

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA

(Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia
RSUD Majalaya)

Disusun Oleh:

Marisa Evenia

C1190196

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing: Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si.



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Anggota
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi
Konsumen Mulia RSUD Majalaya)

Nama : Marisa Evenia

NIM : C1190196

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

**Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen**



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP

Marisa Evenia lahir pada tanggal 08 Juni 2000 di Bandung, Jawa Barat. Putri kelima dari lima bersaudara dari bapak Mamat Supriatna dan ibu Nani Suhaeni, yang bertempat tinggal di Kp Patrol RT 01 RW 07 Desa Ibum Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung. Adapun Riwayat Pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2012 telah menyelesaikan Pendidikan di SDN Patrol
2. Tahun 2015 telah menyelesaikan Pendidikan di SMPN 1 Ibum
3. Tahun 2018 telah menyelesaikan Pendidikan di SMA KP 1 Paseh

Penulis tercatat sebagai mahasiswa di Universitas Koperasi Indonesia Jatinangor pada tahun 2019, dengan Program Studi Sarjana Manajemen, konsentrasi Manajemen Bisnis.

ABSTRACT

Marisa Evenia. 2023. *The effect of the retail marketing mix on member loyalty. Case Study on Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya, under the guidance of Ami Purnamawati.*

Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya is a cooperative that runs three business units, namely savings and loans, trading, partners and services. The problem faced by Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya in the trading business unit is the lack of member loyalty caused by the lack of optimal implementation of the retail marketing mix.

The purpose of this study is to find out an overview of the retail marketing mix, member loyalty, the influence of the retail marketing mix on member loyalty and efforts to increase member loyalty through the retail marketing mix. This research uses a problem approach with management theories, retail business, consumer loyalty and cooperatives.

The method used in this study is a case study, the data obtained are analyzed descriptively quantitatively. The results of data processing obtained through interviews, questionnaires, observations, and literature are analyzed in a quantitative descriptive manner.

The results show that the retail marketing mix had a positive and significant effect on member loyalty, the members expected the retail marketing mix implemented by Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya to be further improved so that members would be more loyal to the cooperative. The indicators most expected by members are the provision of product price information and the provision of freight forwarding services.

Keywords: Retail Marketing Mix, Member Loyalty, Cooperative

ABSTRAK

Marisa Evenia. 2023. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Anggota. Studi Kasus Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya, di bawah bimbingan Ami Purnamawati.

Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya merupakan koperasi yang menjalankan tiga unit usaha yaitu simpan pinjam, perdagangan, rekanan dan jasa. Permasalahan yang dihadapi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya pada unit usaha perdagangan yaitu kurangnya loyalitas anggota yang disebabkan oleh kurang maksimalnya pelaksanaan bauran pemasaran ritel.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui gambaran tentang bauran pemasaran ritel, loyalitas anggota, pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap loyalitas anggota dan upaya untuk meningkatkan loyalitas anggota melalui bauran pemasaran ritel. Penelitian ini menggunakan pendekatan masalah dengan teori-teori manajemen, bisnis ritel, loyalitas konsumen dan perkoperasian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil pengolahan data yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner, observasi, studi Pustaka dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, para anggota mengharapkan bauran pemasaran ritel yang dilaksanakan oleh Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya lebih ditingkatkan lagi agar para anggota lebih loyal terhadap koperasi. Indikator yang paling diharapkan oleh para anggota adalah penyediaan informasi harga produk dan penyediaan jasa pengiriman barang.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Ritel, Loyalitas Anggota, Koperasi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Anggota”

Dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis banyak mendapat bimbingan, pengarahan dan bantuan dari semua pihak sehingga proposal ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberikan saran.
2. Ibu Dr. Rima Elya Dasuki, SE., M.cs selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan saran dan kritik dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati, MS selaku dosen penelaah koperasi yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan saran dan kritik dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis, selama penulis menempuh Pendidikan.
5. Seluruh staff administrasi dan sekretariat Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan arahan, bantuan dan informasi kepada Penulis.

6. Seluruh keluarga besar Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya terutama bapak Agus Heryadi, SE selaku asisten manajer Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya yang telah memberi izin penelitian dan memberikan informasi dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis Bapak Mamat Supriatna dan Ibu Nani Suhaeni yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta nasehat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga khususnya kakak-kakak tersayang Teh Idah, A Iip, Teh Mila, A Heri, A Wawan, Teh Uli, A Agus, Teh Puput yang banyak memberikan dukungan serta dorongan moral dan material hingga selesainya penulisan skripsi ini.
9. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi Sarjana Manajemen Angkatan 2019 Universitas Koperasi Indonesia khususnya teman-teman kelas ekstensi yang telah saling memberikan semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun diharapkan agar dapat menjadi bahan perbaikan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Jatinangor, Agustus
2023

Marisa Evenia

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	16
1.3.1 Maksud Penelitian.....	16
1.3.2 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	16
1.4.2 Kegunaan Praktis	16
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	17
2.1 Pendekatan Masalah	17
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian	17
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	26
2.1.3 Pendekatan Bisnis Ritel.....	27
2.1.4 Pendekatan Bauran Pemasaran Ritel.....	29
2.1.5 Pendekatan Loyalitas Konsumen.....	36
2.2 Kerangka Pikir	40
2.3 Hipotesis Penelitian	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 Menentukan Sumber Data	44
2.2.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	47
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian.....	58
2.2.7 Jadwal Penelitian	58
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	59
3.1 Keadaan Umum Organisasi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.....	59
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya....	59
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	62
3.2 Keanggotaan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.....	69
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.....	70
3.3.1 Kegiatan Usaha Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	70
3.3.2 Permodalan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	76
3.3.3 Keuangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.....	77
3.4 Implementasi Jati Diri Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya ..	80
3.4.1 Implementasi Definisi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya ...	81
3.4.2 Implementasi Prinsip Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.....	83
3.4.3 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	88
4.1 Identitas Responden	88
4.2 Bauran Pemasaran Ritel Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.....	95
4.2.1. Produk	96
4.2.2. Harga	102
4.2.3. Promosi.....	106
4.2.4. Pelayanan.....	110
4.2.5 Fasilitas Fisik	117
4.2.6 Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran Ritel.....	121
4.3 Loyalitas Anggota Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	122
4.3.1 Pembelian Berulang dan Teratur	122
4.3.2 Pengalaman Berbelanja	123
4.3.3 Ketetapan atau Kesetiaan	124
4.3.4 Rekomendasi	125
4.3.5 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Anggota.....	126

4.4 Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya	127
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	127
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	131
4.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	133
4.4.4 Uji Hipotesis	135
4.5 Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Melalui Bauran Pemasaran Ritel Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya .	138
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Simpulan	140
5.2 Saran-Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	145

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perkembangan Jumlah Anggota.....	3
Tabel 1. 2 Perkembangan Simpanan.....	4
Tabel 1. 3 Perkembangan Penyaluran Pinjaman	4
Tabel 1. 4 Volume Usaha Unit Rekanan dan Jasa.....	5
Tabel 1. 5 Penjualan Usaha Jasa Perdagangan.....	6
Tabel 1. 6 Perkembangan Partisipasi Anggota.....	6
Tabel 1. 7 Loyalitas Anggota	7
Tabel 3. 1 Data Karyawan KOPMEN Mulia	68
Tabel 3. 2 Perkembangan Jumlah Anggota KOPMEN MULIA	70
Tabel 3. 3 Perkembangan Simpanan Anggota	74
Tabel 3. 4 Perkembangan Pinjaman Anggota	74
Tabel 3. 5 Perkembangan Penjualan Usaha Jasa Perdagangan	75
Tabel 3. 6 Volume Usaha Unit Rekanan dan Jasa.....	76
Tabel 3. 7 Perkembangan Modal Koperasi	77
Tabel 3. 8 Standar Pengukuran Keuangan Koperasi	78
Tabel 3. 9 Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi.....	78
Tabel 3. 10 Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi	79
Tabel 3. 11 Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi	80
Tabel 3. 12 Implementasi Definisi Koperasi.....	81
Tabel 3. 13 Implementasi Prinsip Koperasi	83
Tabel 3. 14 Implementasi Nilai Koperasi	86
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	90
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	92
Tabel 4. 6 Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	93
Tabel 4. 7 Identitas Responden Berdasarkan Tanggungan	94
Tabel 4. 8 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	95

Tabel 4. 9 Kelengkapan Produk	96
Tabel 4. 10 Penyediaan Produk Pelengkap	97
Tabel 4. 11 Keragaman Merek Produk.....	98
Tabel 4. 12 Penyediaan Produk Yang Konsisten	100
Tabel 4. 13 Produk Sesuai Pasar Sasaran.....	101
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Produk.....	102
Tabel 4. 15 Harga Produk di Bawah Pasar.....	103
Tabel 4. 16 Harga Produk Sesuai Pasar	104
Tabel 4. 17 Harga Produk di Atas Pasar	105
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Harga	106
Tabel 4. 19 Promosi Dengan Spanduk.....	107
Tabel 4. 20 Promosi Dengan Diskon, Voucher, dan Kupon.....	108
Tabel 4. 21 Informasi Harga Produk	109
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Promosi.....	110
Tabel 4. 23 Waktu Pelayanan Toko.....	111
Tabel 4. 24 Pengiriman Barang	112
Tabel 4. 25 Penanganan Keluhan Konsumen.....	113
Tabel 4. 26 Penerimaan Pesanan Melalui Telepon.....	114
Tabel 4. 27 Penyediaan Fasilitas Parkir	115
Tabel 4. 28 Rekapitulasi Pelayanan.....	116
Tabel 4. 29 Lokasi Toko	117
Tabel 4. 30 Tata Letak Toko	118
Tabel 4. 31 Desain Toko	119
Tabel 4. 32 Rekapitulasi Fasilitas Fisik	120
Tabel 4. 33 Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran Ritel	121
Tabel 4. 34 Pembelian Berulang dan Teratur.....	122
Tabel 4. 35 Pengalaman Berbelanja	123
Tabel 4. 36 Ketetapan atau Kesetiaan.....	124
Tabel 4. 37 Rekomendasi.....	126
Tabel 4. 38 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Anggota	127
Tabel 4. 39 Rekapitulasi Uji Validitas Bauran pemasaran Ritel	129

Tabel 4. 40 Rekapitulasi Uji Validitas Loyalitas Anggota	130
Tabel 4. 41 Uji Reliabilitas	131
Tabel 4. 42 Hasil Uji Normalitas Residual	132
Tabel 4. 43 Hasil Uji Linearitas.....	133
Tabel 4. 44 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	134
Tabel 4. 45 Besarnya Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel (X) Terhadap Loyalitas Anggota (Y).....	135
Tabel 4. 46 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Tata Letak Produk Koperasi	10
Gambar 1. 2 Ketidaksesuaian Penempatan Petunjuk Harga	10
Gambar 1. 3 Buku Pencatatan Belanja Harian Anggota.....	12
Gambar 1. 4 Penyediaan Fasilitas Parkir	13
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi KOPMEN Mulia.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Koperasi Yang Disarankan.....	145
Lampiran 2 Kuesioner.....	145
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	152
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	145
Lampiran 5 Wawancara Bersama Karyawan Koperasi	159
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran Ritel	160
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Loyalitas Anggota	164
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	166
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas	170
Lampiran 10 Hasil Uji Linearitas	174
Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	181
Lampiran 11 Keadaan Unit Toko Koperasi	184