

PENGARUH *MARKETING MIX* (4P) TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Unit Minimarket Koperasi PRIMKOPPOL SATBRIMOB
POLDA JABAR)

Disusun Oleh:

RISMA PUSPITA

C1210098

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Ir. Hj. Nanik Risnawati, MS



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Anggota
Sebagai Pelanggan

(Studi Kasus Pada Unit Minimarket Koperasi Primkoppol

Satbrimob Polda Jabar)

Nama : Risma Puspita

NRP : C1210098

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing

Ir. Hj. Nanik Risnawati, MS

**Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Ketua Program Studi
S1 Manajemen**

Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra. M.Si

**PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa laporan skripsi dengan **judul “Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar)”** adalah karya saya dengan arahan perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Sumedang, 07 September 2025

Risma Puspita
C1210098

IKOPIN
University

RIWAYAT HIDUP



Risma Puspita, Penulis dilahirkan di Kota Sumedang Jawa Barat pada tanggal 13 Maret 2003, penulis merupakan anak dari Bapak Asep Suherman dan Ibu Aisah S.Pd, anak kedua dari dua bersaudara. Jenjang pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut:

1. Tahun 2015 lulus dari Sekolah Dasar (SD) Negeri Tanjungsari II Kabupaten Sumedang Jawa Barat.
2. Tahun 2018 lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) Pasundan Tanjungsari Kabupaten Sumedang Jawa Barat.
3. Tahun 2021 lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Yadika Tanjungsari Kabupaten Sumedang Jawa Barat.
4. Tahun 2021 penulis mendaftar sebagai salah satu mahasiswa di Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi S1 Manajemen, Universitas Koperasi Indonesia di Kawasan Jatinangor, Kabupaten Sumedang Jawa Barat.

Selama perkuliahan penulis pernah mengikuti aktivitas kemahasiswaan yaitu:

1. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) IKOPIN *Entrepreneur Business Center* (EBC).

ABSTRACT

Risma Puspita. 2025. *The effect of the marketing mix (4P) on member loyalty at the Primkoppol Satbrimob West Java Regional Police Cooperative Minimarket Unit, under the guidance of Nanik Risnawati.*

Primkoppol Cooperative is an institution composed of POLRI personnel and has eight business units, one of which is a minimarket, which is the focus of this study. The main issue identified is the low level of member loyalty, which is suspected to be caused by the suboptimal implementation of the marketing mix.

This study employs a case study approach, using descriptive analysis techniques to draw conclusions from the data obtained. Data collection was conducted using a Likert scale and scoring techniques, and processed using the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) application.

The analysis results indicate that the marketing mix has a significant and positive influence on member loyalty. This finding suggests that the better the implementation of marketing mix elements, such as product suitability to member needs and increased promotional frequency, the greater the impact on enhancing member loyalty toward the cooperative.

Keywords: Marketing Mix, Member Loyalty, Cooperative

IKOPIN
University

ABSTRAK

Risma Puspita. 2025. Pengaruh *marketing mix* (4P) terhadap loyalitas anggota di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar, di bawah bimbingan Ibu Nanik Risnawati.

Koperasi Primkoppol merupakan lembaga yang terdiri dari personel POLRI dan memiliki delapan unit usaha, salah satunya adalah minimarket, yang menjadi fokus penelitian ini. Masalah utama yang diidentifikasi adalah tingkat loyalitas anggota yang rendah, yang diduga disebabkan oleh implementasi strategi pemasaran campuran yang kurang optimal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, dengan teknik analisis deskriptif untuk menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala likert dan teknik penilaian, serta diproses menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Hasil analisis menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas anggota. Temuan ini menyarankan bahwa semakin baik implementasi elemen bauran pemasaran, seperti kesesuaian produk dengan kebutuhan anggota dan peningkatan frekuensi promosi, semakin besar dampaknya dalam meningkatkan loyalitas anggota terhadap koperasi.

Kata Kunci: Marketing Mix, Loyalitas Anggota, Koperasi

IKOPIN
University

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Anggota Sebagai Pelanggan”** (Studi Kasus Unit Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar). Skripsi ini merupakan tugas sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil. Dengan kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Ibu tercinta Aisah S. Pd dan Bapak Asep Suherman kedua orang tua, atas doa-doa yang tak henti-hentinya, dukungan tanpa syarat sepanjang proses penulisan skripsi ini, memberi semangat, dan memotivasi di setiap tahap penulisan skripsi ini. Mereka memiliki semangat dan perhatian yang luar biasa, yang membuat penulis terus berjuang agar mewujudkan cita-cita yang mereka impikan. Penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati, MS selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan masukan, dan motivasi yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Yang terhormat Bapak Drs. Deddy Supriyadi, MSC selaku dosen penguji

konsentrasi yang telah memberikan masukan serta dukungan untuk penelitian ini.

3. Yang terhormat Bapak Drs. H. Iwan Mulyana, SE., M.Si selaku dosen penguji koperasi yang telah memberikan masukan serta dukungan untuk penelitian ini.
4. Yang terhormat Ibu Dr. Ami Purnamawati, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
5. Yang terhormat Bapak Dr. Heri Nugraha, SE,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Yang terhormat Prof. Dr. H. Sugiyanto, Drs., M.Sc telah menjadi dosen wali selama penulis aktif menjadi mahasiswa di Universitas Koperasi Indonesia.
7. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama peneliti menempuh Pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
8. Seluruh karyawan dan staf keuangan, staf sekretariat yang telah memberikan ilmu maupun pelayanan dengan baik selama ini, memberikan bantuan kepada penulis.
9. Seluruh pengurus terutama Bapak Sukamto, dan anggota Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar atas kerja sama yang begitu baik dari mereka, yang telah memfasilitasi dan memudahkan penelitian ini.

10. Terima kasih sebesar-besarnya kepada teteh, aa, dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa-doa dalam tahap penyusunan skripsi.
11. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang keras, bersabar, dan tetap berusaha mencapai akhir dari proses penyusunan skripsi ini. Meskipun di tengah perjalanan terasa lelah, bingung, dan bahkan ada keinginan untuk menyerah, penulis tetap mempertahankan semangat dan berusaha menyelesaikan tugas ini hingga selesai.
12. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seseorang C1200237 yang sangat berarti dalam hidup ini, atas doa, bantuan, kesabaran, dan pengertian yang selalu diberikan selama perjuangan ini. Ketika penulis merasa lelah dan ingin menyerah, kehadiran dan semangatnya membuat penulis tetap bersemangat. Semoga hasil ini menjadi awal dari perjalanan panjang kita menuju masa depan yang lebih baik.
13. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Hanum, Nizar yang telah bekerja keras, bersabar, dan bertahan sepanjang proses panjang penulisan skripsi. Di tengah kebingungan dan kelelahan, para penulis terus berjuang untuk bertahan dan menyelesaikan tugas ini hingga akhir. Mereka juga terus memberikan dukungan meskipun terkadang merasa tidak mampu. Semoga temuan ini dapat menjadi titik awal untuk memperoleh pengetahuan lebih lanjut dan menjadi lebih baik.
14. Terima kasih teruntuk teman-teman yang telah menjadi teman seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu per satu, atas bantuan, doa, humor, serta

kebersamaan yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini. Setiap bantuan dan kebaikan yang diberikan sangat berharga dan akan selalu diingat oleh penulis, meskipun nama mereka tidak tercantum.

15. Teruntuk kelas Manajemen B dan Manajemen Bisnis A terima kasih sudah menemani disaat mata kuliah pagi sampai sore, dan berjuang bersama-sama.

16. Teman sebimbingan terima kasih telah membantu dan mendukung menyusun skripsi sampai akhir ini.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap saran-saran dan masukan dapat menjadi pelajaran bagi kedepannya. Semoga tulisan ini bisa memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya.

Sumedang, 07 September 2025

Risma Puspita

IKOPIN
University

2.1.6 Pendekatan Loyalitas Konsumen.....	43
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	50
2.1.8 Kerangka Berpikir.....	51
2.1.9 Hipotesis Penelitian	52
2.2 Metode Penelitian	53
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	53
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	53
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	56
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	57
2.2.5 Analisis Data.....	59
2.2.6 Tempat Penelitian	65
2.2.7 Jadwal Penelitian	65
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	66
3.1 Keadaan Umum Organisasi	66
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar....	66
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Primkoppol Satbirmob Polda Jabar.....	70
3.2 Keanggotaan Koperasi.....	76
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi.....	78
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar	78
3.3.2 Permodalan Koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.....	83
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi Primkoppol Satbrimob	89
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi Primkoppol Satbrimob	89
3.4.2 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Primkoppol Satbrimob.....	91
3.4.3 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Primkoppol Satbrimob	94
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	97
4.1 Identitas Responden dan Informan	97
4.2 <i>Marketing Mix</i> (4P) Pada Koperasi Primkoppol Satbrimob	98

4.2.1 Produk	99
4.2.2 Harga.....	102
4.2.3 Tempat	106
4.2.4 Promosi	111
4.2.5 Rekapitulasi Variabel <i>Marketing Mix</i> (4P).....	114
4.3 Loyalitas Anggota Pada Koperasi Primkoppol Satbrimob	115
4.3.1 Pembelian Ulang.....	115
4.3.2 Pengalaman Belanja.....	116
4.3.3 Ketetapan/Kesetiaan	117
4.3.4 Perekomendasian	118
4.3.5 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Anggota	120
4.4 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (4P) Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Primkoppol Satbrimob Poldo Jabar	120
4.5 Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Melalui <i>Marketing Mix</i> (4P) Pada Koperasi Primkoppol Satbrimob Poldo Jabar	122
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Simpulan.....	124
5.2 Saran-Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Perkembangan Anggota Primkoppol Satbrimob	5
Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Unit Minimarket Primkoppol Satbrimob	7
Tabel 1.3 Perkembangan Partisipasi Anggota Unit Minimarket Primkoppol.....	8
Tabel 1.4 Loyalitas Anggota	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel	55
Tabel 2.3 Interval Skor Jawaban Sub Indikator Vab <i>Marketing Mix</i> dan Loyalitas Anggota	60
Tabel 2.4 Rekapitulasi Variabel <i>Marketing Mix</i>	61
Tabel 2.5 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Anggota	61
Tabel 3.1 Rincian Perkembangan Anggota Primkoppol Satbrimob	77
Tabel 3.2 Keadaan Permodalan Koperasi Primkopool Satbrimob Polda Jabar	84
Tabel 3.3 Perkembangan Rasio Likuiditas Primkoppol Satbrimob Polda Jabar	85
Tabel 3.4 Perkembangan Rasio Solvabilitas Primkoppol Satbrimob Polda Jabar	87
Tabel 3.5 Perkembangan Rasio Rentabilitas Primkoppol Satbrimob Polda Jabar	88
Tabel 3.6 Implementasi Definisi Koperasi Primkoppol Satbrimob	89
Tabel 3.7 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi Primkoppol Satbrimob	91
Tabel 3.8 Implementasi Nilai-nilai Koperasi Primkoppol Satbrimob	94
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
Tabel 4.2 Identitas Informan	98
Tabel 4.3 Kelengkapan Produk	100
Tabel 4.4 Keanekaragaman Produk	101
Tabel 4.5 Kualitas Produk	102
Tabel 4.6 Harga Sesuai Dengan Kualitas	103
Tabel 4.7 Perbandingan Harga Dengan Pesaing	104
Tabel 4.8 Perbedaan Harga Anggota dan Non Anggota	106
Tabel 4.9 Lokasi Mudah Dijangkau	107

Tabel 4.10 Jam Pelayanan.....	108
Tabel 4.11 Kenyamanan, Keamanan, dan Kebersihan Tempat	109
Tabel 4.12 Penataan Barang Kurang Rapi	110
Tabel 4.13 Tempat Parkir.....	111
Tabel 4.14 Promosi Penjualan	112
Tabel 4.15 Keaktifan Penyebaran Informasi.....	113
Tabel 4.16 Rekapitulasi Variabel <i>Marketing Mix</i> (4P)	114
Tabel 4.17 Pembelian Ulang	116
Tabel 4.18 Pengalaman Belanja.....	117
Tabel 4.19 Ketetapan/Kesetiaan.....	118
Tabel 4.20 Rekomendasi	119
Tabel 4.21 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Anggota	120
Tabel 4.22 Hasil Uji Kolerasi Rank Spearman	121

IKOPIN
University

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang	43
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	52
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.....	71
Gambar 3.2 Struktur Organisasi yang Dianjurkan	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	129
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	131
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Responden.....	132
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	133



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Anggota
Sebagai Pelanggan
(Studi Kasus Pada Unit Minimarket Koperasi Primkoppol
Satbrimob Polda Jabar)

Nama : Risma Puspita

NRP : C1210098

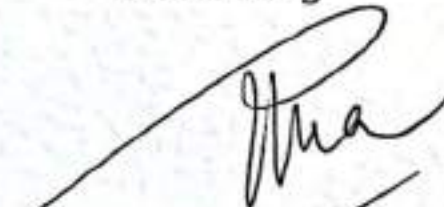
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing


Ir. Hj. Nanik Risnawati, MS

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
S1 Manajemen


Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si




Dr. Ami Purnamawati, Dra. M.Si