

**PENGARUH *PATRONAGE BUYING MOTIVE* TERHADAP  
PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN**

(Studi Kasus pada Unit Minimarket Cicendomart di Koperasi Karyawan

Rumah Sakit Mata Cicendo Kota Bandung)

**SKRIPSI**

Disusun oleh :

**VIDYA RETNO NINGTYAS**

**C115O359**

Dosen Pembimbing :

**Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc**



**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

**2019**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Patronage Buying Motive* Terhadap Partisipasi Anggota  
Sebagai Pelanggan

Nama Mahasiswa : Vidya Retno Ningtyas

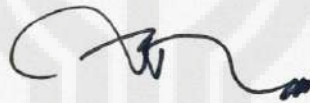
Nomor Pokok : C1150359

Program Studi : S1-Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

### MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing,



**Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc.**

Direktur Program Studi,



**Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc.**

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis lahir pada tanggal 19 Maret 1996 di Batang, Jawa Tengah. Merupakan anak pertama dari Keluarga Bapak Atis Sutisna dan Ibu Retno Yuliani

Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2002 lulus dari TK Puri Madani, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
2. Tahun 2008 lulus dari SD Negeri Bojong Sempur, Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung, Jawa Barat;
3. Tahun 2011 lulus dari SMP Negeri 1 Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat;
4. Tahun 2014 lulus dari SMK Guna Dharma Nusantara, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Tahun 2015 penulis tercatat sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama di IKOPIN penulis mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya:

1. Anggota Swara Radio pada periode 2015-2018
2. Anggota English Club of IKOPIN periode 2015-2017
3. Anggota Departemen Kominfo sebagai Biro Humas dan Alumni BEM IKOPIN 2016-2017

## ABSTRACT

***Vidya Retno Ningtyas C1150359***, The Influence of Patronage Buying Motive toward Member Transaction, *case study at Cicendomart Business Unit in Koperasi Rumah Sakit Mata (KOPRUSMAT) Cicendo*, under guidance of *Dr.H.Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc.*

*This research on minimarket business unit named Cicendomart in KOPRUSMAT Cicendo that was established since 2016. Cicendomart unit is one of business cooperative in retail that the function is to make essier member to get daily product such a food, beverage, and household goods. Cicendomart not only serve members but also for not members customer.*

*Since this unit was established the profit always increase. However the sales from not member is bigger than member. This was allegedly due the lack of interest of members in the cooperative.*

*Base on that, a researcher interested to know how the patronage buying motive and how the member participation as consumer. So that, effort can be made to increase member participation as consumer through the improvement of patronage buying motives variable.*

*This research was conducted using spearman range test dan determination of coefficient to khow how the influence of patronage buying motives toward member transaction. This is also using purposive sampling technic.*

*The result show that Patronage Buying Motive have a significant related with Member Participation as Consumer with spearman range value 0,678%, so that the influence of patronage buying motive toward member participation as consumer get 45,3% the determination value. So, the change of member participation as consumer 45,3% improved by linier influence of Patronage Buying Motive and 65,7% improved by other factor. But it's examined in this study.*

## RINGKASAN

Vidya Retno Ningtyas C1150359, Pengaruh *Patronage Buying Motive* Terhadap Transaksi Anggota, studi kasus pada Unit Usaha Cicendomart pada Koperasi Rumah Sakit Mata (KOPRUSMAT) Cicendo, dibawah bimbingan Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc.

Penelitian ini berawal dari adanya unit usaha minimarket bernama Cicendomart yang ada di KOPRUSMAT Cicendo yang telah berdiri sejak tahun 2016. Unit minimarket Cicendomart merupakan unit usaha dibidang retail yang dimiliki koperasi, yang berupaya memudahkan anggotanya dalam mendapatkan barang-barang keperluan sehari-hari seperti makanan dan minuman dan juga kebutuhan rumah tangga lainnya. Selain melayani anggota, Cicendomart juga melayani konsumen non anggota yang juga merupakan keluarga dari pasien yang ada di rumah sakit.

Dari awal unit usaha berdiri pendapatan selalu naik, namun ketika dibandingkan antara penjualan ke anggota dan non anggota penjualan unit minimarket tersebut lebih banyak dari non anggota koperasi. Hal tersebut diduga terjadi karena kurangnya minat beli anggota pada koperasi.

Mengacu pada hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana minat beli berlangganan anggota cicendomart dan bagaimana partisipasi anggota sebagai pelanggan pada unit tersebut. Serta melihat bagaimana pengaruh minat beli berlangganan terhadap partisipasi anggota sebagai pelanggan. Sehingga nanti nya dapat dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan transaksi anggota melalui perbaikan variabel minat beli berlangganan.

Penelitian ini dilakukan menggunakan uji korelasi range spearman dan koefisien determinasi mengetahui bagaimana pengaruh minat beli berlangganan terhadap Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Motif Beli Berlangganan mempunyai hubungan yang erat dengan Transaksi Anggota dengan hasil perhitungan nilai spearman sebesar 0,673 sehingga pengaruh motif beli berlangganan terhadap pembelian mendapatkan nilai determinasi 45,3% artinya perubahan yang terjadi pada Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan sebesar 45,3% dipengaruhi oleh hubungan linier antara Minat Beli berlangganan sedangkan sisanya 54,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain motif beli berlangganan yang tidak diketahui.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Patronage Buying Motive* Terhadap Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”. Shalawat serta salam tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Adapun disusunnya skripsi ini sebagai suatu tugas akhir dalam rangka meraih gelar Sarjana Manajemen pada Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Skripsi ini boleh dapat terselesaikan tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Terutama dari keluarga yang merupakan motivasi utama bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini. Teruntuk Ibu (Retno Yuliani) dan Bapak (Atis Sutisna) terimakasih untuk selalu mendukung, memberikan nasihat, serta kasih sayang yang tulus pada penulis sampai detik ini. Juga adik-adik (Wanda dan Jingga) yang semangatnya selalu membuat penulis turut semangat dalam banyak hal. Tanpa mereka penulis belum tentu bisa ada di titik ini.

Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Gijanto Purbo, SE., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing selalu sabar dan baik hati disetiap kali membimbing penulis sampai selesai skripsi ini. Terimakasih, Pak, semoga bapak selalu bahagia. Bapak memang terbaikkkkk.

2. Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku Dosen Penelaah Konsentrasi.
3. Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku Dosen Penelaah Koperasi.
4. Bank Indonesia, Pemprov Jabar, dan Beasiswa PPA IKOPIN yang pernah memberikan beasiswa sehingga sangat membantu saya dalam kuliah selama ini.
5. Pengurus KOPRUSMAT Cicendo yang telah mengizinkan dan membantu penulis melakukan penelitian skripsi.
6. Mayfickie Master Imanuel P, terimakasih telah menemani tidak hanya dikala senang dan selalu membantu penulis dibanyak keadaan yang cukup sulit.
7. Irena a.k.a Qisty, Ares a.k.a Lusti, Genta Dugong a.k.a Rizki Andianto yang sudah lama bersama di SWARA RADIO. Terimakasih sudah jadi partner siaran, patner nginep distudio, partner merasakan hal horror bersama di FMS. *I LOVE YOU LIKE I LOVE THE RADIO!*
8. Bakti selaku Konsultan Asmara yang selalu mendengarkan setiap keluhan penulis dan sabar serta tanggap dalam memberikan saran. Azis yang selalu membuat penulis gemas dengan segala kekonyolan, kebodohan dan keangkuhannya. *You guys my brother and We're still the Son of POSEIDON.*
9. Intan yang selalu curhat terus menerus namun penulis tak pernah lelah mendengarkan. Yuni yang selalu menghibur dengan cerita konyolnya, Neta yang sering membuat penulis tertawa karna ke-alay-annya. Fahmi yang selalu meberikan good advice padahal wajah dia sama sekali tidak terlihat

seperti good person. Helmi, Diki, Dhika, dan Usup yang juga selalu membuat penulis tertawa dengan tingkah lakunya yang tidak bermakna.

*BJA in my heart!*

10. Raisa Humaira yang seringkali membabi buta dengan kesombongannya namun penulis tetap sayang.
11. Epenjer (Fahmi, Budi, Dhika, Al, Ican, Raisa, Qisty) yang kadang-kadang mengingatkan penulis terhadap hal-hal positif dan banyak memberi pengetahuan baru disetiap kali *nongkrong* namun sering kali barbar dalam banyak hal.
12. Asteria yang setia menjadi sahabat penulis sampai detik ini yang selalu dengan senang hati membuka kostannya untuk penulis dikala penulis membutuhkan tempat singgah.
13. Tim PKL 46 Cilolohan (Esa, Lusti, Astri, Bakti, dan Gilang) yang banyak memberikan pengalaman mistis dan ajaib selama diam di kontrakan mewah.
14. Teman-teman kelas Marketing yang selalu kompak dalam segala hal meskipun jumlahnya tidak sebanyak konsentrasi lain.
15. Semua pihak yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, doa dan bantuan yang telah diberikan pada penulis selama ini.

**Jatinangor, Juli 2019**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| RIWAYAT HIDUP.....                                 | i   |
| ABSTRACT .....                                     | ii  |
| RINGKASAN .....                                    | iii |
| KATA PENGANTAR .....                               | iv  |
| DAFTAR ISI.....                                    | vii |
| DAFTAR TABEL.....                                  | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                | xi  |
| BAB I    PENDAHULUAN.....                          | 1   |
| 1.1. Latar Belakang.....                           | 1   |
| 1.2. Identifikasi Masalah.....                     | 9   |
| 1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian .....            | 9   |
| 1.3.1.    Maksud Penelitian.....                   | 9   |
| 1.3.1.    Tujuan Penelitian .....                  | 9   |
| 1.4. Kegunaan Penelitian .....                     | 10  |
| BAB II    PENDEKATAN MASALAH .....                 | 11  |
| 2.1. Pendekatan Masalah .....                      | 11  |
| 2.1.1.    Pendekatan Perkoperasian .....           | 11  |
| 2.1.2.    Pendekatan Pemasaran .....               | 26  |
| 2.1.3.    Pendekatan Perilaku Konsumen .....       | 26  |
| 2.1.4.    Pendekatan Motif Beli Berlangganan.....  | 27  |
| 2.1.5.    Pendekatan Pembelian.....                | 32  |
| 2.2. Metodologi Penelitian.....                    | 33  |
| 2.2.1.    Metode Penelitian.....                   | 33  |
| 2.2.2.    Sumber Data dan Cara Menentukannya ..... | 35  |
| 2.2.3.    Teknik Pengumpulan Data .....            | 36  |
| 2.2.4.    Teknik Pengambilan Sample .....          | 36  |
| 2.3. Teknik Analisis Data .....                    | 38  |
| 2.3.1.    Uji Validitas.....                       | 38  |
| 2.3.2.    Uji Realibilitas.....                    | 38  |
| 2.4. Rancangan Analisis Data .....                 | 40  |
| 2.6. Jadwal Penelitian .....                       | 51  |

|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.3. Teknik Analisis Data .....                                                    | 38  |
| 2.3.1. Uji Validitas.....                                                          | 38  |
| 2.3.2. Uji Realibilitas.....                                                       | 38  |
| 2.4. Rancangan Analisis Data .....                                                 | 40  |
| 2.6. Jadwal Penelitian .....                                                       | 51  |
| BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....                                       | 52  |
| 3.1. Keadaan Umum Organisasi dan Manajemen .....                                   | 52  |
| 3.1.1. Sejarah Terbentuknya Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata<br>Cicendo.....      | 52  |
| 3.1.2. Visi dan Misi KOPRUSMAT Cicendo .....                                       | 52  |
| 3.1.3. Struktur Organisasi KOPRUSMAT Cicendo .....                                 | 53  |
| 3.2. Keanggotaan KOPRUSMAT Cicendo .....                                           | 59  |
| 3.3. Kegiatan Usaha KOPRUSMAT Cicendo .....                                        | 62  |
| 3.4. Keadaan Permodalan dan KOPRUSMAT Cicendo .....                                | 68  |
| 3.5. Implementasi Jati Diri Koperasi .....                                         | 73  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                  | 81  |
| 4.1. Motif Beli berlangganan Anggota KOPRUSMAT Cicendo pada<br>Cicendomart.....    | 81  |
| 4.2. Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan di KOPRUSMAT Cicendo .....              | 97  |
| 4.3. Pengaruh Motif Beli Berlangganan Terhadap Transaksi Anggota.....              | 102 |
| 4.4. Upaya – upaya untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan<br>105 |     |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                    | 108 |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                              | 108 |
| 5.2. Saran .....                                                                   | 109 |

IKOPIN

## DAFTAR TABEL

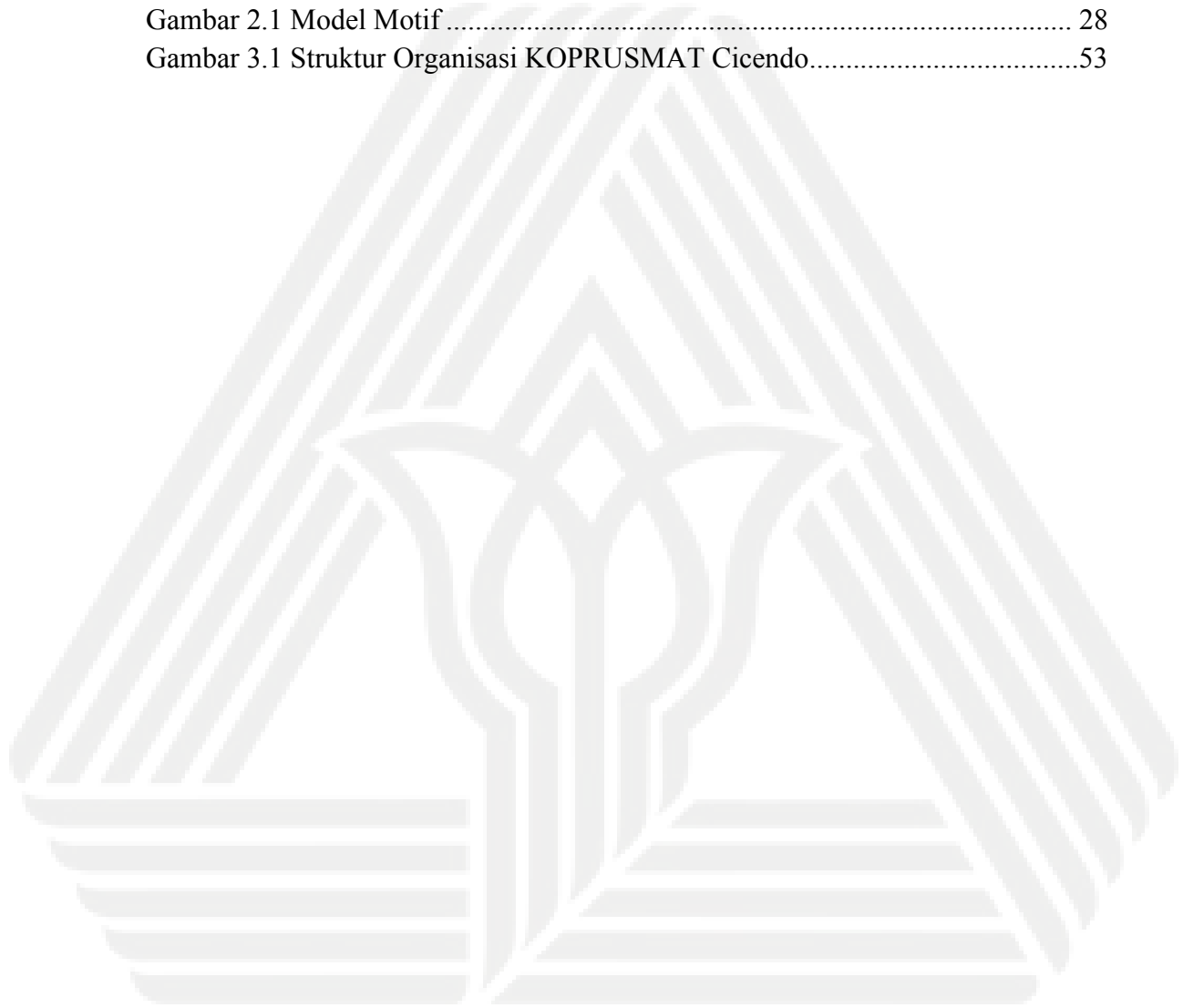
|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha KOPRUSMAT Cicendo tahun 2014-2018 .....      | 3  |
| Tabel 1.2 Penjualan Unit Cicendomart Tahun 2016 – 2018.....                               | 5  |
| Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel .....                                                 | 33 |
| Tabel 2.3 Kelas Interval .....                                                            | 41 |
| Tabel 2.4 Kelas Interval kenyamanan lokasi pada unit Cicendomart .....                    | 42 |
| Tabel 2.5 Kelas Interval kecepatan pelayanan pada unit Cicendomart .....                  | 42 |
| Tabel 2.6 Kelas Interval kemudahan dalam mencari barang pada unit Cicendomart .....       | 43 |
| Tabel 2.7 Kelas Interval kondisi toko yang tidak hiruk pikuk pada unit Cicendomart .....  | 43 |
| Tabel 2.8 Kelas Interval harga pada unit Cicendomart.....                                 | 44 |
| Tabel 2.9 Kelas Interval aneka pilihan barang pada unit Cicendomart .....                 | 44 |
| Tabel 2.10 Kelas Interval pelayanan yang ditawarkan pada unit Cicendomart....             | 45 |
| Tabel 2.11 Kelas Interval penampilan toko yang Menarik pada unit Cicendomart .....        | 46 |
| Tabel 2.12 Kelas Interval kaliber tenaga-tenaga penjualnya pada unit Cicendomart .....    | 46 |
| Tabel 2.13 Kelas Interval motif beli berlangganan di Cicendomart .....                    | 47 |
| Tabel 2.14 Kelas Interval transaksi pembelian pada unit Cicendomart.....                  | 47 |
| Tabel 2.15 Rancangan Perhitungan Korelasi .....                                           | 49 |
| Tabel 3.1 Jumlah Anggota Koprusmat Cicendo 2014-2018                                      | 61 |
| Tabel 3.2 Perkembangan Anggota KOPRUSMAT Cicendo pada tahun 2017-2018 .....               | 62 |
| Tabel 3.3 Keadaan Permodalan KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2014- 2018 .....                     | 68 |
| Tabel 3.4 Perkembangan Likuiditas KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2014-2018                       | 69 |
| Tabel 3.5 Perkembangan Solvabilitas KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2014-2018 .....               | 71 |
| Tabel 3.6 Perkembangan Rentabilitas KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2014-2018 .....               | 72 |
| Tabel 3.7 Implementasi Nilai-nilai Dasar Koperasi pada KOPRUSMAT Cicendo .....            | 74 |
| Tabel 3.8 Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi pada KOPRUSMAT Cicendo                    | 78 |
| Tabel 4.1 Tanggapan anggota mengenai kemudahan menjangkau toko                            | 81 |
| Tabel 4.2 Tanggapan anggota mengenai perangkat lunak yang memadai.....                    | 82 |
| Tabel 4.3 Tanggapan anggota mengenai pengaturan dan pengelompokan barang di etalase ..... | 83 |

|                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.6 Tanggapan anggota mengenai kemudahan mencari barang dengan adanya petunjuk di setiap lini produk..... | 84  |
| Tabel 4.7 Tanggapan anggota mengenai kondisi yang nyaman .....                                                  | 85  |
| Tabel 4.8 Tanggapan anggota mengenai Cicendomart terhindar dari kebisingan                                      | 85  |
| Tabel 4.9 Tanggapan anggota mengenai harga produk di Cicendomart.....                                           | 86  |
| Tabel 4.10 Tanggapan anggota tentang adanya potongan harga di Cicendomart.                                      | 87  |
| Tabel 4.11 Tanggapan anggota tentang ketersediaan produk di Cicendomart .....                                   | 88  |
| Tabel 4.12 Tanggapan anggota tentang kesesuaian merek di Cicendomart .....                                      | 89  |
| Tabel 4.13 Tanggapan anggota tentang pengembalian atas barang yang rusak ...                                    | 90  |
| Tabel 4.14 Tanggapan anggota tentang penawaran pembayaran kredit .....                                          | 91  |
| Tabel 4.15 Tentang <i>lay out</i> niaga di Cicendomart .....                                                    | 91  |
| Tabel 4.16 Tanggapan anggota tentang penampilan toko yang menarik dengan aksesoris toko .....                   | 92  |
| Tabel 4.17 Tanggapan anggota mengenai karyawan tentang pengetahuan di Cicendomart .....                         | 93  |
| Tabel 4.18 Tanggapan anggota mengenai keterampilan karyawan .....                                               | 94  |
| Tabel 4.19 Tanggapan anggota tentang karapihan karyawan Cicendomart .....                                       | 95  |
| Tabel 4.20 Tanggapan anggota mengenai keramahan karyawan Cicendomart....                                        | 95  |
| Tabel 4.21 Rekapitulasi Variabel Motif Beli Berlangganan.....                                                   | 96  |
| Tabel 4.22 Tanggapan anggota tentang frekuensi berbelanja di awal bulan .....                                   | 98  |
| Tabel 4.23 Tanggapan anggota tentang berbelanja di Cicendomart untuk memenuhi kebutuhan .....                   | 99  |
| Tabel 4.24 Tanggapan Anggota mengenai frekuensi berbelanja di Cicendomart .....                                 | 100 |
| Tabel 4.25 Tanggapan Anggota mengenai Jumlah Transaksi di Cicendomart...                                        | 100 |
| Tabel 4.26 Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode Skoring Tanggapan Anggota Mengenai Transaksi.....       | 102 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Hubungan Minat Beli Berlanggaan Terhadap Transaksi Anggota .....                           | 104 |

IKOPIN

## DAFTAR GAMBAR

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Motif .....                          | 28 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi KOPRUSMAT Cicendo..... | 53 |



IKOPIN