabungan yaitu Hasibuan Perabot, Toko Tiga Saudara, Aneka Perabot, Bufet bahagia dan Toko Pasmadu Furniture yang menjadi fokus penelitian. Namun sejak

tahun 2020 sampai saat ini konsumen untuk semua toko furniture ini rata-rata berkurang karena berkurangnya minat pembeli atau konsumen pada barang furniture yang disebabkan dari berbagai alasan.

Ada beberapa jenis furniture yang dijual pada Toko Pasmadu Furniture ini dan Toko Pasmadu Furniture ini kebanyakan menjual Perabot asli Jepara, dari furniture ruang tamu seperti: kursi, meja. Ada juga furniture untuk ruang keluarga seperti: lemari hias, kasur dan furniture lainnya seperti lemari baju, rak buku, meja belajar, meja rias, kursi teras, Meja Makan dan bahkan menjual furniture kantoran juga dan masih banyak furniture lainnya dengan berbagai jenis model. Semua barang-barang yang ada di Toko Pasmadu Furniture ini memiliki kualitas sesuai merk serta harga yang sesuai dengan kualitas yang didapat. Furniture-furniture rumahan yang dijual di Toko Pasmadu Furniture ini sangat lengkap dari segi jenis, bentuk, bahkan dari harga yang beragam pun lengkap di toko Pasmadu Furniture ini.

Konsumen yang memilih berbelanja di Toko Pasmadu Furniture ini disebabkan oleh berbagai alasan, antara lain karena Toko Pasmadu Furniture memiliki tempat yang cukup strategis yaitu berada tepat di pinggir jalan Lintas Medan – Padang, kelengkapan produk yang ada di toko tersebut, banyaknya jenis dan pilihan produk, kualitas serta harganya yang dapat menyesuaikan dan dapat bersaing dengan harga pesaing lainnya dan cocok dikantong para konsumen. Bukan hanya itu, keramahan karyawan serta pemilik toko juga sangat berpengaruh untuk minat konsumen. Strategi yang dimiliki oleh Toko Pasmadu Furniture ini lah yang dapat menarik dan mempengaruhi minat para konsumen untuk membeli barang-barang yang mereka inginkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, jelas bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Toko Pasmadu Furniture menjadi hal penting bahkan menjadi hal utama dalam menarik minat para konsumen, karena strategi pemasaran merupakan hal terpenting bagi usaha yang dijalankan supaya berjalan dengan baik dan dapat mengatasi penurunan penjualan pada usaha tersebut. Hal ini yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang strategi pemasaran dalam upaya menarik minat beli konsumen. Maka dari itu

penulis ingin mengetahui lebih mendalam permasalahan ini dalam sebuah penelitian dengan judul “ **Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Toko Pasmadu Furniture Di Desa Lumban pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan tahap awal penelitian yang harus dilakukan oleh peneliti. Peneliti perlu memaparkan identifikasi masalahnya sehingga masalah penelitiannya menjadi jelas dalam latar belakang masalahnya. Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Toko Pasmadu Furniture
2. Mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran yang digunakan Toko Pasmadu Furniture untuk menarik minat konsumen
3. Mengetahui strategi pemasaran yang paling berpengaruh dalam menarik minat konsumen
4. Mengetahui pengaruh pendapatan masyarakat terhadap pembelian produk di Toko Pasmadu Furniture

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah digunakan agar penelitian dilaksanakan tidak menyimpang ke arah lain yang keluar dari pembahasan penelitian demi mendapatkan hasil yang maksimal. Batasan masalah ini membantu peneliti untuk tetap fokus pada permasalahan yang diteliti. Karena keterbatasan waktu dan Batasan yang digunakan peneliti adalah strategi pemasaran yang digunakan pada Toko Pasmadu furniture.

## **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah konsep atau penyajian masalah yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Rumusan masalah merupakan bagian sangat penting dari suatu penelitian karena membantu menentukan arah, tujuan dan sasaran dari

penelitian tersebut. Berdasarkan pada uraian yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah pada sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Yang digunakan Toko Pasmadu Furniture di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal?
2. Seberapa baik strategi pemasaran yang digunakan di Toko Pasmadu Furniture untuk menarik minat konsumen ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah tujuan 'mengapa' penelitian itu dilakukan. Tujuan ini merupakan persepsi yang mampu menguraikan atau memperkirakan situasi atau pemecahan masalah pada keadaan dan dapat membuktikan yang akan dilakukan. Adapun dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa bagus strategi pemasaran di Toko Pasmadu Furniture.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran untuk menarik minat beli konsumen yang digunakan di Toko Pasmadu Furniture.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alasan untuk, dan konsekuensi terhadap suatu keadaan khusus. Penelitian tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kita. Penelitian memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, untuk menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan tentang strategi pemasaran yang digunakan dalam upaya menarik minat konsumen oleh Toko Pasmadu Furniture ataupun bagi para pembacanya.
2. Secara praktis, sebagai bahan kajian dan pemikiran lebih lanjut bagi semua pihak yang memerlukan untuk mengetahui dan memahami tentang strategi pemasaran yang dilakukan Toko Pasmadu Furniture dalam upaya menarik minat Konsumen. Dan untuk pihak pemilik Toko Pasmadu Furniture untuk mengetahui tanggapan masyarakat tentang toko furniturnya. Selain itu, untuk

memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi kinerjanya guna memperbanyak pelanggan sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

## G. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini dengan judul ‘Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Pembeli Pada Toko Pasmadu furniture Di Desa Lumban Pasir Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal’. untuk memperoleh suatu kepastian tentang defenisi operasional dalam penelitian ini, maka peneliti merasa perlu untuk memaparkan pengertian dari beberapa istilah yang dianggap penting, yaitu :

### 1. Strategi pemasaran (X)

Dari segi pengertian strategi pemasaran dipahami sebagai seperangkat tujuan, kebijakan, dan aturan yang memandu upaya pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, di semua tingkat dan standar, dan di semua tingkat lokasi, terutama respons perusahaan terhadap lingkungan yang selalu berubah dan kondisi persaingan. Kotler menyebut dalam konsep bauran pemasaran ( *Marketing Mix* ) terdiri dari empat P (4P), yaitu :

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Promotion* ( Promosi)
- d. *Place* (Tempat)

### 2. Minat Beli Konsumen (Y)

Yang dimaksud dengan minat beli konsumen yaitu sikap konsumen dimana konsumen yang memiliki keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman saat membeli, memanfaatkan dan menggunakan atau menginginkan sehingga konsumen menentukan suatu produk.