BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting, mengingat banyaknya persaingan yang terjadi antara produsen yang bertarung merebut konsumen disetiap lini dan segmentasi yang ada disuatu wilayah penjualan. Pemasaran menjadi salah satu aspek yang mendorong meningkatnya volume penjualan suatu perusahaan sehingga tujuan perusahaan tercapai. Konsumen seringkali mengambil keputusan pembelian dengan melihat aspek pemasaran dari suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa

Bauran pemasaran menurut para ahli yaitu "Bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain definisi bauran pemasaran adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen"(Hamdi, 2019)

Produk merupakan segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya. Produk juga dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020)

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung dan ada proses tawar-menawar. Pasar umumnya terdiri dari kios, toko, los, dan dasaran terbuka. Pasar biasanya menyediakan kebutuha pokok seperti ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, dll

Bahan pokok atau biasa disebut sembako merupakan sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan yang berisi tentang Penetapan Harga Acuan Pembelian di Petani dan Harga Acuan Penjualan. Ada Sembilan daftar bahan pokok yaitu beras, gula pasir, minyak goreng dan mentega, daging sapi dan daging ayam, telur ayam, susu, bawang merah dan bawang putih, gas elpiji dan minyak tanah, serta garam.

Telur ayam negeri merupakan sumber protein hewani yang memiliki rasa yang lezat, mudah dicerna, dan bergizi tinggi. Telur dapat dimanfaatkan sebagai lauk, bahan pencampur berbagai makanan, tepung, obat, dan lain sebagainya. Telur kaya dengan protein yang sangat mudah dicerna oleh manusia. Beberapa hewan memang dapat menghasilkan telur, akan tetapi hanya beberapa macam telur tertentu yang biasa diperdagangkan dan dikonsumsi manusia yaitu telur ayam, telur bebek, telur puyuh, dan telur ikan. Pada kenyataan di lapangan, telur ayam merupakan pilihan yang paling populer dikalangan konsumen diantara telur konsumsi yang ada dipasaran.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah, penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah bauran Pemasaran berpengaruh terhadap niat beli ulang bahan pokok telur ayam negeri di kota Surakarta
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang bahan pokok telur ayam negeri di kota Surakarta
3. Apakah kepuasan pelanggan dapat berpengaruh melalui *intervening* dalam bauran pemasaran dan niat beli ulang bahan pokok telur ayam negeri di kota surakarta

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap niat beli ulang bahan pokok telur ayam negeri di kota surakarta
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang bahan pokok telur ayam negeri di kota surakarta
3. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan melalui *intervening* dapat berpengaruh dalam bauran pemasaran dan niat beli ulang bahan pokok telur ayam negeri di kota Surakarta

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh Bauran Pemasaran terhadap niat beli ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening* (studi pada pembelian telur ayam negeri pada pasar tradisional di surakarta).

2. Manfaat Teoritis

Sebagai menambah wawasan akan bahan pokok protein tinggi yang mudah didapat serta sebagai referensi dalam penelitan selanjutnya sehingga mampu memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

Sitematika pembahasan penelitian ini dibagi menjadi lima bagian, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, menfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisi dari pengertian Bauran pemasaran (produk,tempat,harga,promosi), niat beli ulang, dan penjelasan kepuasan pelanggan lalu dilanjutkan dengan penjelasan terkait Penelitian Relevan, Hipotesis, dan kerangka pikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi jenis penelitian, populasi, dan sampel, jenis data, pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil penelitian bauran pemasaran berpengaruh terhadap niat beli ulang telur ayam negeri di kota surakarta, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang telur ayam negeri di kota surakarta, kepuasan pelanggan sebagai

mediasi dalam bauran pemasaran terhadap niat beli ulang telur ayam negeri di kota surakarta.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan dan saran dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN