

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PROSES
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMUTUSAKAN
KREDIT DI KOPERASI SIMPAN PINJAM SIMPENAN PAMEUNGKEUT
BANDA KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Menempuh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Moch. Feisal Anshary Ramadhan

C1150230

Dosen Pembimbing :

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi: PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PROSES
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMUTUSAKAN KREDIT DI KOPERASI SIMPAN PINJAM
SIMPENAN PAMEUNGKEUT BANDA KOTA
TASIKMALAYA**

Nama : Moch. Feisal Anshary Ramadhan

NRP : C1150230

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESEHKAN

Pembimbing

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc

Direktur Program Studi S-1 Manajemen

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

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 4 Februari 1997 di Garut, Jawa Barat, sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari keluarga bapak Agus Setia Permadi dan Ibu Lin Lin Marlina.. Adapun pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu:

Pendidikan Formal:

1. Tahun 2009 lulus dari SD Negeri Cisewu 1, Desa Cisewu, Kecamatan Cisewu, Kabupaten Garut, Jawa Barat.
2. Tahun 2012 lulus dari SMP Negeri 1 Cisewu, Desa Cisewu, Kecamatan Cisewu, Kabupaten Garut, Jawa Barat.
3. Tahun 2015 lulus dari SMA Negeri 12 Garut, Desa Cisewu, Kecamatan Cisewu, Kabupaten Garut, Jawa Barat.

Pendidikan Informal:

1. Mr. BOB English Village 2018

Tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan tinggi pada Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama menjadi mahasiswa di IKOPIN penulis mengikuti beberapa kegiatan diantaranya:

1. Reporter dan Announcer Swara Radio IKOPIN pada periode 2015-2017
2. Humas dan Tim Promosi IKOPIN 2016-2019
3. Generasi Baru Indonesia (Komunitas Penerima Beasiswa Bank Indonesia) IKOPIN dan Bandung.

RINGKASAN

MOCH. FEISAL ANSHARY RAMADHAN, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memutuskan Kredit Di Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Kota Tasikmalaya di bawah bimbingan Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc.

Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Tasikmalaya adalah salah satu koperasi tertua di Indonesia selain itu KSP-SPB merupakan koperasi yang berupaya meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya, dan masyarakat di sekitarnya. Usaha yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut adalah dengan menyediakan jasa simpan dan pinjam dengan mudah.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memutuskan kredit di Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Tasikmalaya. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pengumpulan kuesioner dan diimplementasikan kepada 93 orang anggota koperasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji f, koefisien determinasi serta regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel independen Bauran pemasaran secara simultan berpengaruh sebesar 16,7% terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam memutuskan kredit di Koperasi Simpan Pinjam Simpenan

Pameungkeut Banda Kota Tasikmalaya. Secara umum bauran pemasaran yang dilakukan Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan anggota dan anggota merasa puas dari semua aspek bauran pemasaran.



IKOPIN

ABSTRACT

MOCH. FEISAL ANSHARY RAMADHAN, Effect of Marketing Mix on Consumer Decision Making Process in Deciding Credit at Credit Union Simpenan Pameungkeut, Banda, Tasikmalaya under the guidance of Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc.

Credit Union Simpenan Pameungkeut Banda Tasikmalaya is one of the oldest cooperatives in Indonesia, besides that KSP-SPB is a cooperative that seeks to improve the welfare of members in particular, and the surrounding community. The effort taken to realize this goal is to provide savings and loans services easily.

This study aims to analyze the effect of the marketing mix on consumer decision making in deciding credit at the Credit Union Simpenan Pameungkeut, Banda, Tasikmalaya. The data in this study were collected through questionnaire collection and implemented in 93 cooperative members. The data analysis method used is quantitative analysis, namely reliability test, validity test, classic assumption test, t-test, and f test, coefficient of determination and multiple linear regression.

From the results of this study, it is known that the independent variable of the marketing mix simultaneously has an effect of 16.7% on consumer decision making processes in deciding credit at the Credit Union Simpenan Pameungkeut Banda, Tasikmalaya. In general, the marketing mix carried out by the Credit Union in Pameungkeut Banda was able to meet the needs and desires of members, and members were satisfied with all aspects of the marketing mix.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kesehatan dan limpahan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memutuskan Kredit Di Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Kota Tasikmalaya”** dengan lancar dibaawah bimbingan Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program manajemen di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, dorongan dan serta kasih sayang yang diberikan dari berbagai pihak. Dengan rasa kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua dan ade saya yang tercinta, atas segala doa, semangat, motivasi dan semangat yang menjadi pendorong kekuatan bagi saya, untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Yang terhormat Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan telah mengarahkan penulisan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku penelaah jurusan yang telah memberikan masukan dan saran-saran dalam penulisan skripsi.

4. Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku penelaah koperasi yang telah memberikan masukan dan saran-saran dalam penulisan skripsi.
5. Bapak/Ibu Doesen IKOPIN semua yang bersedia setiap saat untuk berbagi penulis dengan penulis selama menjadi mahasiswa IKOPIN.
6. Untuk sahabat yang setia menemani dari semester satu Deni Fauzi, Muhammad Lukman Hakim samapai siding akhir,
7. Teman – teman yang membantu dalam pembuatan skripsi Endah, Widhi, Lala dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
8. Terimakasih juga buat Sakina Ade mahasiswa kampus sebelah yang selalu menyemangati dan menemani selama pembuatan skripsi.
9. Adinda Oktaseska Agata yang menemani penelitian di Tasikmalaya.
10. Teman – teman kost Wisma Jayalaras Homestay, Haekal, Fauzan, Khairul, Didin, Ghifar, Bor Teguh, Dimas, Bang Billy, Bang Erik, Bang Dewo, Bu Rita, Pak Iwan dan Semuanya.
11. Terimakasih juga untuk Bank Indonesia dan Pemprov Jawa Barat yang telah memberikan bantuan berupa beasiswa dan pengalamannya selama kuliah
12. Untuk GenBI IKOPIN dan GenBI Bandung yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga.

Semoga apa yang telah diberikan kepada penulis semuanya mendapat Ridho allah SWT. Aamiin ya robbal alamin. Serta skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para

pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan. Saran dan kritik sangat diharapkan guna perbaikan karya tulis selanjutnya. Terimakasih.

Jatinangor, April 2018

Moch. Feisal Anshary Ramadhan



IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
RINGKASAN	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 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 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Pendekatan Masalah	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	12
2.1.1.1 Jati diri Koperasi	13
2.1.1.2 Definisi Koperasi	13
2.1.1.3 Nilai-Nilai Kopeasi	13
2.1.1.4 Prinsip Koperasi	14
2.1.1.5 Ciri-Ciri Koperasi	14
2.1.1.6 Bentuk dan Jenis Koperasi	16
2.1.1.7 Pendekatan Manfaat Ekonomi Anggota	19
2.1.2 Pendekatan Pemasaran	22

2.1.3	Kerangka Berfikir	29
2.2	Metode Penelitian.....	30
2.2.1	Metode Penelitian Yang Digunakan	30
2.2.2	Data Yang Diperlukan	30
2.2.2.1	Operasionalisasi Variabel	31
2.2.3	Sumber Data dan Cara Menentukannya	33
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.2.4.1	Skala Pengukuran Variabel.....	35
2.2.5	Teknik Penarikan Sampling.....	36
2.2.6	Teknik Analisis Data	37
2.2.6.1	Method Of Successive Interval (MSI)	38
2.2.6.2	Uji Validitas Dan Uji Realibilitas	39
2.2.6.2.1	Uji Validitas	39
2.2.6.2.2	Uji Realibilitas	40
2.2.6.2.3	Uji Asumsi Klaasik	40
2.2.6.2.3.1	Uji Normalitas	40
2.2.6.2.3.2	Uji Multikolinearitas	41
2.2.6.2.3.3	Uji Heteroskedostisitas.....	42
2.2.6.2.3.4	Uji Autokorelasi	42
2.2.6.2.4	Uji Hipotesis	43
2.2.6.2.4.1	Teknik Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
2.2.6.2.4.2	Uji F	43
2.2.6.2.4.3	Uji T	44
2.2.6.2.4.4	Koefisien Determinasi (<i>R²</i>)	45
2.2.7	Tempat Penelitian	46
2.2.8	Jadwal Waktu Penelitian.....	46
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	47
3.1	Keadaan Umum Organisasi dan Manajemen	47
3.1.1	Sejarah Terbentuknya Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda	47

2.1.3 Mitra Usaha/Kerjasama Koperasi SP-SPB.....	50
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda	51
3.1.3 Keadaan Anggota	53
3.1.4 Kegiatan Usaha Kopeasi.....	53
3.1.5 Keadaan Permodalan dan Keuangan KSP-SPB Tasikmalaya.....	57
3.1.5.1 Keadaan Permodalan	57
3.1.5.2 Keadaan Keuangan.....	58
3.1.5.3 Rasio Keuangan.....	59
3.1.6 Organisasi Yang Terkait	61
3.2 Keadaan Umum Wilayah Kerja KSP-SPB.....	62
3.2.1 Keadaan Fisik dan Geografis.....	62
3.2.2 Keadaan Ekonomi	62
3.2.2.1 Mata Pencarian	62
3.2.2.2 Sarana dan Prasarana Ekonomi	62
3.3.1 Implementasi.....	63
3.3.1.1 Definisi Koperasi	63
3.3.2 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	64
3.3.3 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Identitas Responden	77
4.2 Tanggapan Anggota Terhadap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	77
4.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian	80
4.3.1 Uji Validitas	80
4.3.1.1 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Produk	80
4.3.1.2 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Harga	81
4.3.1.3 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Promosi	82
4.3.1.4 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Tempat	82
4.3.1.5 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Bukti Fisik	83

4.3.1.6	Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Orang	84
4.3.1.7	Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Proses.....	85
4.3.1.8	Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan	86
4.3.2	Uji Reliabilitas	86
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	88
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas.....	91
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas	92
4.3.3.4	Uji Autokorelasi.....	93
4.3.4	Alat Uji Hipotesis	94
4.3.5	Uji Regresi Parsial (Uji T).....	109
4.3.6	Uji Regresi Simultan (Uji F).....	117
4.4	Manfaat Ekonomi Koperasi Yang Diterima Anggota	118
4.4.1	Manfaat Ekonomi Langsung.....	118
4.4.2	Manfaat Ekonomi Tidak Langsung	119
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Saran	121
LAMPIRAN	123

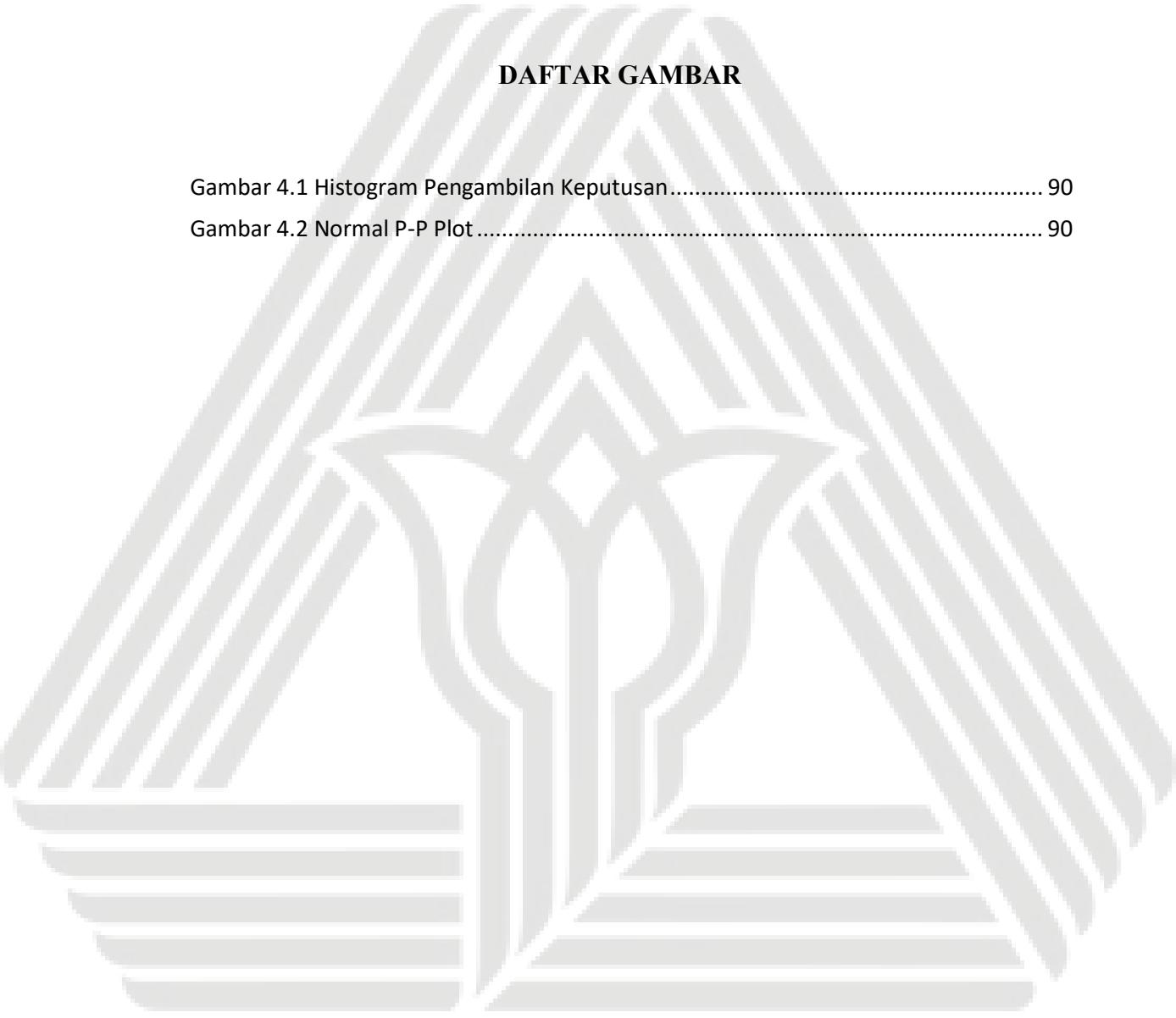
IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Permodalan Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Tahun 2013 – 2017	3
Tabel 1.2 Perkembangan Volume Pinjaman selama Tahun 2013-2017	3
Tabel 1.3 Perkembangan Keanggotaan Selama Tahun 2013-2017	4
Tabel: 1.4 Perkembangan Pendapatan SHU Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Tahun 2013-2017	7
Tabel 2.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 2.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 2.3 Pengambilan Keputusan Ada dan Tidaknya Autokorelasi	43
Tabel 3.1 Perkembangan Keanggotaan Selama Tahun 2013-2017	53
Tabel 3.2 Perkembangan Permodalan Koperasi Simpan Pinjam Simpenan Pameungkeut Banda Tahun 2014 – 2018.....	58
Tabel 3.3 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi.....	64
Tabel 3.4 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi SP-SPB.....	71
Tabel 4.1 Jumlah total responden yang diambil tiap kelas	77
Tabel 4.2 Penilaian Responden terhadap Bauran Pemasaran (X)	78
Tabel 4.3 Kriteria	78
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Produk (X1).....	81

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Harga (X2).....	81
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Promosi (X3)	82
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Tempat (X4)	83
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Bukti Fisik (X5)	83
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Orang (X6)	84
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran Proses (X7).....	85
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y)	86
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	91
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	92
Tabel 4.16 Nilai Durbin-Watson untuk Uji Autokorelasi	93
Tabel 4.17 Nilai Koefisien Regresi Produk Terhaap Proses Pengambilan Keputusan	94
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Determinasi Produk Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	95
Tabel 4.19 Nilai Koefisien Regresi Harga Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	96
Tabel 4.20 Nilai Koefisien Determinasi Harga Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	97
Tabel 4.21 Nilai Koefisien Regresi Promosi Terhadap Proses Pengambilan Keputusan....	97
Tabel 4.22 Nilai Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	98
Tabel 4.23 Nilai Koefisien Regresi Tempat Terhadap Proses Pengambilan Keputusan.....	99

Tabel 4.24 Nilai Koefisien Determinasi Tempat Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	100
Tabel 4.25 Nilai Koefisien Regresi Bukti Fisik Terhadap Pengambilan Keputusan	100
Tabel 4.26 Nilai Koefisien Determinasi Bukti Fisik Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	101
Tabel 4.27 Nilai Koefisien Regresi Orang Terhadap Proses Pengambilan Keputusan.....	102
Tabel 4.28 Nilai Koefisien Determinasi Orang Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	103
Tabel 4.29 Nilai Koefisien Regresi Proses Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	103
Tabel 4.30 Nilai Koefisien Determinasi Proses Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	104
Tabel 4.31 Kesimpulan Proporsi Dari Setiap Variabel	105
Tabel 4.32 Nilai Koefisien Regresi Berganda	105
Tabel 4.33 Hasil Uji t	109
Tabel 4.34 Hasil Uji t	111
Tabel 4.35 Hasil Uji t	112
Tabel 4.36 Hasil Uji t	114
Tabel 4.37 Hasil Uji t	115
Tabel 4.38 Hasil Uji t	116
Tabel 4.39 Hasil Uji F	117
Tabel 4.40 Hasil Perhitungan Manfaat Ekonomi Langsung Pinjaman	118



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Histogram Pengambilan Keputusan.....	90
Gambar 4.2 Normal P-P Plot	90

IKOPIN