

PENGARUH BAURAN ECERAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN

(Studi Kasus Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)
Kota Bandung)

Disusun oleh:

AYU SRI WAHYUNI

C1200138

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing:

Drs. H Shofwan Azhar Solihin, M.Sc.



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan

(Studi Kasus Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Kota Bandung)

Nama : Ayu Sri Wahyuni

NIM : C1200138

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S-1 Manajemen

Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si



RIWAYAT HIDUP



AYU SRI WAHYUNI, lahir di Bandung pada tanggal 29 Agustus 2002 sebagai anak ke-2 dari pasangan suami istri yaitu Bapak Dede Tisna (Alm) dan Ibu Sopiah. Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis ialah sebagai berikut:

1. Taman Kanak Kanak Al Muhajirin : 2007 – 2008
2. Sekolah Dasar Negeri Permata Hijau : 2008 – 2014
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Rancaekek : 2014 – 2017
4. Sekolah Menengah Atas Negeri 01 Cicalengka : 2017 – 2020
5. Univesitas Koperasi Indonesia : 2020 – 2024

Selama mengikuti program Sarjana (S-1) penulis aktif dalam mengikuti unit kegiatan mahasiswa (UKM) Swara Radio sebagai Manajer Audio Design, penulis juga ikut aktif dalam kegiatan kepanitiaan lainnya yaitu sebagai berikut:

1. Kepanitiaan PK2MB sebagai Pembimbing pada tahun 2021
2. Kepanitiaan vaksin COVID-19 sebagai Koordinator Divisi Konsumsi pada tahun 2022
3. Kepanitiaan MUKERNAS BEM - SI (Musyawarah Kerja Nasional BEM Se-Indonesia) sebagai anggota Divisi Liaison Office (LO) pada tahun 2022

ABSTRACT

Ayu Sri Wahyuni. 2024. *The Influence Of The Retail Mix On Member Satisfaction As Customers. A Case Study at the Consumer Cooperative Store Unit of Bank BJB (ZIEBAR) in Bandung City, supervised by H. Shofwan Azhar Solihin.*

The retail mix is a marketing strategy that refers to several Variabels where retailers can combine these Variabels in an effort to attract consumers' attention. This study was motivated by the value of member transactions that experienced fluctuating conditions each year and there were several indicators that needed to be improved in their performance. The purpose of this study was to determine the performance of the retail mix implemented at the Consumer Cooperative Store Unit of Bank BJB (ZIEBAR), to find out the responses of members in implementing the Retail Mix at the Consumer Cooperative of Bank BJB (ZIEBAR), and to determine the effect of the retail mix on member satisfaction as consumers.

The research method used in this study is the Case Study and Quantitative methods. By measuring the response scores using a Likert scale, then measurements are carried out with statistical tests, namely validity tests, reliability tests, classical assumptions, simple linear regression analysis, and Pearson correlation tests.

The results of this study indicate that the implementation of the retail mix at the Consumer Cooperative Store Unit of Bank BJB (ZIEBAR) has been carried out well, and members consider that the implementation of the retail mix is very important for the Consumer Cooperative of Bank BJB (ZIEBAR). In the results of this study, a significance value of 0.000 was obtained with a determination value of 33.7%, and it has a positive influence between the implementation of the retail mix and member satisfaction as customers.

Keyword: Retailing Mix, Consumer Satisfaction, Cooperattive

ABSTRAK

Ayu Sri Wahyuni. 2024. Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan. Studi Kasus Pada Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Kota Bandung, di bawah Bimbingan H. Shofwan Azhar Solihin.

Bauran eceran merupakan sebuah strategi pemasaran yang mengacu pada kedalam beberapa variabel dimana peritel dapat mengombinasikan variabel variabel tersebut dalam upaya menarik perhatian konsumen. Pada penelitian ini dilatar belakangi oleh nilai transaksi anggota yang mengalami keadaan yang fluktuatif tiap tahunnya serta terdapat beberapa indikator yang perlu untuk ditingkatkan kinerjanya. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kinerja bauran eceran yang dilaksanakan di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR), mengetahui tanggapan anggota dalam pelaksanaan Bauran Eceran pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR), serta mengetahui pengaruh dari bauran eceran terhadap kepuasan anggota sebagai konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan metode Studi Kasus dan Kuantitatif. Dengan mengukur skor tanggapan anggota menggunakan skala likert, lalu dilakukan pengukuran dengan uji statistik yaitu uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan uji korelasi pearson

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran ritel pada Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) telah dilaksanakan dengan baik, dan anggota menganggap bahwa pelaksanaan bauran eceran sangat penting dilakukan oleh Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) dalam hasil penelitian ini didapat nilai signifikansi 0,000 dengan nilai determinasi sebesar 33,7%, dan memiliki pengaruh yang positif antara pelaksanaan bauran eceran terhadap kepuasan anggota sebagai pelanggan.

Kata Kunci: Bauran Eceran, Kepuasan Anggota, Koperasi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji dan Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan Rahmat dan Karunia, serta selalu memberikan pertolongan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curah limpahkan kepada jungjunan seluruh umat habibana wa nabiyana Muhammad SAW, Kepada Keluarganya, Kepada para Sahabatnya. Kepada para Tabi'it tabi'itnya, dan sampai kepada umatnya sampai akhir jaman.

Tujuan dari penulisan skripsi ini ialah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada konsentrasi Manajemen Pemasaran di Universitas Koperasi Indonesia dengan judul “Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan” studi kasus pada Unit Toko/Perdagangan Umum Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) kota Bandung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini mengalami banyak kesulitan, memiliki banyak kekurangan, serta jauh dari kata sempurna. Namun, berkat dari dorongan serta bimbingan dari banyak pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh penulis walaupun penulisan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Dengan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada seluruh pihak yang telah berperan dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Yang terhormat Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi, yang selalu sabar dalam membimbing dan telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, masukan masukan, serta ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar besarnya dan semoga Allah senantiasa membalasa kebaikan yang diberikan
2. Yang terhormat Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti selaku Dosen Penelaah Koperasi pada saat usulan penelitian yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan saran kepada penulis.
3. Yang Terhormat Drs. Dadan Hamdani, M.M selaku Dosen Penelaah Konsentrasi Pemasaran yang selalu bersabar membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Yang Terhormat Dr. Hj. Rima Elya Dasuki, SE., M.Sc selaku Dosen Penelaah Koperasi yang selalu bersabar membimbing penulis dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
6. Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian dan atas kepercayaan Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) untuk dijadikan objek penelitian oleh penulis

7. Cinta pertama dan panutan penulis yang biasa penulis sebut “Bapak” yaitu Bapak Dede Tisna (Alm). Alhamdulillah kini penulis telah berada dititik ini, menyelesaikan karya tulis sebagai persembahan terakhir. Terimakasih sudah memberikan rasa kasih sayang serta nasihat yang begitu melimpah, pengorbanan yang tiada henti, doa yang selalu terpanjatkan, dan atas kebersamaan selama enam belas tahun kehidupan penulis, terimakasih telah mengantarkan penulis ke jenjang Pendidikan tinggi ini, mengajarkan penulis apa itu kehidupan walaupun pada akhirnya penulis tetap harus tertatih terbang tanpa satu sayap.
8. Pintu surga penulis yang biasa penulis sebut “Mamah” yaitu Ibu Sopiah. Terimakasih telah berjuang melahirkan, merawat, serta membesarkan penulis dengan penuh cinta, terimakasih atas limpahan kasih sayang, limpahan doa yang selalu terlangitkan untuk anak anaknya. Terimakasih sudah menjadi ibu yang sangat hebat bagi penulis, selalu mengajarkan arti sabar dan mengalah kepada penulis, selalu mengajarkan arti kuat dalam setiap ujian yang penulis terima, semoga mamah selalu sehat dan selalu menemani penulis di setiap bagian kehidupan selanjutnya.
9. Kedua kakak saya tercinta (Yani Mulyani, S.Pd dan Neni Andriani, S.T) terimakasih atas setiap celotehan yang dapat memotivasi penulis, atas banyak arahan dalam penulisan skripsi ini, atas canda tawa yang selalu diberikan walaupun terkadang sering beradu pendapat yang berbeda. Terimakasih atas setiap dukungan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.

10. Sahabat sejak kecil penulis “Middle Gank” (Vemi Aprilianti, Gesya Amanda Yuleta, Ayu Lestari, Syafna Camila P.U, dan Hilma Nurul Huda) Terimakasih atas segala bentuk dukungan, canda tawa yang membahagiakan setiap harinya sehingga menjadi tempat pulang bagi penulis.
11. Sahabat penulis (Santika dan Muna’am) Terimakasih sudah menjadi teman pertama penulis ketika menjadi mahasiswa di Universitas Koperasi Indonesia, atas setiap bentuk dukungan, canda dan tawa, sehingga menjadi tempat penulis berkeluh kesah.
12. Teman teman “Kerajaan Majapahit” (Muna’am, Agies, Dewi, Vania, dan Ayuw) terimakasih atas segala kebersamaan, kebahagiaan, canda dan tawa, dukungan, serta motivasi yang telah diberikan, semoga pertemanan ini berlanjut hingga hari tua.
13. Teman Teman Crew Swara Radio Angkatan 24 (Esong, Maul, Kiki, Eaa, Sarah, Cinta, Abil, Male, Fikur, Hani, Sipa, dan Awmei) Terimakasih atas setiap periode yang selalu memberikan kesan baik, memberikan banyak dukungan, menjatuhkan, menghibur, dan canda tawa yang selalu membahagiakan.
14. Teman teman Manajemen C, Manajemen Pemasaran, dan Seluruh Angkatan 2020 yang telah sama sama berjuang untuk menyelesaikan studi ini.
15. Kepada diri saya sendiri “Ayu Sri Wahyuni”, Terimakasih sudah menjadi hebat, terimakasih sudah menjadi kuat, terimakasih sudah selalu belajar sabar, tolong jangan pernah takut mengambil langkah untuk kebaikan diri

sendiri, biarlah yang lalu tetap berlalu, ayo sama sama melangkah untuk maju kedepan walau disetiap langkahnya selalu ada hambatan dan rasa putus asa. Mungkin skripsi ini merupakan suatu pencapaian besar yang perlu dirayakan untuk diri sendiri. Ayu, teruslah selalu berbahagia dimanapun kamu berada, menjadi ayu yang ceria setiap harinya. Ayu, tetaplah menjadi orang baik agar hidupmu selalu dikelilingi orang baik, apapun kurang serta lebihnya dirimu mari merayakan diri sendiri. *“...Ketahuilah bahwa Allah SWT mengetahui apa yang ada dihati mu, maka takutlah kepadanya. Dan ketahuilah bahwa Allah SWT maha pengampun, maha penyantun (QS. Al – Baqarah Ayat 235).”*

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak nya kekurangan karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya penelitian selanjutnya sebagai penyempurna dari skripsi ini. Semoga penulisan ini dapat dijadikan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan bagi penulis maupun pembaca.

Jatinangor, 30 Juni 2024

Ayu Sri Wahyuni

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Aspek Teoritis.....	11
1.4.2 Aspek Praktis.....	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Pendekatan Masalah	12
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian	12
2.1.2 Pendekatan Pemasaran.....	29
2.1.3 Pendekatan Bauran Eceran	30
2.1.4 Pendekatan Kepuasan Pelanggan.....	35
2.1.6 Penelitian Terdahulu	38
2.1.7 Kerangka Berpikir.....	39
2.1.8 Hipotesis	40
2.2 Metode Penelitian.....	41
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	41
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	41
2.2.3 Sumber Data Dan Cara Menentukannya	43

2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	44
2.2.5 Analisis Data Dan Uji Hipotesis	46
2.2.6 Tempat Penelitian.....	55
2.2.7 Jadwal Penelitian	55
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	56
3.1 Keadaan Umum Organisasi.....	56
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi	56
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi.....	58
3.2 Keanggotaan Koperasi	68
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	69
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi	69
3.3.2 Kegiatan Permodalan Koperasi	73
3.3.3 Keadaan Keuangan Koperasi.....	78
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi.....	83
3.4.1 Implementasi Jati Diri Koperasi Berdasarkan Definisi	84
3.4.2 Implementasi Jati Diri Koperasi Berdasarkan Prinsip Prinsip Koperasi.....	84
3.4.3 Implementasi Jati Diri Koperasi Berdasarkan Nilai Nilai Koperasi.....	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	90
4.1 Identitas Responden Dan Informan.....	90
1. Profil Informan	90
2. Profil Responden.....	90
4.2 Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	91
4.3 Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	94
4.4 Kepuasan Anggota Pada Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	115
4.5 Pengaruh Pelaksanaan Bauran Eceran Terhadap Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan.....	121
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	134
5.1 Simpulan.....	134
5.2 Saran – Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN.....	140

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	140
Lampiran 2 Dokumentasi	144
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	145
Lampiran 4 Data Uji MSI.....	149
Lampiran 5 Uji Validitas	158
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	165
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	166
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Sederhana	167
Lampiran 9 Uji Koefisien Korelasi Pearson.....	168



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pertumbuhan Anggota Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Tahun 2019 – 2023.....	5
Tabel 1.2	Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	6
Tabel 1.3	Data Perkembangan Tingkat Transaksi Anggota Pada Unit Usaha Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	7
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan	38
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 2.3	Kriteria Tanggapan Anggota Tentang Pelaksanaan Bauran Eceran.....	47
Tabel 2.4	Kelas Interval Dari Setiap Indikator Mengenai Bauran Eceran	48
Tabel 2.5	Rekapitulasi Variabel Pelaksanaan Bauran Eceran	48
Tabel 2.6	Kriteria Tanggapan Anggota Mengenai Kepuasan Anggota	49
Tabel 2.7	Kelas Interval Dari Setiap Indikator Mengenai Kepuasan Anggota	49
Tabel 2.8	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Interval Ke Koefisien Tingkat Pengaruh	54
Tabel 3.1	Susunan Pengurus Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	62
Tabel 3.2	Susunan Pengawas Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	65
Tabel 3.3	Susunan Pembina Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	66
Tabel 3.4	Susunan Karyawan Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	67
Tabel 3.5	Keanggotaan Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) 2019-2023.....	69
Tabel 3.6	Perkembangan Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Tahun 2019 – 2023	76
Tabel 3.7	Perkembangan Simpanan Pokok Dan Simpanan Wajib Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	77
Tabel 3.8	Kriteria Rasio Likuiditas	79
Tabel 3.9	Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	79
Tabel 3.10	Kriteria Rasio Solvabilitas	80
Tabel 3.11	Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Konsumen Bank BJB	81
Tabel 3.12	Kriteria Rasio Rentabilitas	82
Tabel 3.13	Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Konsumen Bank BJB	82
Tabel 3.14	Prinsip Prinsip Koperasi Pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	85
Tabel 3.15	Nilai Nilai Koperasi Pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	87
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Umur.....	91

Tabel 4.3	Tanggapan Anggota Terhadap Kelengkapan Produk Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	95
Tabel 4.4	Tanggapan Anggota Terhadap Kualitas Produk Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	96
Tabel 4.5	Tanggapan Anggota Terhadap Ketersediaan Produk Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	97
Tabel 4.6	Tanggapan Anggota Terhadap Variasi Produk Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	98
Tabel 4.7	Tanggapan Anggota Terhadap Kesesuaian produk yang ditawarkan oleh Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	99
Tabel 4.8	Tanggapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditawarkan Produk Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Dibanding Pesaing	100
Tabel 4.9	Tanggapan Anggota Terhadap Harga Yang Ditawarkan Untuk Anggota Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	101
Tabel 4.10	Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Melalui Instagram Dan Whatsapp Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	102
Tabel 4.11	Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Langsung Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	103
Tabel 4.12	Tanggapan Anggota Terhadap Promosi Diskon Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	104
Tabel 4.13	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Tunai dan Non-Tunai Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	105
Tabel 4.14	Tanggapan Anggota Terhadap Keramahan, Kecepatan, Dan Ketepatan Pelayanan Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	106
Tabel 4.15	Tanggapan Anggota Terhadap Kesesuaian Jam Operasional Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	107
Tabel 4.16	Tanggapan Anggota Terhadap Kesesuaian Penerimaan Pesanan Melalui Telepon Pada Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	108
Tabel 4.17	Tanggapan Anggota Terhadap Pelayanan Keluhan Pelanggan Pada Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	109
Tabel 4.18	Tanggapan Anggota Terhadap Lokasi Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	110
Tabel 4.19	Tanggapan Anggota Terhadap Penempatan Layout Display Produk Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	111
Tabel 4.20	Tanggapan Anggota Terhadap Lahan Parkir Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	111
Tabel 4.21	Tanggapan anggota terhadap desain Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)	112
Tabel 4.22	Rekapitulasi Variabel Pelaksanaan Bauran Eceran	113
Tabel 4.23	Kesediaan Anggota Untuk Setia Terhadap Toko	115
Tabel 4.24	Kesediaan Anggota Melakukan Pembelian Ulang	116

Tabel 4.25	Kesediaan Anggota Memberikan Informasi Mengenai Produk Toko Kepada Anggota Lain.....	117
Tabel 4.26	Kesediaan Anggota Memberikan Saran Mengenai Produk Yang Perlu Dijual Di Unit Toko	117
Tabel 4.27	Kesediaan Pelanggan Untuk Tidak Terpaku Dengan Merek Dan Harga Dari Pesaing.....	118
Tabel 4.28	Kesediaan Anggota Terhadap Harga Yang Diberikan Koperasi.....	119
Tabel 4.29	Rekapitulasi Kepuasan Anggota.....	120
Tabel 4.30	Hasil Validitas Variabel Pelaksanaan Bauran Eceran (X)	122
Tabel 4.31	Hasil Validitas Variabel Kepuasan Anggota	122
Tabel 4.32	Hasil Uji Reliabilitas	123
Tabel 4.33	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	124
Tabel 4.34	Uji Heteroskedastisitas Glejser	126
Tabel 4.35	Uji Regresi Sederhana	127
Tabel 4.36	Uji T Parsial	128
Tabel 4.37	Uji Determinasi	129
Tabel 4.38	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Interval Ke Koefisien Tingkat Pengaruh.....	130
Tabel 4.39	Uji Korelasi Pearson.....	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hubungan Antara Kepuasan Anggota Dan Kinerja Bauran Eceran Koperasi	27
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).....	59
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Yang Disarankan	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	140
Lampiran 2 Dokumentasi	144
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	145
Lampiran 4 Data Uji MSI	149
Lampiran 5 Uji Validitas	158
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	165
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	166
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Sederhana	167
Lampiran 9 Uji Koefisien Korelasi Pearson	168

