

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

(Studi Kasus pada Unit Usaha Perdagangan di Koperasi Pegawai Republik
Indonesia RSUD Majalaya "Mulia" di Kab.Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun oleh

Putri Riyanti Nur Azizah

C.1140184

Dosen Pembimbing

Dr. Hj. Inne Risnaningsih, SE.,M.Si

Nurjamil. SH., MH



IKOPIN

**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus pada Unit Usaha Perdagangan KPRI RSUD Majalaya "Mulia" Kab.Bandung)
Nama Mahasiswa : Putri Riyanti Nur Azizah
NRP : C.1140184
Program Studi : SI-Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing I

Dr. Hj. Inne Risnaningsih SE., M.Si

Pembimbing II

Nurjamil, SH., MH



Direktur Program Studi S-1 Manajemen

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

IKOPIN



Untuk Ibu dan Bapak..

Terima kasih atas seluruh kasih sayang yang kalian berikan dalam hidup ku, terima kasih untuk seluruh pengorbanan dan perjuangan kalian untuk aku.

Bapak, terima kasih karna selalu terus berjuang bekerja banting tulang demi menghidupi keluargamu termasuk aku.

Ibu, terima kasih karena telah merawatku dengan sabar dan penuh kasih sayang sampai saat ini.

aku berjanji akan selalu menjaga dan melindungi kalian.

di saat waktunya tiba,

di saat Bapak dan Ibu tak mampu lagi untuk berjalan,

di saat Bapak dan Ibu tak mampu lagi untuk bekerja,

aku akan menggantikan mu,

aku akan merawat mu dan aku akan menjaga kalian.

Bapak... Ibu... maafkan aku

karena aku terkadang selalu membantah perintah mu

maafkan aku atas segala ke khilafan ku

maafkan aku karena aku tak bermaksud untuk melukai hati mu..

01 Agustus 2018

Rancaekek, Bandung | 20.15

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Putri Riyanti Nur Azizah dilahirkan di Bandung, pada tanggal 21 Desember 1996, anak kedua dari tiga bersaudara dari keluarga Bapak Drs. Rubiyanto dan Ibu Dra. Nenden Mulyawati. Menamatkan Taman Kanak-Kanak di TK Islam Al-azhar tahun 2002, lulus pendidikan dasar di Sekolah Dasar Negeri (SDN) Nusa Indah Rancaekek Kencana pada tahun 2008, lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) Pasundan Rancaekek pada tahun 2011, dan lulus dari Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Majalaya pada tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dan diterima di kampus Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) program studi S1 Manajemen, Konsentrasi Manajemen Bisnis. Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti aktivitas pada lembaga kemahasiswaan dan kegiatan kemahasiswaan. Selama di IKOPIN penulis mengikuti salah satu unit kegiatan mahasiswa (UKM) menjadi anggota Ikopin Badminton Club (IBC) pada periode 2014-2018. Dan menjadi Koordinator humas eksternal di Ikopin Badminton Club pada periode 2015-2016.

ABSTRACT

Putri Riyanti Nur Azizah (C1140184), Analysis of Marketing Mix to Increase Member Participation as Customer, Case Study at Trading Unit of KPRI RSUD Majalaya “Mulia”, Kab.Bandung, under guidance of Dr. Inne Risnaningsih SE., M.Si and Nurjamil, SH., MH.

KPRI RSUD Majalaya “Mulia” is primary Cooperative which is categorized into multi purpose Cooperative with the members are employees and pensionary of RSUD desa Majalaya Unit. It has 3 business units, there are Saving and Loan Unit, Trading Unit, and Partner&Services Unit. Generally, development of cooperative business can be seen from if there is support and participation from members. Member participation is really needed in every single activity that is done by cooperative. one of many ways to increase the member participation is by applying marketing mix.

Applying the marketing mix strategy is a tool to achieve marketing activity that is suitable with the needs and wants of members. Marketing mix is bunch of controlled tactical marketing tools which is combined by company to produce desired responses at target market. The components of marketing mix consist of: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process (7P).

Purpose of this research is to determine how the effort that should be done to increase member participation as customer based on the implementation of marketing mix as a tool to achieve marketing activity that is suitable with the needs and wants of members in order to increase member transaction at Trading Unit of KPRI RSUD Majalaya “Mulia”.

Research method used is by using frequency distribution method with scoring technique and analysis of cartesian diagram by the help of SPSS application.

Result of this research shows that the implementation of marketing mix which is applied by Trading unit of KPRI RSUD Majalaya “Mulia” is not going well because of the application of marketing mix components and implementation of programs at Trading unit of KPRI RSUD Majalaya “Mulia” are not optimum. So that Cooperative needs to fix the implementation of marketing mix at Trading unit so it can increase member participation as customer at Trading unit.

RINGKASAN

Putri Riyanti Nur Azizah (C1140184), Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan, Studi kasus pada Unit Usaha Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia” di Kab.Bandung, dibawah bimbingan Dr.Inne Risnaningsih SE., M.Si dan Nurjamil, SH., MH.

KPRI RSUD Majalaya “Mulia” merupakan Koperasi primer dengan jenis Koperasi fungsional banyak usaha yang beranggotakan para pegawai dan Pensiunan Rumah Sakit umum daerah unit desa Majalaya. Koperasi ini memiliki tiga unit usaha yaitu unit simpan pinjam, unit perdagangan dan unit rekanan&jasa. Pada umumnya berkembang atau tidaknya keberhasilan usaha koperasi dapat dilihat dari adanya dukungan dan Partisipasi anggota. Partisipasi anggota sangat diperlukan dalam semua kegiatan yang dilaksanakan oleh koperasi. Salah satu cara untuk meningkatkan partisipasi anggota adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran.

Menerapkan strategi bauran pemasaran merupakan salah satu alat untuk mencapai kegiatan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota. Bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan *respons* yang diinginkannya di pasar sasaran. Adapun komponen-komponen bauran pemasaran terdiri dari : *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process (7P)*.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan berdasarkan pelaksanaan bauran pemasaran sebagai alat untuk mencapai kegiatan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota agar dapat meningkatkan transaksi anggota pada unit perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode distribusi frekuensi dengan teknik skoring dan analisis pada diagram kartesius dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan bauran pemasaran yang diterapkan oleh unit usaha perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia” belum berjalan dengan baik dikarenakan belum maksimalnya penerapan unsur-unsur bauran pemasaran serta pelaksanaan program-program pada unit perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”. Untuk itu Koperasi perlu memperbaiki pelaksanaan bauran pemasaran pada unit perdagangan sehingga dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai Pelanggan pada unit perdagangan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ
السَّلَامُ عَلَیْكُمْ وَرَحْمَةُ اللّٰهِ وَبَرَكَاتُهُ

Rasa syukur yang dalam penulis sampaikan atas kehadiran Allah Azza wa Jalla yang senantiasa memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga berkat pertolongan-Nya Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan”**. (Studi kasus pada unit usaha perdagangan di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Rumah Sakit Umum Daerah Majalaya “Mulia” di Kab.Bandung). Shalawat serta salam dituturkan kepada Rasulullah S.A.W beserta keluarga, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini, disusun guna meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Manajemen Koperasi Indonesia. Selama proses penyusunan skripsi penulis diingatkan tentang pentingnya mempelajari ilmu dan teori dari bangku kuliah untuk implementasi di lapangan khususnya di koperasi dan penulis menyadari dengan sepenuh hati adanya keterbatasan tentang kemampuan, tenaga dan pemikiran yang masih kurang dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang ditujukan kepada penulis merupakan penghargaan dari kemajuan ilmu Manajemen Bisnis

Dalam penulisan ini, penulis mendapatkan dukungan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua penulis, ayahanda Drs. Rubiyanto dan ibunda Dra.Nenden Mulyawati, juga nenek tercinta Hj. Djodjoh Djuliati dan Djulaeha yang selalu mencurahkan kasih sayang, do'a, dorongan dan cinta yang sangat tulus, juga untuk kakak tercinta Fathir Riyanti Nur Annisa dan adik tercinta Muhammad Fahmi Rizaldi Ilham, tak lupa untuk ponakan tersayang Davina Shazfa Azkadina yang selalu memberikan keceriaan dan motivasi untuk penulis menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis dedikasikan untuk mereka.
2. Ibu Dr. Inne Risnaningsih, SE., M.Si dan Bapak Nurjamil, SH., MH selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan memberikan arahan dalam pengerjaan tugas akhir penulis sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
3. Bapak Drs. H. Iwan Mulyana, M.Si selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan arahan dan saran penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan arahan dan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Dra Hj. Endang Wahyuningsih M.Ti selaku Ketua sidang yang telah membantu jalannya pelaksanaan sidang.
6. Bapak Dr. Burhanuddin Abdullah, MA selaku rektor Institut Manajemen Koperasi Indonesia.
7. Seluruh Bapak Ibu dosen IKOPIN yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.

8. Seluruh staf dan karyawan IKOPIN yang telah memberikan pelayanan selama kuliah dan selama proses penulisan skripsi.
9. Pengurus, Manajer dan karyawan KPRI RSUD Majalaya “Mulia” yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di koperasi ini khususnya untuk Pak Agus yang telah banyak memberikan bantuan secara langsung berupa data dan informasi selama penulis melakukan penelitian.
10. Sahabatku sedari di MAN Evy Laila Fitri, Rini Nur Anggraeni, Syifa Nurul Fauziah, Anis Sumiati, yang selalu menjadi pendengar yang baik, memberikan semangat, nasihat serta do’a yang tulus, terimakasih karena masih terus saling menyayangi dan menyemangati meski jarak berjauhan.
11. Sahabat seperjuangan di kampus Ariyani Dwi Agustin, terimakasih selama 8 semester ini terus selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, banyak kata untuk kamu yang tidak dapat aku ungkapkan disini. Terimakasih telah banyak memberikan kenangan yang indah.
12. Damar Tri Prakoso, sahabat laki-laki aku dikampus yang udah kaya kakak sendiri, terimakasih karena telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini, selalu memberikan semangat dan nasihat tiada henti, terimakasih karena selalu mengusahakan untuk tetap ada di setiap aku butuhkan.
13. Dwi Rahmi Fhadilla, Terimakasih telah menjadi sahabat yang baik, selalu ada di masa-masa tersulit di akhir perkuliahan, selalu memberikan semangat serta doa dan dukungan tiada henti.

14. Teruntuk ciwi-ciwikuu Revina Ros Noor Zain, Rani Apriyani, Rizky Aulia Rahma, terimakasih yaaa kalian selama kurang lebih 8 semester ini selalu menemani di masa-masa indah bangku perkuliahan, terimakasih telah menjadi teman yang baik dan mengasyikkan, selalu memberikan semangat dan dukungan untukku.
15. M.Firstiansyah Aditya Nugraha, Refo Darmawan Pratama, Ridwan, terimakasih kalian telah menjadi teman yang baik walaupun ku sering dibilang kek anak kecil hmm, terimakasih untuk setiap kenangan-kenangan yang telah dilalui, selalu ada dalam proses penulisan skripsi ini.
16. Nikita Permata Ervitya, terimakasih yaa telah menjadi teman yang baik, selalu peduli, selalu memberikan semangat dan doa tiada henti, selalu menyempatkan dan selalu hadir di setiap proses penulisan skripsi ini.
17. Wiwit Nadia Silvia dan Husni, teman satu kelompok PL terimakasih yaa kalian selalu memberikan semangat dan doa buat aku.
18. Irham, mbak miftah, Gina Fitri, Ayu, Ripa, widya, iis, Fransisco, Ferdi, Novalia, Yasir, Rismaya, Yati, Refi, Mutiara, Amanah, puput, nisa salusi terimakasih untuk semua kenangan dan kebaikan yang pernah kalian berikan untukku.
19. Annisa Nur Sabrina, Hendra, Mukhlis, Ratih , Iqbal, Budi temen-temen satu bimbingan terimakasih yaa selalu memberikan semangat, doa dan selalu mengingatkan untuk cepat bimbingan dan menyelesaikan skripsi ini.

20. Adik-Adikku di kampus Nissa Nadirah, Gita, Elisa, Endah, lucky, Rizky Al terimakasih selalu memberikan dukungan dan doanya, semangat ya kalian kuliahnya.
21. Untuk ukm yang aku punya, Ikopin Badminton Club terimakasih telah menjadi bagian terbaik dalam perjalanan hidup saya di kampus.
22. Teman-teman seperjuangan mahasiswa IKOPIN angkatan 2014 khususnya kelas C Manajemen dan Kelas A konsentrasi Manajemen Bisnis terimakasih juga telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup saya di kampus.

Serta semua pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu saya ucapkan terimakasih. Semoga Allah SWT memberikan hidayah pada kita semua. Akhir kata tiada hal yang paling membahagiakan dalam hidup ini selain dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, oleh karena itu akan menambah kebahagiaan penulis apabila skripsi ini menjadi sumbangsih pemikiran yang bermanfaat bagi keluarga besar Institut Manajemen Koperasi Indonesia khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Jatinangor, Juli 2018

IKOPIN

Putri Riyanti Nur Azizah

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP PENULIS	1
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
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 Aspek Pengembangan Ilmu.....	10
1.4.2 Aspek Guna Laksana.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Pendekatan Masalah	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	12
2.1.2 Pendekatan Partisipasi Anggota	17
2.1.3 Pendekatan Manajemen Bisnis.....	20

2.1.4 Pendekatan Pemasaran	21
2.1.5 Pendekatan Bauran Pemasaran.....	22
2.2 Metode Penelitian.....	30
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	30
2.2.2 Data yang Digunakan (Operasionalisasi Variabel)	30
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data.....	31
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	33
2.2.5 Analisis Data	34
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian.....	44
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	44
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	45
3.1 Keadaan Umum Organisasi dan Manajemen Koperasi.....	45
3.1.1 Sejarah berdirinya KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	45
3.1.2 Struktur Organisasi KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	49
3.2 Keanggotaan Koperasi KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	64
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	66
3.3.1 Kegiatan Usaha.....	66
3.3.2 Keadaan Keuangan Koperasi	72
3.4 Implementasi Jatidiri Koperasi.....	77
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi	77
3.4.2 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	78
3.4.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	80

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Data Identitas Responden	82
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	82
4.1.2 Umur Responden.....	83
4.1.3 Pembagian Tempat Kerja	83
4.2 Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	84
4.3 Tingkat Kesesuaian antara Tanggapan Pelaksanaan Bauran Pemasaran dengan Harapan Anggota	88
4.3.1 Tanggapan Pelaksanaan Bauran Pemasaran yang Dilakukan Oleh Unit Usaha Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	88
4.3.2 Harapan Anggota pada Unsur-Unsur Bauran Pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	97
4.4 Tingkat Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan pada Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	113
4.5 Upaya-Upaya yang Harus Dilakukan untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah pelanggan yang bertransaksi pada unit Perdagangan di KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	6
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 2.2 Jenjang dan Kriteria Tanggapan dan Harapan Anggota	35
Tabel 2.3 Kelas Interval setiap Indikator pada Unsur-Unsur Bauran Pemasaran pada Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	35
Tabel 2.4 Kelas Interval Unsur <i>Product</i>	36
Tabel 2.5 Kelas Interval Unsur <i>Price</i>	37
Tabel 2.6 Kelas Interval Unsur <i>Place</i>	37
Tabel 2.7 Kelas Interval Unsur <i>Promotion</i>	38
Tabel 2.8 Kelas Interval Unsur <i>People</i>	39
Tabel 2.9 Kelas Interval Unsur <i>Physical Evidenve</i>	39
Tabel 2.10 Kelas Interval Unsur <i>Process</i>	40
Tabel 2.11 Kelas Interval Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	41
Tabel 2.12 Tabulasi Kesesuaian Antara Tingkat Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan	41
Tabel 3.1 Susunan Karyawan KPRI RSUD Majalaya “Mulia” Periode Tahun 2017	64
Tabel 3.2 Perkembangan Jumlah Anggota KPRI RSUD Majalaya “Mulia” Tahun 2013-2017	66
Tabel 3.3 Perkembangan Jumlah Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib Tahun 2013-2017	67
Tabel 3.4 Perkembangan Unit Usaha Perdagangan Tahun 2013-2017	70
Tabel 3.5 Penjualan Unit Usaha Rekanan Tahun 2013-2017	71
Tabel 3.6 Perkembangan Permodalan KPRI RSUD Majalaya “Mulia” Tahun 2016-2017	72

Tabel 3.7 Perkembangan Analisis Rasio Keuangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia” Tahun 2016-2017	75
Tabel 3.8 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	78
Tabel 3.9 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi	80
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	82
Tabel 4.2 Umur Responden	83
Tabel 4.3 Pembagian Tempat Kerja	83
Tabel 4.4 Perbandingan Harga dari beberapa Produk yang Dijual di Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	85
Tabel 4.5 Skor Unsur <i>Product</i>	89
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Unsur <i>Product</i>	89
Tabel 4.7 Skor Unsur <i>Price</i>	90
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Unsur <i>Price</i>	90
Tabel 4.9 Skor Unsur <i>Place</i>	91
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Unsur <i>Place</i>	91
Tabel 4.11 Skor Unsur <i>Promotion</i>	92
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Unsur <i>Promotion</i>	92
Tabel 4.13 Skor Unsur <i>People</i>	93
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Unsur <i>People</i>	93
Tabel 4.15 Skor Unsur <i>Physical Evidence</i>	94
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Unsur <i>Physical Evidence</i>	94
Tabel 4.17 Skor Unsur <i>Process</i>	95
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Unsur <i>Process</i>	95
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Unsur Bauran Pemasaran	96
Tabel 4.20 Rata-Rata Tanggapan Anggota Terhadap Indikator Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	96

Tabel 4.21 Skor Unsur <i>Product</i>	98
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Unsur <i>Product</i>	98
Tabel. 4.23 Skor Unsur <i>Price</i>	99
Tabel 4.24 Hasil Perhitungan Unsur <i>Price</i>	99
Tabel 4.25 Skor Unsur <i>Place</i>	100
Tabel 4.26 Hasil Perhitungan Unsur <i>Place</i>	100
Tabel 4.27 Skor Unsur <i>Promotion</i>	101
Tabel 4.28 Hasil Perhitungan Unsur <i>Promotion</i>	101
Tabel 4.29 Skor Unsur <i>People</i>	102
Tabel 4.30 Hasil Perhitungan Unsur <i>People</i>	102
Tabel 4.31 Skor Unsur <i>Physical Evidence</i>	103
Tabel 4.32 Hasil Perhitungan Unsur <i>Physical Evidence</i>	103
Tabel 4.33 Skor Unsur <i>Process</i>	104
Tabel 4.34 Hasil Perhitungan Unsur <i>Process</i>	104
Tabel 4.35 Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Unsur Bauran Pemasaran	105
Tabel 4.36 Rata-Rata Tanggapan Anggota Terhadap Indikator Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	105
Tabel 4.37 Kesesuaian Antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Indikator-Indikator Bauran Pemasaran pada Unit Perdagangan	106
Tabel 4.38 Rekapitulasi Skor dan Perhitungan Median	108
Tabel 4.39 Frekuensi Pembelian Anggota	113
Tabel 4.40 Jumlah dan Jenis Barang yang dibeli Anggota	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Peningkatan Omzet Penjualan Unit Perdagangan.....	6
Gambar 2.1 Diagram Kartesius	42
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KPRI RSUD Majalaya “Mulia”.....	50
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KPRI RSUD Majalaya “Mulia” yang Disarankan.	52
Gambar 4.1 Denah Lokasi Koperasi.....	86
Gambar 4.2 Diagram Kartesius Hubungan antara Tanggapan dan Harapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran pada Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “Mulia”	110

