

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN**

(Studi Kasus pada Unit Perdagangan Jasa Koperasi Konsumen Karyawan dan  
Mantan Karyawan Kamola Majalaya – Kab. Bandung)

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**Gina Fitri Arianti**

**C1140188**

**Dosen Pembimbing**

**DR. Maman Suratman, DRS., Msi**



**IKOPIN**

**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN**

**INSTITUT KOPERASI INDONESIA**

**2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul : Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Dalam Upaya  
Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan  
(Studi Kasus Pada Unit Perdagangan Jasa Koperasi  
Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola  
Kab. Bandung Majalaya)**

**Nama : Gina Fitri Arianti**

**Nomor Pokok : C1140188**

**Konsentrasi : Manajemen Bisnis**

**MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN**

**Pembimbing**



**(DR. Maman Suratman, DRS., Msi)**

**Direktur Program Studi Manajemen S1**



**(Dr. H. Gijanto Purbo Suseono, SE., M.Sc)**

*Banyak anak muda yang tumbang karena korupsi,*

*Mereka lupakan visi dan hanyut pada nikmat duniawi*

*-Najwa shihab-*

*If i try my best and fail,*

*Well, i've try my best*

*-Steve Jobs-*

*Doing what you love is freedom, loving what you do is happiness*

*-Lana Del Rey-*

*Don't waste time waiting for inspiration,*

*Begin, and inspiration will find you*

*-Achmad Zaky-*

*Aku tidak peduli kalupun harus mati ketika berjuang meraih mimpiku,*

*aku tidak akan menyesalinya*

*-Monkey D Luffy-*

## RIWAYAT HIDUP

**Gina Fitri Arianti**, dilahirkan di Bandung tanggal 22 Febuari 1996. Putri ke tiga dari tiga bersaudara,dari pasangan Bapak Endang Kusnadi dan Ibu Mimin Mintarsih. Memiliki Dua kaka laki-laki yang bernama Geri Kushermawan dan Gani Gunawan. Adapun Pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis sebagai berikut:

1. Sekolah Dasar Negeri 1 Cikeruh 2003-2009
2. Sekolah Menengah Pertama 1 Jatinangor 2009-2011
3. Sekolah Menengah Atas Jatinangor 2011-2014

Selanjutnya penulis tercatat sebagai mahasiswi Institut Koperasi Indonesia pada tahun 2012 untuk menempuh pendidikan pada program studi Manajemen Sarjana dengan mengambil jurusan Manajemen Bisnis.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah aktif mengikuti kegiatan organisasi pada lembaga kemahasiswaan. Adapun organisasi dan kegiatan yang pernah diikuti sebagai berikut:

1. Swara Radio IKOPIN 107,9 FM sebagai Produksi dan Announcer tahun 2014-2016.
2. Panitia Cooperation Cup IKOPIN Football Club (IFC) 2016 sebagai Sie. Dokumentasi dan Sosial Media.
3. Panitia Inagurasi 2014 sebagai Sie. Dokumentasi.

4. MC PAL IKOPIN 2015
5. MC Dies Natalis IKOPIN 2015
6. Selain itu penulis aktif bekerjasama dengan BEM dan MAC untuk mengelola event sebagai *creator jingle*.



IKOPIN

## ABSTRACT

**Gina Fitri Arianti**, Implementation of Service Marketing Mix in Efforts to Increase Member Participation as Customer (Case Study at Trade Unit of Employee Consumer Cooperation Service and Former Employee Kamola Majalaya), under the guidance of DR. Maman Suratman, DRS., Msi.

Employee Consumer Cooperation and Former Employees Kamola or abbreviated to KKMK Kamola is an all-round cooperative business whose members are employees of factory workers around Majalaya Kab.Bandung. its business activities are Savings and Loans Business Unit, Service Trade Unit, and Electricity Payment Unit.

The phenomenon that occurs in KKMK Kamola is the small participation of members as customers in the Service Trade Unit, shown by the small participation of members as customers in the accountability report other than it was found because other low member participation is the location of members far enough with the cooperative, less than three quarters members do not know the service trading unit, the cooperative does not do the promotion, the members are more interested in leasing, members prefer to borrow money, services provided less than the maximum and products that are intangible. Therefore it is necessary to implement the service marketing mix in an effort to increase member's participation as a customer in KKMK Kamola.

The purpose of this research is to know member participation as customer, to know the implementation of service marketing mix at KKMK Kamola, and what

efforts should be done by KKMK Kamola in increasing member participation in KKMK Kamola.

The research method used is case study method by describing each related factors through interview, observation, data collection with kuisoner and literature study.

Based on the results of the research is known that the implementation of KamKK KKMK marketing mix as a whole has been included into the category is quite good, but there are some things that need to be improved that is like participate actively in the process of consuming services, determination of interest / price list, price / interest, member parking lot, expansion, personal selling, mass selling, sales promotion, direct marketing, Service people, Costumer, and physical building of cooperative or spatial cooperative.

Member participation as KKMK Kamola's customers as a whole has been running well enough means that members have not been able to maximize the services provided by the cooperative.

The efforts that must be done in increasing the participation of members is by doing the service marketing mix. Cooperatives should pay attention to participating actively in the process of consuming services, setting interest rates, price discounts, traffic, member parking facilities, expansion, personal selling, mass selling, sales promotion, direct marketing, Service people, Costumer and building physical cooperative or cooperative layout, by optimizing some aspects are

expected members can participate as customers to make purchases and transactions in the trading unit KKMK Kamola services.



IKOPIN



## RINGKASAN

**Gina Fitri Arianti**, Implementasi Bauran Pemasaran Jasa dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus pada Unit Perdagangan Jasa Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola Majalaya), di bawah bimbingan DR. Maman Suratman, DRS., Msi.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola atau disingkat menjadi KKMK Kamola merupakan koperasi serba usaha yang anggotanya adalah pegawai buruh pabrik di sekitar Majalaya Kab.Bandung. kegiatan usahanya adalah Unit Usaha Simpan Pinjam, Unit Perdagangan Jasa, dan Unit Pembayaran Listrik.

Adapun fenomena yang terjadi pada KKMK Kamola yaitu kecilnya partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Perdagangan Jasa, ditunjukkan dengan kecilnya partisipasi anggota sebagai pelanggan pada laporan pertanggung jawaban selain itu ditemukan sebab lain rendahnya partisipasi anggota adalah lokasi anggota yang cukup jauh dengan koperasi, kurang dari tiga perempat anggota tidak mengetahui unit perdagangan jasa, koperasi tidak melakukan promosi, anggota lebih tertarik kepada leasing, anggota lebih senang untuk meminjam uang, pelayanan yang diberikan kurang maksimal dan produk yang bersifat *intangible*. Maka dari itu diperlukannya implementasi bauran pemasaran jasa dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada KKMK Kamola.

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui partisipasi anggota sebagai pelanggan, mengetahui implementasi bauran pemasaran jasa pada KKMK

Kamola, dan upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan KKMK Kamola dalam meningkatkan partisipasi anggota pada KKMK Kamola.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan mendeskripsikan setiap faktor-faktor yang terkait melalui wawancara, observasi, pengumpulan data dengan kuisioner dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa implementasi bauran pemasaran KKMK Kamola secara keseluruhan sudah termasuk kedalam kategori cukup baik, namun ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan yaitu seperti berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa, penetapan bunga/daftar harga, potongan harga/bunga, lalu lintas, fasilitas tempat parkir anggota, ekspansi, *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, *Service people*, *Costumer*, dan bangunan fisik koperasi atau tata ruang koperasi.

Partisipasi anggota sebagai pelanggan KKMK Kamola secara keseluruhan telah berjalan cukup baik artinya anggota belum dapat maksimal untuk memanfaatkan pelayanan yang telah diberikan oleh koperasi.

Upaya-upaya yang harus dilakukan dalam meningkatkan partisipasi anggota adalah dengan melakukan bauran pemasaran jasa. Koperasi harus memperhatikan berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa, penetapan bunga/daftar harga, potongan harga/bunga, lalu lintas, fasilitas tempat parkir anggota, ekspansi, *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, *Service people*, *Costumer*, dan bangunan fisik koperasi atau tata ruang koperasi, dengan mengoptimalkan beberapa aspek tersebut diharapkan anggota

dapat berpartisipasi sebagai pelanggan untuk melakukan pembelian dan transaksi di unit perdagangan jasa KKM Kamola.



IKOPIN

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarrakatuh*

Segala puji bagi Allah SWT, tiada Tuhan selain Engkau. Salawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi pembawa rahmat dan tauladan bagi seluruh umat manusia, Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarganya dan para sahabatnya serta kepada seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah atas ridho-Nya penulis menyelesaikan bagian akhir dari amanah keilmuan selaku mahasiswa yaitu menyusun sebuah laporan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”**.

Adapun maksud dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat akademik dalam menempuh ujian sidang akhir sarjana guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Konsentrasi Manajemen Bisnis, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Dalam penelitian skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan. Oleh karena itu, krititik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan sehingga dengan demikian skripsi ini dapat bermanfaat bagi peningkatan dan pengembangan Koperasi di Indonesia.

Dengan segala kerendahan hati dan ketulusan, penulis sampaikan rasa hormat dan penghargaan yang dalam kepada ayahanda tercinta dan ibunda tercinta (Bpk. Endang Kusnadi dan Mimin Mintarsih) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan moral maupun materil, dimana satu tahun terakhir penulis mendapatkan ujian yang Alhamdulillah pada saat ini berusaha menjadi lebih baik dari kehidupan

sebelumnya, terimakasih atas kasih sayang serta perhatian yang tidak bisa dibalas dengan materi, terimakasih selalu setia untuk memotivasi dan menemani penulis disaat menjalankan pengobatan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini semoga Allah SWT selalu melindungi dan membalasnya dengan berlimpah kebahagiaan. Untuk kaka-kakaku Geri Kushermawan dan Gani Gunawan terimakasih telah memberikan semangat, do'a dan menjadi penyemangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perjuangan studi dengan selesai. Karya ini tidak mungkin dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang sangat besar artinya bagi penulis. Untuk itu patutlah kiranya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Yang terhormat, Bapak DR. Maman Suratman, DRS., Msi. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Yang terhormat, Bapak DR. H. Sugiyanto Purbo, SE., Msc selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, terimakasih untuk kritik dan saran serta masukan sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
3. Yang terhormat, Ibu Hj. Rosti Setiawati, SE., M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang juga telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis untuk menempurnakan skripsi ini.

4. Yang terhormat. Bapak H. Giyanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku Direktur Program Studi Sarjana Manajemen yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Konsentrasi Manajemen Bisnis, khususnya dosen yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmunya selama penulis kuliah.
6. Seluruh staff sekretariat Prodi S1 Manajemen dan Karyawan IKOPIN
7. Kepada Bapak Endang Juanda selaku ketu KKMK Kamola, pengurus dan karyawan koperasi, terimakasih telah memberi izin untuk melakukan penelitian dan banyak membantu penulis dalam pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan untuk kegiatan penelitian.
8. Seorang lelaki yang penulis sayang Radiyous Wirinata, yang selalu memberikan motivasi, arahan dan penyemangat penulis dalam suka dan duka, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam keadaan sehat walafiat, semoga kita diberikan kesehatan dan umur panjang. Semoga apa yang telah direncanakan dapat berjalan sesuai dengan kehendak kita atas izin Tuhan Allah SWT.
9. Keluarga diyos, untuk Bapak Mashadi dan Ibu Erminati, serta Uni Tika, Merta dan Elda terimakasih untuk perhatian, dukungan, do'a untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada dr.Apen Afgani Ridwan, Sp.PD,M.Kes. selaku dokter spesialis ahli dalam dan dr. Atang Kosasih,Sp,B selaku dokter bedah umum,

serta perawat-perawat RS.AMC Cileunyi, terimakasih telah menjadi tangan kedua Allah, Alhamdulillah penulis kini dapat menyelesaikan skripsi dengan waktu yang tepat dalam keadaan sehat walafiat, semoga kita bertemu dilain waktu sebagai rekan.

11. Sahabat penulis Jihan Setia Dewi, yang setia menemani penulis selama kuliah, menjadi tempat mengadu, dan berbagi rindu. Terimakasih jihan, semoga kita bisa sukses sama-sama, apa yang kita mimpikan bisa menjadi kenyataan.
12. Kepada teman-teman diyos, amang, izal, toga, arigi, ahmad, terimakasih sudah menggambarkan bagaimana artinya kehidupan dan menjadi saksi sejarah atas kehidupan penulis dimasa kuliah.
13. Untuk Sahabat terbaiku, Merry, Osi, Via, 10 tahun bersahabat merupakan karunia Tuhan yang istimewa, kalian adalah saksi bagi mana penulis tumbuh hingga sekarang.
14. Teman-temanku di Swara Radio, Alya, Lizma, Bayena, Feisal, Neta, Ryan, Ira, kemudian senior ku A Acep, teh Bakti, terimakasih untuk pengalaman yang luar biasa yang penulis dapatkan selama berorganisasi.
15. Kepada teman temanku di Manajemen C, Rintan, Nina, Putri, Amanah, Alma, dan semuanya, terimakasih sudah menemani penulis selama perkuliahan berlangsung.
16. Kepada teman teman SMA ku anak-anak IPA 3 Anisa, Denis, Yanyan, Haikal, Sarah, Tahrim, Leni, dan semuanya terimakasih atas semangatnya

yang memotivasi penulis untuk cepat lulus, serta teman-teman SMA ku Ana, Dinar, Ira, kalian luar biasa.

17. Teman-teman Manajemen Bisnis, kelas rasa otomotif *but I love you guys!!*

18. Terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT, dan menjadikan sesuatu yang bernilai ibadah dihadapan-Nya, serta diganjar dengan pahala dan kebaikan

***Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.***

Jatinangor, Juli 2018

Gina Fitri Arianti

IKOPIN



## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5 Tempat Penelitian .....	11
<b>BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
2.1 Pendekatan Penelitian.....	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian .....	12
2.1.2 Pendekatan Partisipasi Anggota .....	21
2.1.3 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	25
2.1.3.1 Konsep Pemasaran .....	28
2.1.3.1.1 Bauran Pemasaran .....	29
2.2 Metode Penelitian .....	38
2.2.1 Metode yang Digunakan .....	38
2.2.2 Data yang Diperlukan.....	39
2.2.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	39
2.2.3 Sumber Data .....	41
2.2.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
2.2.5 Cara Pengumpulan Data.....	43
2.2.6 Analisis Data .....	43
2.2.7 Jadwal Waktu Penelitian .....	51
<b>BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN</b>	
3.1 Keadaan Organisasi dan Manajemen KKM Kamola .....	52
3.1.1 Sejarah Terbentuknya KKM Kamola.....	52

3.1.2 Stuktur Organisasi Koperasi.....	54
3.1.3 Manajemen Keanggotaan .....	58
3.1.4 Kegiatan Usaha KKM Kamola.....	59
3.1.5 Keadaan Permodalan dan Keadaan Keuangan.....	62
3.1.5.1 Keadaan Permodalan .....	62
3.1.5.2 Keadaan Keuangan .....	63
3.2 Implementasi Jati Diri Koperasi pada KKM Kamola .....	67
3.2.1 Implementasi Nilai-nilai Koperasi .....	67
3.2.2 Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi.....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Implementasi Bauran Pemasaran Jasa.....	72
4.1 Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan pada KKM Kamola.....	154
4.3 Bauran Pemasaran Jasa dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan .....	164
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	168
5.2 Saran .....	169
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



IKOPIN

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Jumlah Anggota dan Transaksi Anggota pada setiap Unit Usaha Koperasi.....	6
1.2	Perkembangan Partisipasi Anggota KKMK Kamola .....	8
2.1	Operasionalisasi Variabel Bauran Pemasaran Jasa .....	40
2.2	Operasionalisasi Variabel Partisipasi Anggota .....	41
2.3	Cara Pengumpulan Data .....	43
2.4	Kriteria Penilaian.....	44
2.5	Pengukuran Untuk Setiap Indikator .....	44
2.6	Rekapitulasi Penilaian Anggota, Karyawan dan Pengurus terhadap Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan .....	45
2.7	Kelas Interval Anggota terhadap Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan ...	46
2.8	Kelas Interval Karyawan terhadap Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan	47
2.10	Kelas Interval Pengurus terhadap Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan	47
2.11	Kriteria Penilaian.....	48
2.12	Pengukuran Untuk Setiap Indikator .....	48
2.13	Rekapitulasi Penilaian Anggota, Karyawan dan Pengurus terhadap Bauran Pemasaran Jasa .....	49
2.14	Kelas Interval Karyawan terhadap Bauran Pemasaran Jasa.....	50
2.15	Kelas Interval Pengurus terhadap Bauran Pemasaran Jasa .....	51
3.1	Perkembangan anggota KKMK Kamola.....	59
3.2	Perkembangan Pendapatan Unit Simpan Pinjam .....	60
3.3	Perkembangan Pendapatan Unit Perdagangan Jasa .....	61
3.4	Perkembangan Pendapatan Jasa Pembayaran Listrik.....	62
3.5	Sumber Permodalan KKMK Kamola.....	63
3.6	Rasio Likuiditas.....	64
3.7	Rasio Solvabilitas .....	65
3.8	Rasio Rentabilias .....	66
4.1	Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Kinerja Penampilan yang Baik.....	73
4.2	Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Kinerja Penampilan yang Baik.....	74
4.3	Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Kinerja Penampilan yang Baik.....	75

4.4 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam lebih dapat dirasakan.....	76
4.5 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam lebih dapat dirasakan.....	77
4.6 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam lebih dapat dirasakan.....	78
4.7 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Berpartisipasi Akif dalam menggunakan Jasa.....	79
4.8 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Berpartisipasi Akif dalam menggunakan Jasa.....	80
4.9 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Berpartisipasi Akif dalam menggunakan Jasa.....	81
4.10 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Daftar Harga/Penetapan Bunga .....	82
4.11 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Daftar Harga/Penetapan Bunga .....	83
4.12 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Daftar Harga/Penetapan Bunga .....	84
4.13 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Potongan Harga .....	85
4.14 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Potongan Harga .....	86
4.15 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Potongan Harga .....	87
4.16 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Keringanan .....	88
4.17 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Keringanan .....	89
4.18 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Keringanan .....	89
4.19 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Akses.....	91
4.20 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Akses...	92
4.21 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Akses ....	93
4.22 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Visibilitas.....	94
4.23 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Visibilitas.....	95
4.24 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Visibilitas.....	96

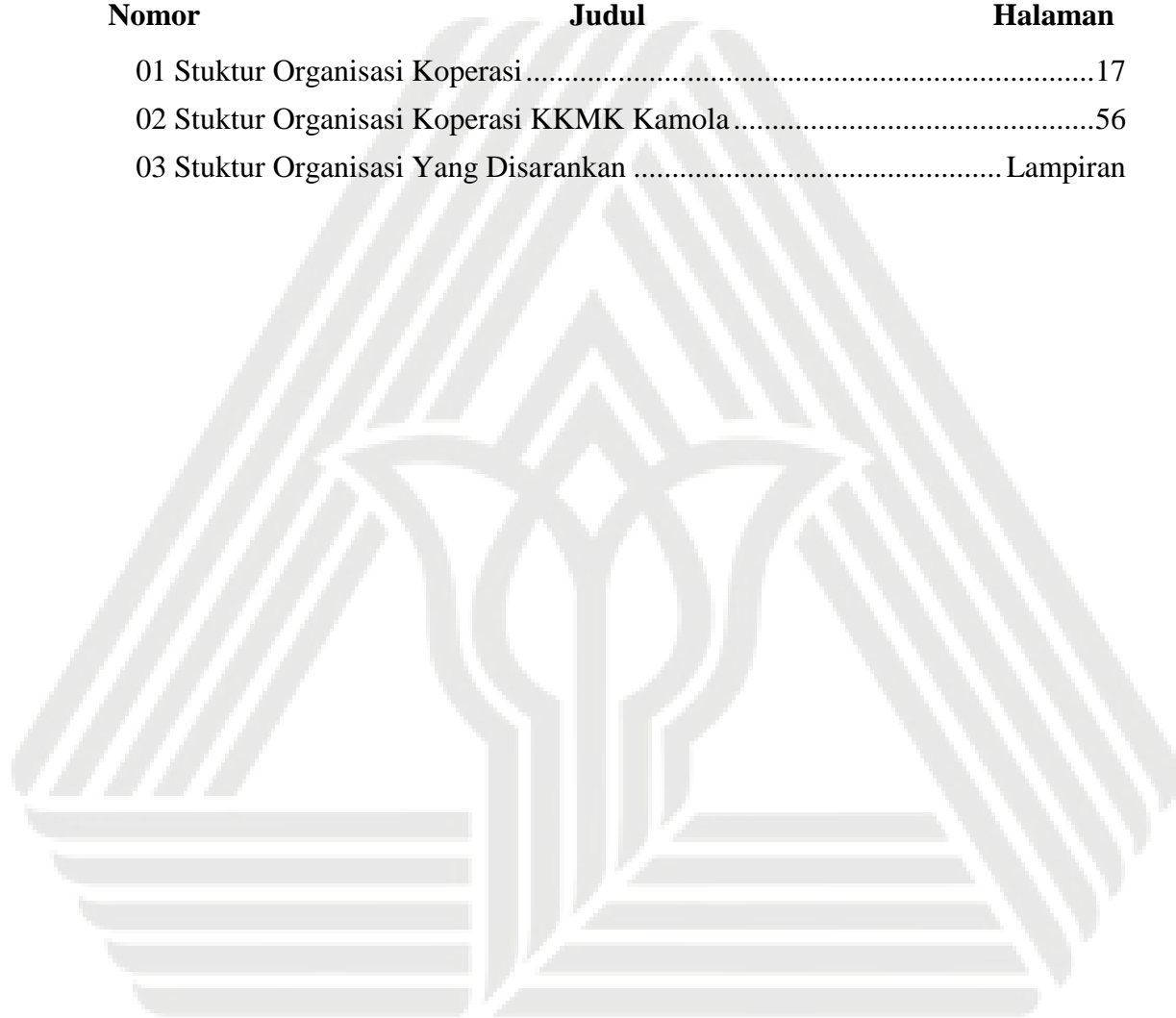
4.25 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Lalu lintas .....	97
4.26 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Lalu lintas .....	98
4.27 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Lalu lintas .....	98
4.28 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Tempat Parkir .....	99
4.29 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Tempat Parkir .....	100
4.30 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Tempat Parkir .....	101
4.31 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Ekspansi.....	102
4.32 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Ekspansi.....	103
4.33 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Ekspansi .....	104
4.34 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Lingkungan.....	105
4.35 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Lingkungan.....	106
4.36 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Lingkungan.....	106
4.37 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Persaingan.....	107
4.38 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Persaingan.....	108
4.39 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Persaingan.....	109
4.40 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Personal Selling</i> .....	110
4.41 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Personal Selling</i> .....	111
4.42 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Personal Selling</i> .....	112
4.43 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Mass Selling</i> .....	113

4.44 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Mass Selling</i> .....	114
4.45 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Mass Selling</i> .....	115
4.46 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Promosi Penjualan .....	116
4.47 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Promosi Penjualan .....	117
4.48 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Promosi Penjualan .....	117
4.49 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Public Relation</i> .....	118
4.50 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Public Relation</i> .....	119
4.51 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Public Relation</i> .....	120
4.52 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Direct Marketing</i> .....	121
4.53 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Direct Marketing</i> .....	122
4.54 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Direct Marketing</i> .....	123
4.55 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Service People</i> .....	124
4.56 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Service People</i> .....	125
4.57 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Service People</i> .....	126
4.58 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Costumer</i> .....	127
4.59 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Costumer</i> .....	128
4.60 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam <i>Costumer</i> .....	129
4.61 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Bangunan Koperasi.....	130
4.62 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Bangunan Koperasi.....	131

4.63 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Bangunan Koperasi.....	132
4.64 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Peralatan dan Perlengkapan.....	133
4.65 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Peralatan dan Perlengkapan.....	134
4.66 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Dalam Peralatan dan Perlengkapan.....	134
4.67 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Logo.....	136
4.68 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Logo .....	137
4.69 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Logo .....	138
4.70 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Prosedur.....	139
4.71 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Prosedur .....	140
4.72 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Prosedur.....	141
4.73 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Jadwal Pekerjaan/Mekanisme.....	142
4.74 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Jadwal Pekerjaan/Mekanisme.....	143
4.75 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Jadwal Pekerjaan/Mekanisme.....	144
4.76 Tanggapan Anggota Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Aktivitas Jasa... 145	
4.77 Tanggapan Karyawan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Aktivitas Jasa 146	
4.78 Tanggapan Pengurus Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Aktivitas Jasa.. 147	
4.79 Rekapitulasi Penilaian Bauran Pemasaran Jasa.....	148
4.80 Tanggapan Anggota Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Diberikannya Pelayanan Barang dan jasa Sesuai Kebutuhan .....	156
4.81 Tanggapan Karyawan Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Diberikannya Pelayanan Barang dan jasa Sesuai Kebutuhan .....	157
4.82 Tanggapan Pengurus Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Diberikannya Pelayanan Barang dan jasa Sesuai Kebutuhan .....	158
4.83 Tanggapan Anggota Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan dalam memanfaatkan pelayanan yang diberikan koperasi .....	159
4.84 Tanggapan Karyawan Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan dalam memanfaatkan pelayanan yang diberikan koperasi .....	160
4.85 Tanggapan Pengurus Mengenai Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan dalam memanfaatkan pelayanan yang diberikan koperasi .....	161
4.86 Rekapitulasi Penilaian Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan .....	16

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
01	Stuktur Organisasi Koperasi.....	17
02	Stuktur Organisasi Koperasi KKMK Kamola.....	56
03	Stuktur Organisasi Yang Disarankan .....	Lampiran



# IKOPIN