

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI
PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan “Tirta Karya” PDAM
Tirtawening Kota Bandung Provinsi Jawa Barat)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Jihan Afifah

C1170247

Pembimbing :

Hj. Inne Risnaningsih, SE, M.Si



**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
INSTITUT KOPERASI INDONESIA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya
Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan
(Studi Kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan
Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung)

Nama Mahasiswa : Jihan Afifah

Nomor Pokok : C1170247

Program Studi : S1 – Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Hj. Inne Risnaningsih, SE, M.Si

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Jihan Afifah, lahir pada hari Jumat tanggal 24 Juli 1998 tepatnya di desa Cinunuk kecamatan Cileunyi kabupaten Bandung provinsi Jawa Barat. Lahir dari pasangan bapak Iwan Rosiawan dengan ibu Iwin Nurhayatin dan merupakan anak bungsu dari empat bersaudara yakni Yati Sumiati, S.I.Pust. , Yeyen Sopyan, A.Md., Jajat Ismail, S.T. Berikut pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2010 lulus dari SD Negeri Percobaan Cileunyi, kabupaten Bandung, Jawa Barat;
2. Tahun 2013 lulus dari SMP Plus Al-Aqsha Jatinangor, kabupaten Sumedang, Jawa Barat;
3. Tahun 2016 lulus dari SMA Negeri 1 Cileunyi, kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Pada tahun 2017 tercatat sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) dan mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya :

1. Pengurus Himpunan Mahasiswa S-1 Manajemen IKOPIN Jatinangor periode 2017-2018 pada divisi project and event.
2. Pengurus Member Activity Center KKB IKOPIN Jatinangor periode 2018-2019 pada divisi edukasi.

ABSTRACT

Jihan Afifah (2021). *“Marketing Mix Analysis to Increase Member Participation as Customers”*, a case study of the “Tirta Karya” Employee Cooperative Trading Unit PDAM Tirtawening, Bandung. This research is under the guidance of **Hj. Inne Risnaningsih, SE, M.Si.**

The object of this research is the Tirta Karya Employee Cooperative Trade Unit, PDAM Tirtawening, Bandung city. Revenue in the trading unit has decreased every year and has linearly decreased by 38.2% over the last 5 years. The number of member transactions in the Trading Unit is also relatively low, on average only 35.7% of the total revenue. This illustrates that member participation is still low, reinforced by data from BPS, that the average number of members is only 1.09% of the average expenditure per capita per month in the food expenditure for the people of Bandung.

The purpose of this study is to analyze how the implementation of the marketing mix in the Trading Unit, member participation, and members' responses and expectations on the application of the marketing mix of the Tirta Karya Employee Cooperative Trading Unit, PDAM Bandung, and the efforts that must be made to increase member participation as customers.

This study used a sample of 31 active members and analyzed using the case study method, which is one of the descriptive analysis methods conducted at the Tirta Karya Employee Cooperative Trading Unit PDAM Bandung. The analytical tool used is a Cartesian diagram.

From the results of the study, it is found that the implementation of the marketing mix in the Tirta Karya Employee Cooperative Trading Unit, PDAM Bandung is good. Meanwhile, members' expectations for the implementation of the marketing mix are included in the Very Important category. This means that there is still a gap between the implementation of the marketing mix and the expectations of members. For this reason, it is hoped that the management and employees of the Tirta Karya Employee Cooperative Trading Unit, PDAM Bandung, evaluate and improve the implementation of the marketing mix in the Trade Unit so that it is better and following what is expected by members, and can attract members as customers to shop at the Tirta Karya Employee Cooperative Trading Unit PDAM Bandung.

ABSTRAK

Jihan Afifah (2021). “Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”, studi kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan “Tirta Karya” PDAM Tirtawening kota Bandung. Penelitian ini di bawah bimbingan **Hj. Inne Risnaningsih, SE, M.Si**

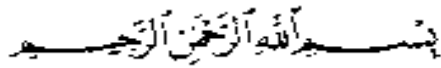
Objek dari penelitian ini adalah Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung. Pendapatan pada Unit Perdagangan mengalami turun naik setiap tahunnya, dan secara linear mengalami penurunan hingga 38,2% selama 5 tahun terakhir. Jumlah transaksi anggota pada Unit Perdagangan juga terbilang rendah, dengan rata-rata hanya 35,7% dari total Pendapatan. Hal tersebut menggambarkan partisipasi anggota masih rendah, diperkuat dengan data dari BPS, bahwa rata-rata jumlah transaksi anggota hanya 1,09% dari rata-rata pengeluaran per kapita per bulan pada jenis pengeluaran makanan masyarakat kota Bandung,

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran di Unit Perdagangan, partisipasi anggota, tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung, dan upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 31 orang anggota aktif dan dianalisis menggunakan metode studi kasus (*case study*), yang merupakan salah satu metode deskriptif analisis yang dilakukan pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung. Alat analisis yang digunakan adalah Diagram Kartesius.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa pelaksanaan bauran pemasaran di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung sudah Baik. Sedangkan untuk harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran termasuk dalam kategori Sangat Penting. Yang berarti masih adanya kesenjangan antara pelaksanaan bauran pemasaran dengan harapan anggota. Untuk itu, diharapkan pengurus dan karyawan Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung mengevaluasi dan perbaiki pelaksanaan bauran pemasaran pada Unit Perdagangan agar lebih baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh anggota, supaya bisa menarik minat partisipasi anggota sebagai pelanggan dalam berbelanja di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokaatu.

Alhamdulillahirobbil'alamin. segala puji serta syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat, karunia, dan ridha-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada jungjunan kita Nabi Muhammad *Shallahu Alaihi Wassallam*, beserta keluarga, para sahabatnya, serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Selama penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya penelitian berikutnya sebagai penyempurnaan dari skripsi ini.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta (Bapak Iwan dan Ibu Iwin) atas segala kasih sayang, kepercayaan, serta doa'a yang tak bertepi serta dukungan moril dan materil yang tidak akan pernah ternilai dan menjadi pendorong kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan Strata-I (S1) di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Yang terhormat Dr. Hj. Inne Risnaningsih, SE., M.si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi & arahan dan banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Yang terhormat Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
3. Yang terhormat Hj. Suarny Amran, SH., MH selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
4. Yang terhormat Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku Direktur Prodi S1 Manajemen, Instiut Koperasi Indonesia (IKOPIN).
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen IKOPIN yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis.
6. Seluruh pengurus, karyawan dan anggota Koperasi Karyawan “Tirta Karya” PDAM Tirtawening Kota Bandung yang turut membantu dalam penelitian skripsi.
7. Seluruh anggota MEMBER ACTIVITY CENTER, alumni MAC dan terutama MAC 1.7 (bring kadieu bring kaditu) yang senantiasa memberikan motivasi dan pengalaman yang sangat berharga bagi saya.
8. Kepada teman-teman SUPER FRIENDS yang telah memberikan banyak sekali pengalaman keorganisasian dan event organizer yang sangat berharga.
9. Para Sahabat dan Teman seperjuangan, Wulan Amalia, Erminawati, Wulan Sopi, Rahmadita, Amelia Aigin, Juwita Nurpalah, Bessarany, Sri Pujiyanti,

serta teman-teman GLORY OF CREATION atas segala canda tawa yang menemani selama perkuliahan.

10. Kepada Helmi Yusuf Dwiyanto yang selalu jadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
11. Kepada rekan kerja di GRIYA CINUNUK, ma Pita, teh Nisa, a Opik, teh Hanni, Haryadi, bu Fani dan teman-teman lainnya yang senantiasa mendukung segala kegiatan perkuliahan yang saya lakukan.
12. Kepada Fimoy, ka Heri, ka Egi, ka Adon, a Gio, a Isal yang selalu memberi dukungan satu sama lain agar skripsi ini bisa selesai.
13. Seluruh teman-teman Manajemen E angkatan 2017 yang telah menemani dan memberi banyak kenangan selama di IKOPIN.
14. Semua pihak yang membantu penulis menyelesaikan pendidikan sarjana ini.

Tiada kata yang dapat mewakili rasa terimakasih penulis kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan, hanya do'a yang dapat penulis panjatkan semoga semua pihak yang telah membantu mendapat balasan dari Allah SWT.

Bandung, 23 Juli 2021

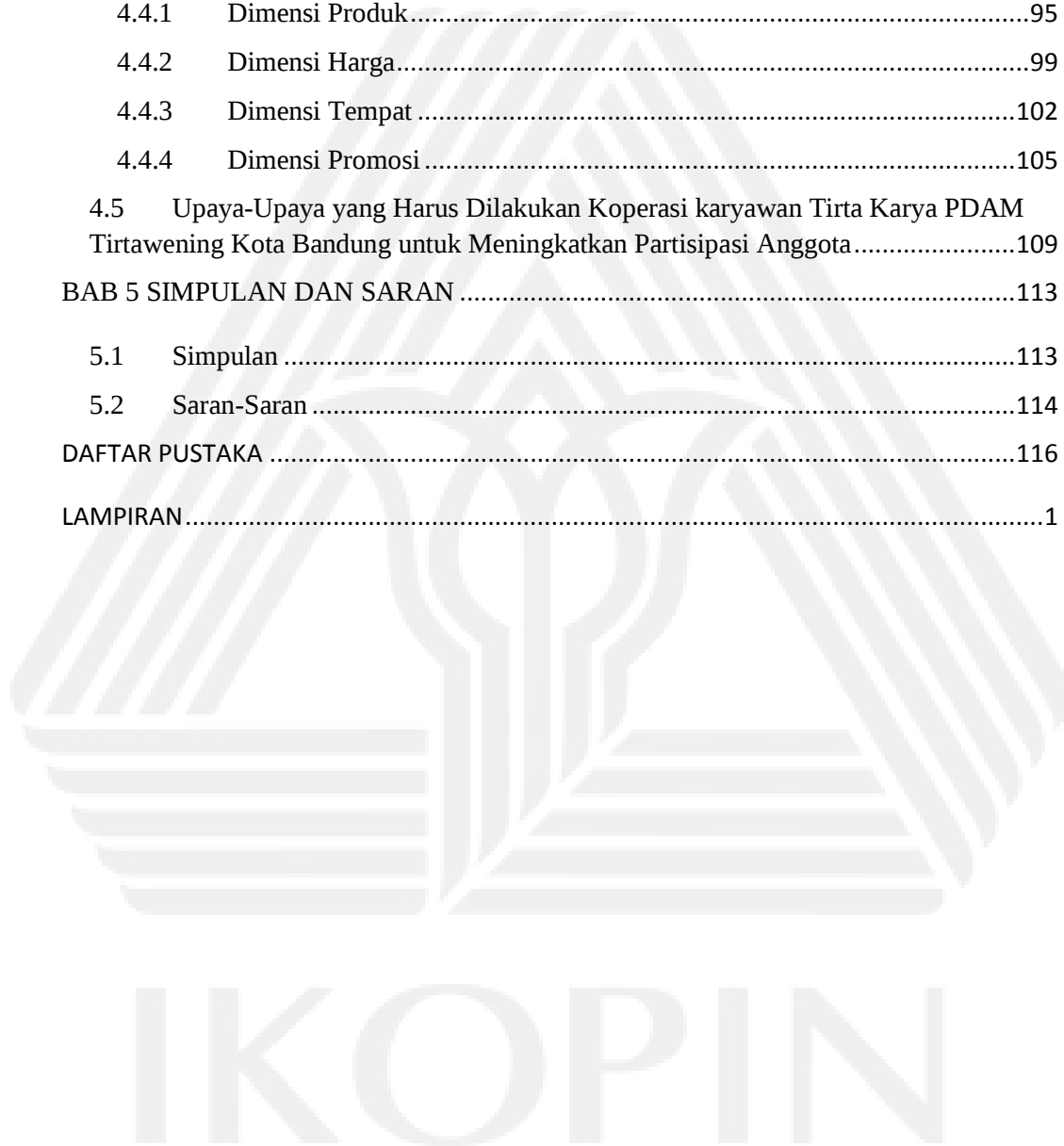
Jihan Afifah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	17
1.3.1 Maksud Penelitian	17
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	18
1.4.1 Aspek Teoritis	18
1.4.2 Aspek Praktis.....	18
BAB 2 PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	20
2.1 Pendekatan Masalah.....	20
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	20
2.1.2 Pendekatan Partisipasi Anggota	29
2.1.3 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	34
2.1.4 Pendekatan Bauran Pemasaran	36
2.2 Metode Penelitian.....	41
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	41
2.2.2 Data yang Diperlukan.....	41

2.2.3	Operasionalisasi Variabel	42
2.2.4	Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	43
2.2.5	Teknik Pengumpulan Data	44
2.2.6	Rancangan Analisis Data	45
2.2.7	Tempat Penelitian.....	53
2.2.8	Jadwal Penelitian	54
BAB 3 KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		55
3.1	Keadaan Umum Organisasi	55
3.1.1	Sejarah Terbentuknya Koperasi.....	55
3.1.2	Bidang Usaha Koperasi	57
3.1.3	Struktur Organisasi Koperasi.....	58
3.2	Keanggotaan Koperasi	60
3.3	Kegiatan Usaha Koperasi	63
3.3.1	Unit Simpan Pinjam	65
3.3.2	Unit Perdagangan	67
3.3.3	Unit Pengadaan	69
3.4	Keadaan Permodalan dan Keuangan Koperasi	69
3.4.1	Permodalan Koperasi.....	71
3.4.2	Keuangan Koperasi	74
3.5	Implementasi Jati Diri Koperasi	81
3.5.1	Definisi	81
3.5.2	Prinsip-Prinsip Koperasi.....	82
3.5.3	Nilai-Nilai Koperasi	84
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		87
4.1	Identitas Responden/Anggota.....	87
4.2	Pelaksanaan Bauran Pemasaran di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	88
4.2.1	Produk	88
4.2.2	Harga	89
4.2.3	Tempat	90
4.2.4	Promosi	91
4.3	Partisipasi Anggota di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	94

4.3.1	Peningkatan Jumlah Transaksi Anggota	94
4.3.2	Frekuensi Jumlah Transaksi Anggota	94
4.4	Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung 95	
4.4.1	Dimensi Produk	95
4.4.2	Dimensi Harga	99
4.4.3	Dimensi Tempat	102
4.4.4	Dimensi Promosi	105
4.5	Upaya-Upaya yang Harus Dilakukan Koperasi karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota	109
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		113
5.1	Simpulan	113
5.2	Saran-Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN		1



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020	5
Tabel 1. 2 Pendapatan Unit-Unit Usaha Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun Usaha 2016-2020	6
Tabel 1. 3 Rencana dan Realisasi Pendapatan pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020	8
Tabel 1. 4 Jumlah Transaksi Anggota pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2018-2020	9
Tabel 1. 5 Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Per Bulan Pada Jenis Pengeluaran Makanan Masyarakat Kota Bandung Tahun 2017-2019	11
Tabel 2. 1 Operasional Variabel	42
Tabel 2. 2 Kriteria Mengenai Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Indikator Bauran Pemasaran	46
Tabel 2. 3 Skala Kelas Interval pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung	47
Tabel 2. 4 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Produk Terhadap Indikator Produk pada Unit Perdagangan	48
Tabel 2. 5 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Indikator Produk pada Unit Perdagangan	48
Tabel 2. 6 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Harga Terhadap Indikator Harga pada Unit Perdagangan	49
Tabel 2. 7 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Indikator Harga pada Unit Perdagangan	49
Tabel 2. 8 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Tempat Terhadap Indikator Tempat pada Unit Perdagangan	50
Tabel 2. 9 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Indikator Tempat pada Unit Perdagangan	50
Tabel 2. 10 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Promosi Terhadap Indikator Promosi pada Unit Perdagangan	51
Tabel 2. 11 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Indikator Promosi di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung	51
Tabel 2. 12 Rekapitulasi Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan Bauran Pemasaran Pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung	52
Tabel 3. 1 Keanggotaan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2016-2020	61
Tabel 3. 2 Realisasi Unit Simpan Pinjam Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2018-2020	66

Tabel 3. 3 Realisasi Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2018-2020	67
Tabel 3. 4 Realisasi Unit Pengadaan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2018-2020	69
Tabel 3. 5 Penanganan Bidang Usaha dan Keuangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2018-2020	70
Tabel 3. 6 Pembagian Sisa Hasil Usaha Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung 71	
Tabel 3. 7 Besaran Simpanan Wajib Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung.....	72
Tabel 3. 8 Keadaan Permodalan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2018-2020	73
Tabel 3. 9 Perkembangan Likuiditas Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2016-2020	75
Tabel 3. 10 Pedoman Penilaian Likuiditas Ekonomi Koperasi	76
Tabel 3. 11 Perkembangan Solvabilitas Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2016-2020	77
Tabel 3. 12 Pedoman Penilaian Solvabilitas Ekonomi Koperasi	78
Tabel 3. 13 Perkembangan Rentabilitas Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2016-2020	80
Tabel 3. 14 Pedoman Penilaian Rentabilitas Ekonomi Koperasi	80
Tabel 3. 15 Pelaksanaan Prinsip-Prinsip Koperasi pada Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	83
 Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung 87	
Tabel 4. 2 Perbandingan Harga Satuan Produk yang Sering Terjual di Unit Perdagangan dibanding Pesaing	90
Tabel 4. 3 Perbandingan Jarak Lokasi dari Pusat Kegiatan Anggota ke Unit perbandingan dibandingkan Pesaing	91
Tabel 4. 4 Pelaksanaan Bauran Pemasaran di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Dibanding Pesaing	93
Tabel 4. 5 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Produk Terhadap Kualitas Produk di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	96
Tabel 4. 6 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Kualitas Produk di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	96
Tabel 4. 7 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Produk Terhadap Keragaman Produk di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung .97	
Tabel 4. 8 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Keragaman Produk di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung.....	97
Tabel 4. 9 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Produk Terhadap Jumlah Ketersediaan Produk di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung 98	

Tabel 4. 10 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Jumlah Ketersediaan Produk di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung.....	98
Tabel 4. 11 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Harga Terhadap Harga Jual Dibanding Pesaing di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	100
Tabel 4. 12 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Harga Jual Dibanding Pesaing di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung.....	100
Tabel 4. 13 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Harga Terhadap Potongan Harga di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung ...	101
Tabel 4. 14 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Potongan Harga di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	101
Tabel 4. 15 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Tempat Terhadap Lokasi yang Strategis di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	102
Tabel 4. 16 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Lokasi yang Strategis di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung.....	103
Tabel 4. 17 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Tempat Terhadap Kebersihan dan Kenyamanan Tempat di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	104
Tabel 4. 18 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Kebersihan dan Kenyamanan Tempat di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	104
Tabel 4. 19 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Promosi Terhadap Media Promosi di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung ...	106
Tabel 4. 20 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Media Promosi di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	106
Tabel 4. 21 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dimensi Promosi Terhadap Frekuensi Penyebaran Informasi di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	107
Tabel 4. 22 Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Frekuensi Penyebaran Informasi di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung ...	107
Tabel 4. 23 Rekapitulasi Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan Anggota Terhadap Bauran Pemasaran di Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Fungsi Manajemen Pemasaran (Kotler, 2000)	35
Gambar 2. 2 Diagram Kartesius (Tjiptono, 2012)	53
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung Tahun Usaha 2018-2022	59
Gambar 4. 1 Diagram Kartesius Hubungan antara Pelaksanaan dengan Tingkat Kepentingan Anggota terhadap Bauran Pemasaran pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung	109



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** : Kuisioner Untuk Responden
- Lampiran 2** : Panduan Wawancara Penunjang
- Lampiran 3** : Tabulasi Data Tanggapan Bauran Pemasaran
- Lampiran 4** : Tabulasi Data Tingkat Kepentingan Anggota

