

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL (*RETAIL MARKETING MIX*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Ziebar Minimarket
Koperasi Karyawan Bank BJB Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:
DESI TAZIMALELA
C1170160

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



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL
(RETAIL MARKETING MIX) TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Unit
Usaha Ziebar Minimarket Koperasi Karyawan Bank BJB
Bandung)**

Nama : **Desi Tazimalela**

NRP : **C1170160**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Konsentrasi : **Manajemen Bisnis**

Menyetujui dan Mengesahkan:

Dosen Pembimbing



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

Direktur Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Desi Tazimalela, lahir pada tanggal 24 November 1994 di Bandung, Jawa Barat. Merupakan anak pertama dari empat bersaudara Keluarga Bapak (alm) Yayat Darajat dan Ibu Dedeh Hamidah. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2006 lulus dari SD Negeri Cipajaran, Kecamatan Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
2. Tahun 2009 lulus dari SMP Negeri 2 Rancaekek, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
3. Tahun 2012 lulus dari SMK Negeri 1 Rancaekek, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Pada tahun 2017 tercatat sebagai mahasiswa di Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi S1 Manajemen, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Jawa Barat.

ABSTRACT

Desi Tazimalela (2021). The Influence of Retail Marketing Mix on Customer Loyalty (Case Study In Ziebar Minimarket Business Unit Cooperative Employees of Bank BJB Bandung under the guidance of Gijanto Purbo Suseno.

Employee Cooperative Bank BJB Bandung managed by 22 managers which has several business units, one of which is waserda unit. This study aims to determine the retail marketing mix (retail marketing mix), customer loyalty, the influence of the retail marketing mix (retail marketing mix) on customer loyalty and efforts to increase customer loyalty through the retail marketing mix (retail marketing mix). The method used in this study is a survey method with a descriptive and verification approach. Research respondents are customers from cooperative members and the community, totaling 118 respondents.

Based on the research results show that 1) the retail marketing mix at the Ziebar Minimarket retail business unit has a very good category. 2) Customer loyalty in the Ziebar Minimarket business unit has a very good category. 3) There is a location effect on customer loyalty with a contribution of 15.52%, there is a product effect on customer loyalty with an influence contribution of 39.56%, there is a price effect on customer loyalty with an influence contribution of 35.16%, there is a promotion effect on customer loyalty with an influence contribution of 48.86%, there is an atmosphere effect store loyalty to customer loyalty with an influence contribution of 18.06%, there is a service effect on customer loyalty with an influence contribution of 50.55% and there is an effect of location, price, promotion, store atmosphere and service (retail marketing mix) together on customer loyalty with a contribution of 77.62% influence. 4) Efforts to increase customer loyalty through the retail marketing mix, including maintaining the convenience of the Ziebar Minimarket environment for shopping, increasing the types of products offered, maintaining product quality but at competitive prices, holding regular raffles with Ziebar Minimarket prizes, improving the arrangement goods at the Ziebar Minimarket store and provide good and complete debit card payment facilities.

Keywords: Retail Marketing Mix, Customer Loyalty, Member Service

RINGKASAN

Desi Tazimalela (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel (*Retail Marketing Mix*) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Unit Usaha Ziebar Minimarket Koperasi Karyawan Bank BJB Bandung di bawah bimbingan bapak Gijanto Purbo Suseno.

Koperasi Karyawan Bank BJB Bandung dikelola oleh 22 pengelola yang memiliki beberapa unit usaha salah satunya unit usaha Ziebar Minimarket. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*), loyalitas pelanggan, besar pengaruh bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*) terhadap loyalitas pelanggan dan upaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Responden penelitian adalah pelanggan dari anggota Koperasi dan masyarakat yang berjumlah 118 responden.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*) pada unit usaha ritel Ziebar Minimarket mempunyai kategori sangat baik. 2) Loyalitas pelanggan pada unit usaha Ziebar Minimarket mempunyai kategori sangat baik. 3) Terdapat pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 15,52%, terdapat pengaruh produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,56%, terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 35,16%, terdapat pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 48,86%, terdapat pengaruh suasana toko terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 18,06%, terdapat pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 50,55% dan terdapat pengaruh lokasi, produk, harga, promosi, suasana toko dan pelayanan (bauran pemasaran ritel) secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 77,62%. 4) Upaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*) diantaranya menjaga kenyamanan lingkungan Ziebar Minimarket untuk berbelanja, memperbanyak jenis produk yang ditawarkan, menjaga kualitas produk namun dengan harga yang masih kompetitif, mengadakan undian hadiah Ziebar Minimarket secara rutin, memperbaiki penataan barang di toko Ziebar Minimarket dan menyediakan fasilitas pembayaran *debit card* atau *e-money* dengan baik dan lengkap.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Ritel, Loyalitas Pelanggan, Pelayanan Anggota

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaannirrahiim

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa dilimpahkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat hidayah, karunia dan petunjuk-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL (*RETAIL MARKETING MIX*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Unit Usaha Ziebar Minimarket Koperasi Karyawan Bank BJB Bandung).”**

Penulis sadar sepenuhnya, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik moril maupun materil. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc. selaku pembimbing sekaligus Direktur Prodi S1 Manajemen Institut Manajemen Koperasi Indonesia atas bimbingan, semangat, motivasi dan arahnya.
2. Yang Terhormat, Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Si selaku penelaah Koperasi.
3. Yang Terhormat, Bapak Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku penelaah Konsentrasi.
4. Yang Terhormat, Bapak Dr. Burhanuddin Abdullah, Ir., MA selaku Rektor Institut Manajemen Koperasi Indonesia.

5. Seluruh dosen dan karyawan Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).
6. Pengurus Koperasi Karyawan Bank BJB (Ziebar) atas bantuan dan arahnya.
7. Kedua orang tua, mamah Dedeh Hamidah, almarhum bapak Yayat Darajat. Bapak ingin sekali melihat saya wisuda tetapi *qadarulloh* beliau meninggal saat saya masih semester VI. Pesan beliau saya harus tetap menyelesaikan pendidikan sarjana apapun rintangannya dan *alhamdulillah* saya bisa.
8. Adik saya Sakty Aji Pamungkas, Shila Restu Pinasty dan Muhamad Dinar Darajat serta saudara-saudara, saya yang selalu mendukung dan mendo'akan. Semoga kalian termotivasi juga untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang sarjana ya.
9. Suami tercinta Gilang Maulana yang sangat pengertian dan selalu mendukung saya dalam menjalankan pendidikan.
10. Teman-teman seperjuangan skripsian, Risa Nurmalia Dewi, Zena Muklis Zazuli dan Delia Nursita yang telah berjuang bersama dan memberikan motivasi kepada penulis.
11. Sahabat-sahabatku Windi, Dewi, Resti, Tina, dan Adi yang memotivasi untuk rajin belajar dan selalu membuat perkuliahan menjadi menyenangkan.

Jatinangor, Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
ABSTRACT	iii
RANGKUMAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Pendekatan Perkoperasian	12
2.1.1 Definisi Koperasi	12
2.1.2 Nilai-Nilai Koperasi.....	16
2.1.3 Prinsip Koperasi.....	18
2.1.4 Jenis-Jenis Koperasi.....	21
2.1.5 Koperasi Konsumen.....	23
2.1.6 Karakteristik Usaha Koperasi	26
2.2 Pendekatan Bauran Pemasaran Ritel	28
2.2.1 Pengertian Pemasaran	28
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran Ritel.....	30
2.2.3 Lokasi.....	32
2.2.4 Produk	33
2.2.5 Harga.....	36
2.2.6 Promosi	37
2.2.7 Suasana Toko	39
2.2.8 Pelayanan	41
2.3 Pendekatan Loyalitas Pelanggan	43

2.3.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	43
2.3.2	Tahapan Loyalitas Pelanggan	44
2.3.3	Keuntungan Loyalitas Pelanggan.....	48
2.3.4	Indikator Loyalitas Pelanggan	50
2.4	Kerangka Pemikiran	50
2.5	Metode Penelitian.....	53
2.5.1	Metode Penelitian Yang Digunakan	53
2.5.2	Data yang Diperlukan	54
2.5.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	55
2.5.4	Teknik Pengambilan Sampel	56
2.5.5	Rancangan Analisis Data	60
2.5.6	Tempat Penelitian	68
2.5.7	Jadwal Waktu Penelitian.....	68

BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

3.1	Keadaan Umum Organisasi Koperasi Karyawan BJB	70
3.1.1	Sejarah Terbentuknya Koperasi Karyawan BJB (Ziebar).....	70
3.1.2	Identitas Koperasi	73
3.1.3	Organisasi dan Manajemen.....	74
3.2	Kegiatan Usaha pada Koperasi Ziebar	82
3.2.1	Ziebar Minimarket	82
3.2.2	Pengadaan Barang ATK dan Cetakan.....	82
3.2.3	Unit Simpan Pinjam	83
3.2.4	Penyewaan Kendaraan	84
3.2.5	<i>Stationary</i> dan <i>Gift Bank</i> BJB.....	85
3.3	Manfaat Berkoperasi	85
3.4	Implementasi Jatidiri Koperasi.....	86
3.4.1	Implementasi Jatidiri Koperasi Berdasarkan Definisi Koperasi	87
3.4.2	Implementasi Jatidiri Koperasi Berdasarkan Nilai-Nilai Koperasi	88
3.4.3	Implementasi Jatidiri Koperasi Berdasarkan Prinsip Koperasi	89
3.5	Pemahaman Laporan RAT (Aturan dan Pelaksanaan).....	91
3.6	Manajemen Usaha (Keuangan, Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Simpan Pinjam, baik di Koperasi maupun di Unit Usaha).....	92
3.7	Rencana Kerja dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi Karyawan BJB (Ziebar)	93
3.7.1	Rencana Kerja Koperasi Karyawan BJB (Ziebar)	93
3.7.2	Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi Karyawan BJB	96

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	97
4.2	Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retail Marketing Mix</i>) pada Unit Usaha Ziebar Minimarket.....	99
4.2.1	Bauran Lokasi Ziebar Minimarket.....	100
4.2.2	Bauran Produk Ziebar Minimarket	101
4.2.3	Bauran Harga Ziebar Minimarket	102
4.2.4	Bauran Promosi Ziebar R Minimarket.....	103
4.2.5	Bauran Susana Toko Ziebar Minimarket	104
4.2.6	Bauran Pelayanan Ziebar Minimarket	106
4.3	Loyalitas Pelanggan Ziebar Minimarket	107
4.4	Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retail Marketing Mix</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan Unit Usaha Ziebar Minimarket	108
4.4.1	Uji Validitas Data.....	108
4.4.2	Uji Reliabilitas	111
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	112
4.4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	117
4.4.5	Analisis Koefisien Determinasi	119
4.4.6	Uji Hipotesis Secara Parsial.....	121
4.4.7	Uji Hipotesis Secara Simultan	125
4.5	Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retail Marketing Mix</i>).....	125

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	131
5.2	Saran	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Karyawan BJB (Ziebar).....	3
Tabel 1.2 Penjualan Ziebar Minimarket Tahun Buku 2016-2020	4
Tabel 1.3 Hasil Wawancara Mengenai Loyalitas	5
Tabel 1.4 Hasil Wawancara Mengenai Bauran Pemasaran Ritel.....	6
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	54
Tabel 2.2 Pemberian Skor Menurut Skala Likert.....	56
Tabel 2.3. Jadwal Penelitian.....	69
Tabel 3.1 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Ziebar Minimarket Periode 2016-2020.....	82
Tabel 3.2 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Pengadaan ATK dan Cetakan Periode 2016-2020.....	83
Tabel 3.3 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Simpan Pinjam Periode 2016- 2020	84
Tabel 3.4 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Penyewaan Kendaraan Periode 2016-2020.....	85
Tabel 3.5 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Stationary dan Gift Bank BJB Periode 2016-2020.....	85
Tabel 3.6 Total Nilai Manfaat	86
Tabel 3.7 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi di Koperasi Karyawan bjb (Ziebar)	88
Tabel 3.8 Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi di Koperasi Karyawan BJB (Ziebar)	89

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	97
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	97
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden	98
Tabel 4.4 Karakteristik Pendidikan Responden	99
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Ziebar Minimarket.....	100
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Produk Ziebar Minimarket	101
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Harga Ziebar Minimarket	102
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Ziebar Minimarket	103
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Suasana Toko Ziebar Minimarket	104
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Ziebar Minimarket	106
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan Ziebar Minimarket	107
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran.....	109
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	110
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	111
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Data.....	113
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	115
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	117
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Berganda	118
Tabel 4.19 Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan	120
Tabel 4.20 Analisis Koefisien Determinasi	120
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	122

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	53
Gambar 3.1 Struktur Keorganisasian Koperasi Karyawan BJB (Ziebar)	75
Gambar 3.2 Struktur Organisasi yang Disarankan.....	77
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	113
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Hasil Uji Normalitas	114

