

ANALISIS MOTIF BELI BERLANGGANAN DALAM UPAYA

MENINGKATKAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan LEN Bandung)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

FIFIT FITHROTUN NUPUS

C1150446

Dosen Pembimbing

Dr. Inne Risnaningsih, SE, M.Si.



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

INSTITUT KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS MOTIF BELI BERLANGGANAN DALAM
UPAYA MENINGKATKAN PEMBELIAN (STUDI
KASUS PADA KOPERASI KARYAWAN LEN
BANDUNG)
Nama : FIFIT FITHROTUN NUPUS
NRP : C1150446
Program Studi : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing

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



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

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 23 April 1997 di Pandeglang, Banten. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan Endang Firdaus dan Ulfah. Berikut pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2009 lulus dari SD Negeri 01 Saruni Cimahi, Bandung, Jawa Barat;
2. Tahun 2012 lulus dari MTs Negeri 1 Cimahi, Bandung, Jawa Barat;
3. Tahun 2015 lulus dari Sekolah Menengah Atas SMAN Six, Kabupaten Pandeglang, Banten.

Pada tahun 2015 penulis mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (Ikopin). Selama di Ikopin penulis mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya:

1. Crew Swara Radio 107.9 Ikopin Jatinangor pada periode 2015-2017 sebagai Penyar dan Tim Penulis;
2. Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Ikopin sebagai Kepala Departemen Pendidikan pada tahun 2018-2019;
3. Anggota Member Activity Center KKB Ikopin pada tahun 2015-2019

IKOPIN

ABSTRACT

Fifit Fithrotun Nopus (2019), *Analysis of the Motives to Buy Subscriptions in an Effort to Increase Purchases (A Case Study of Cooperation of LEN Employee Shop Unit)*, under the guidance of **Ms. Dr. Inne Risnaningsih, SE, M.Si.**

This research is encouraged by the problem of the increasing growth of retail businesses around cooperatives that affect cooperative members to shop for their needs in competitors from cooperatives and have an impact on the income of LEN's cooperative shop units which have dropped several years back. Therefore, cooperatives must increase store unit income by knowing the motives for buying members so that cooperatives can achieve the expected income by the cooperative.

This motive relates to buying subscription motives, that is the factors that influence a consumer to shop at a particular store. By knowing the motives for buying a subscription, the store unit will provide services in accordance with the wants and needs of consumers, especially members. This research aims to determine the efforts made by store units in increasing the number of sales.

This research uses descriptive methods and scoring techniques with Likert scale, that is by changing qualitative data into quantitative data so that calculations can be made. Then take conclusions from the results of calculations to determine the efforts made by the store unit.



IKOPIN

RINGKASAN

Fifit Fithrotun Nupus (2019), Analisis Motif Beli Berlangganan Dalam Upaya Meningkatkan Pembelian (Studi Kasus pada Koperasi Unit toko Koperasi Karyawan LEN), di bawah bimbingan **Ibu Dr. Inne Risnaningsih, SE, MSi**.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan semakin meningkatnya pertumbuhan usaha ritel di sekitar koperasi yang mempengaruhi anggota koperasi untuk berbelanja kebutuhannya di pesaing dari koperasi dan berdampak pada pendapatan unit toko kopkar LEN yang semakin menurun beberapa tahun kebelakang. Oleh karena itu, koperasi harus meningkatkan pendapatan unit toko dengan mengetahui motif beli anggotanya agar koperasi dapat mencapai pendapatan yang diharapkan oleh koperasi. Motif ini berkaitan dengan motif beli berlangganan, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seorang konsumen berbelanja di toko tertentu. Dengan mengetahui motif beli berlangganan maka unit toko akan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen khususnya anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan unit toko dalam meningkatkan jumlah penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan teknik *scoring* dengan skala *likert*, yaitu dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif sehingga dapat dilakukan perhitungan. Serta mengambil kesimpulan dari hasil perhitungan untuk mengetahui upaya yang dilakukan unit toko.

Hasil penelitian menunjukkan motif beli berlangganan pada unit toko sudah baik tapi ada beberapa indikator yang masih lemah seperti belum adanya petunjuk lini produk, belum Lengkapnya ketersediaan produk dan pembelian anggota pada toko sudah baik namun ada indikator yang masih lemah seperti sumber informasi yang belum cukup jelas, untuk itu toko harus memperbaiki indikator-indikator yang lemah sehingga nanti anggota cukup kuat berkeinginan untuk berbelanja di unit toko.

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan judul “**Analisis Motif Beli Berlangganan Dalam Upaya Meningkatkan Pembelian**”. Shalawat serta salam dituturkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini didedikasikan untuk kedua orang tua penulis, Ibu Ulfah dan Bapak Endang Firdaus serta keluarga tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang, dukungan moral maupun materil, kesabaran, pengorbanan dan doa yang tak pernah putus kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat disusun tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Dr. (HC) Ir. Burhanuddin Abdullah, MA selaku Rektor Intitut Koperasi Indonesia;
2. Yang terhormat, Dr. Inne Risnaningsih, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Yang terhormat, Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc. selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;

4. Yang terhormat Drs. Wahyudin, M.Ti. selaku dosen penelaah koperasi yang telah banyak memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Yang terhormat, seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Sekretariat S1 Manajemen Ikopin yang telah membantu memfasilitasi segala keperluan kuliah dan birokrasi yang harus diselesaikan penulis;
6. Kementrian Koperasi selaku pemberi beasiswa;
7. Sahabatku Mirdayanti, Sukma, Devy, Ririn, Rika, Lula, Verdina, terima kasih atas segala cerita, tawa, tangis, kenangan, pengalaman, semangat, dukungan dan do'a tulus yang telah diberikan kepada penulis;
8. Dosenku Drs. Abdul Hakim, M.Pd. yang tidak henti-hentinya memberikan do'a dan dukungan yang tulus untuk penulis;
9. Kakakku Gita Kusuma Nagara yang telah memberikan dukungan do'a dan mengobati kepenatan selama penulisan;
10. Sahabat-sahabat jauh yang tetap mendekap erat Annisa Azzuri, Nanda Afifa, Churin, Devi, Icha, Dea, Risma, Yuyu terima kasih selalu mendukung, mendo'akan dan menyemangati penulis;
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Sintya, Saskia, Agung, Ivardha, Zesica, Villyn, Diah, Opik, Chika, Vidya, Nurel, Meishinta, Sarah, Lina, Tami, Maya, Hafid, Nurrdin dan yang lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas segala dukungan dan do'a yang telah diberikan;

12. Teman-teman seperjuangan di Badan Eksekutif Mahasiswa Tika, Rahmi, Sherli, Rizki dan Monica serta yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih untuk kebersamaan yang singkat dan sementara;
13. Teman-teman Jurusan Manajemen Pemasaran, Riana, Tias, Ester, Budi, Al, Ican, Ocha, Qisthi dan yang lainnya terima kasih untuk segala dukungannya;
14. Adik-adikku Mila, Wifa, Vini, Ayu, Hakim, Ade, Isvi, Dea, Hanifah, Ibnu, Adit, Putri Ashari, Nabila terimakasih sedikit telah menghibur dan setia mendukung penulis untuk menyelesaikan penulisan;
15. Keluarga besar Manajemen Ikopin, khususnya Angkatan 2015 serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

Selama penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya penelitian selanjutnya sebagai penyempurnaan dari skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi penulis dan segenap pembaca.

Jatinangor, Juni 2019

IKOPIN

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan.....	11
1.4.2 Aspek Guna Laksana.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH.....	11
2.1 Manajemen Perkoperasian.....	11
2.1.1 Definisi Koperasi.....	11
2.1.2 Nilai-nilai Koperasi.....	12
2.1.3 Prinsip-prinsip Koperasi.....	13

2.1.4 Tujuan Koperasi.....	15
2.1.5 Fungsi dan Peranan Koperasi	16
2.1.6 Bentuk Koperasi	17
2.1.7 Jenis Koperasi.....	17
2.1.8 Manajemen Koperasi	18
2.3 Pendekatan Manajemen Pemasaran	23
2.4 Pendekatan Motif Beli Berlangganan	24
2.5 Pendekatan Pembelian.....	29
2.6 Metode Penelitian.....	32
2.6.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	32
2.6.2 Operasionalisasi Variabel.....	33
2.6.3 Data yang Diperlukan	34
2.6.4 Sumber Data dan Cara Menentukannya	35
2.6.5 Teknik Pengambilan Sampel	35
2.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
2.6.7 Analisis Data.....	36
2.6.7 Tempat Penelitian	46
2.6.8 Jadwal Penelitian	46
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	47
3.1 Keadaan Organisasi dan Manajemen Koperasi Karyawan LEN	47
3.1.1 Sejarah Berdirinya Koperasi Karyawan LEN.....	47
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Karyawan LEN.....	49
3.1.3 Keadaan Keanggotaan	60

3.1.4 Kegiatan Usaha	62
3.1.5 Keadaan Keuangan Koperasi	65
3.2 Keadaan Umum Wilayah Kerja Koperasi Karyawan LEN	74
3.2.1 Keadaan Fisik dan Geografis	74
3.2.2 Karakteristik Wilayah Jangkauan	75
3.3 Implementasi Jati diri Koperasi Karyawan LEN	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Motif Beli Berlangganan	83
4.2 Tanggapan Anggota Mengenai Motif Beli Berlangganan	85
4.3 Tanggapan Anggota Mengenai Pembelian	99
4.4 Upaya-Upaya yang Dilakukan Unit toko Dalam Meningkatkan Pembelian	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	108
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	

IKOPIN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Hal
Tabel 1.1.	Perbandingan Pendapatan Unit Usaha Koperasi Karyawan LEN..5	
Tabel 1.2.	Transaksi Penjualan Unit toko Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018.....7	
Tabel 2.1.	Operasionalisasi Variabel.....33	
Tabel 2.2.	Skala Interval Untuk Setiap Indikator Maupun Variabel Pernyataan Positif.....39	
Tabel 2.3.	Skala Interval Untuk Setiap Indikator Maupun Variabel Pernyataan Negatif.....39	
Tabel 2.4.	Kelas Interval Kenyamanan Lokasi pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN.....39	
Tabel 2.5.	Kelas Interval Kecepatan Pelayanan pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN.....40	
Tabel 2.6.	Kelas Interval Kemudahan dalam Mencari Barang pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN40	
Tabel 2.7.	Kelas Interval Kondisi Toko yang Tidak Hiruk Pikuk pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN41	
Tabel 2.8.	Kelas Interval Harga pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN ..41	
Tabel 2.9.	Kelas Interval Aneka Pilihan Barang pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN.....42	
Tabel 2.10.	Kelas Interval Pelayanan yang Ditawarkan pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN42	
Tabel 2.11.	Kelas Interval Penampilan Toko yang Menyenangkan pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN432	
Tabel 2.12.	Kelas Interval Kaliber Tenaga-Tenaga Penjualnya pada Unit toko Koperasi Karyawan LEN43	

Tabel 2.13. Kelas Interval Keputusan Pembelian Di Unit toko Koperasi Karyawan LEN.....	44
Tabel 2.14. Rekapitulasi Tanggapan Anggota Mengenai Motif Beli Berlangganan.....	44
Tabel 2.15. Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Tanggapan Anggota Mengenai Motif Beli Berlangganan	44
Tabel 2.16. Kelas Interval pembelian pada toko koperasi karyawan LEN	45
Tabel 2.17. Rekapitulasi Penilaian Anggota Mengenai Pembelian	45
Tabel 2.18. Tabel Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Penilaian Anggota Mengenai Pembelian	45
Tabel 3.1. Jumlah Karyawan Tiap Unit Di Koperasi Karyawan LEN.....	60
Tabel 3.2. Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	61
Tabel 3.3. Perkembangan Pendapatan Unit Pelayanan Koperasi Karyawan LEN Bisnis Tahun 2014-2018.....	63
Tabel 3.4. Perkembangan Pendapatan Unit toko Tahun 2014-2018	64
Tabel 3.5. Perkembangan Pendapatan Unit Simpan Pinjam Tahun 2014-2018	65
Tabel 3.6. Kondisi Permodalan Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018.....	67
Tabel 3.7. Perkembangan Jumlah Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018.....	67
Tabel 3.8. Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Karyawan LEN	69
Tabel 3.9. Pedoman Penilaian Likuiditas	70
Tabel 3.10. Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	71
Tabel 3.11. Pedoman Penilaian Solvabilitas	72
Tabel 3.12. Perkembangan Rasio Rentabilitas Ekonomi Koperasi Karyawan LEN Tahun 2014-2018	73

Tabel 3.13. Penilaian Rentabilitas.....	74
Tabel 3.14. Implementasi Definisi Koperasi Karyawan LEN	76
Tabel 3.15. Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Karyawan LEN	77
Tabel 3.16. Implementasi Nilai-nilai Koperasi pada Koperasi Karyawan LEN	79
Tabel 4.1. Tanggapan Responden Mengenai Akses Menuju Tempat Terjangkau.....	86
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Mengenai Perangkat Keras Atau Lunak yang Memadai	86
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Mengenai Pengaturan dan Pengelompokan Barang pada Etalase	87
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Mengenai Belum Adanya Petunjuk Disetiap Tempat Lini Produk	88
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Kondisi Yang Nyaman Terhindar Dari Kebisingan.....	89
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Toko.....	89
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Harga Lebih Murah atau Sama Dengan Harga Pesaing	90
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Adanya Macam Potongan Harga	90
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Produk.....	91
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Menawarkan Produk Yang Spesifikasinya Sesuai dengan Keinginan Pembeli.....	92
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Pengembalian Atas Barang Rusak	92
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Mengenai Kredit Pembayaran Barang Belanjaan	93
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Mengenai <i>Lay Out</i> Niaga Toko	94
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Mengenai <i>Assecoris</i> Toko	94

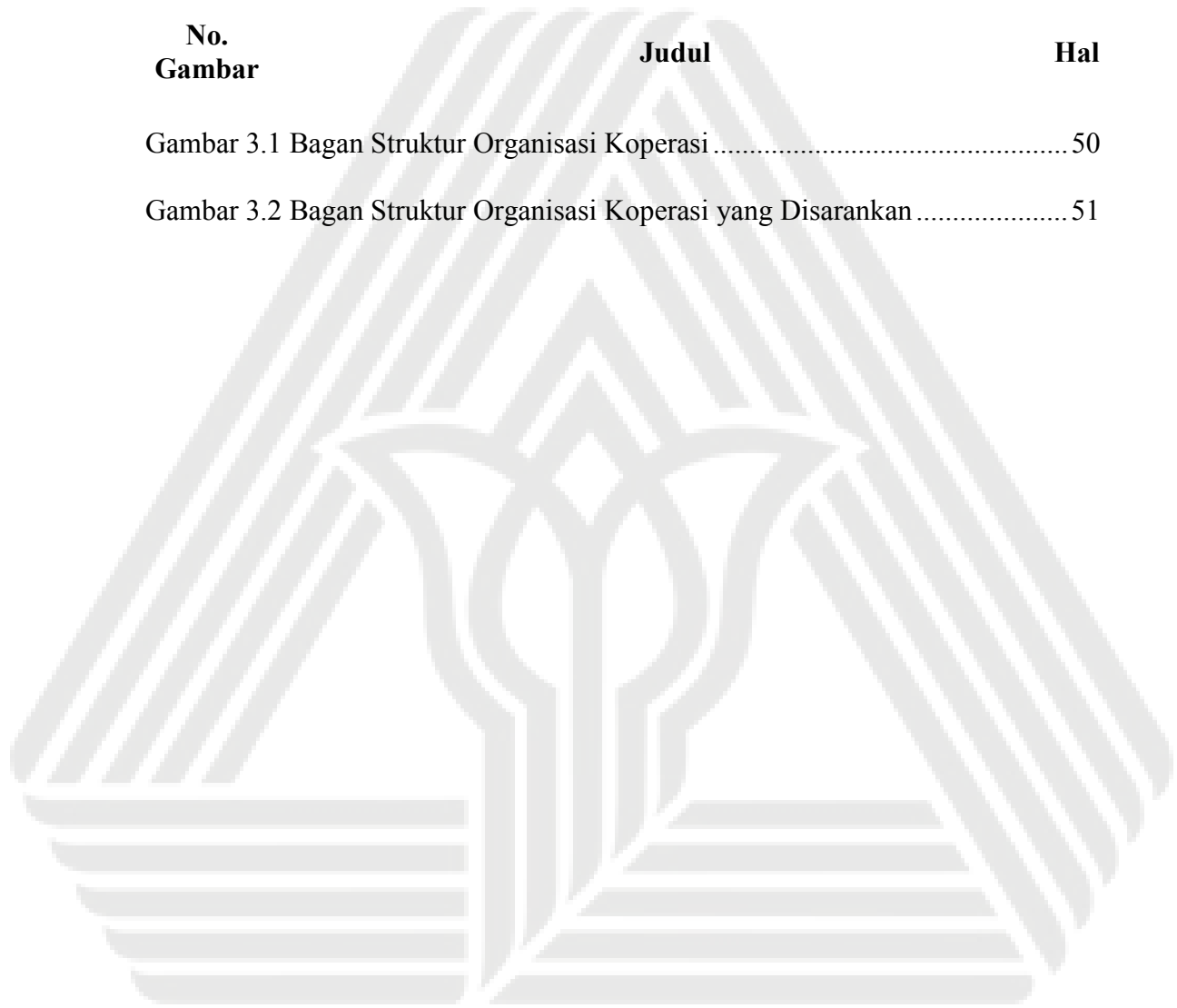
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan.....	95
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian	96
Tabel 4.17. Tanggapan Responden Mengenai Kerapihan	96
Tabel 4.18. Tanggapan Responden Mengenai Keramahan.....	97
Tabel 4.19. Rekapitulasi Variabel Motif Beli Berlangganan (X)	97
Tabel 4.20. Tanggapan Responden Mengenai Proses Pembelian.....	99
Tabel 4.21. Tanggapan Responden Mengenai Proses Pembelian.....	100
Tabel 4.22. Tanggapan Responden Mengenai Proses Pembelian.....	101
Tabel 4.23. Tanggapan Responden Mengenai Proses Pembelian.....	102
Tabel 4.24. Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pembelian	102
Tabel 4.25. Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pembelian	103
Tabel 4.26. Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Pembelian.....	103
Tabel 4.27. Rekapitulasi Variabel Pembelian (Y)	104



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Hal
Gambar 3.1	Bagan Struktur Organisasi Koperasi	50
Gambar 3.2	Bagan Struktur Organisasi Koperasi yang Disarankan	51



IKOPIN