

Abstrac

Ahmad Faisal Wahyudi, *Connection Between Marketing Mix and Loyalty Member Consumer (Case Study at Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung)*, in the guidance of Ir Nanik Risawati, M. S.

KPKB is Cooperative who have member as employee of Bandung City Government who operate two Bussines Unit, that is Unit Simpan Pinjam and Unit Niaga. Based from two Bussines Units, Unit Niaga will be Inspected. Because Unit Niaga tend reductioning partitipation from member in last 5 years.

The reaserch intend to rate the Connection Between Marketing Mix did by Unit Niaga of KPKB with the loyalty ahownd by the KPKBs member. And give the advice such as effort that have to do by Unit Niaga KPKB to increase the loyaity of KPKBs member.

Research method that used is cas study method by describing every related factors by interview, observation, data collecting with questionnaire, literature review, Corelation Spearman Method analytic and Cartesius Chart.

By the discussion result we can know that the implementation of Marketing Mix of Unit Niaga KPKB which illustrated by some Marketing Mix element such as product, prive, location and promotion is not good enough in applying Markeitng Mix Element.

As for feedback of member to Marketing Mix Implementation is good enough and not good. But there is also the implementation of the votes is not good like interested and effective promotion meanwheal members hope in general is important.

For loyalty who showed by KPKB's member, who showed by rebuying, refused from the temptation of competitor and recommended to other, can be said that the level of lloyalty who showed by KPKB's member in not loyal category. In fact, there is significant connection between Marketing Mix and Member Loyalty. So for improve the member's loyalty to Unit Niaga, must fixing Marketing Mix Implementation.

The effortst who must doing by Unit Niaga to improve the level of loyalty of the members it is known that some think must to fixed by Unit Niaga KPKB. They are the price who too high, the distance to KPKB is to far, KPKB have not Branch, interested and effectived promotion are not good. And add the member to organization structure.

RINGKASAN

Ahmad Faisal Wahyudi, Hubungan Antera Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Anggota (Studi Kasus pada Unit Niaga Koperasi Pemerintah Kota Bandung), dibawah bimbingan Ir. Nanik Risnawati, M.S.

KPKB merupakan koperasi yang beranggotakan pegawai pemerintah Kota Bandung yang menjalankan dua unit usaha yaitu Unit Simpan Pinjam dan Unit Niaga. Dari kedua unit usaha KPKB tersebut, yang diteliti adalah Unit Usaha Niaga. Karena Unit Usaha Niaga cenderung mengalami penurunan partisipasi dari anggotanya dalam 5 tahun terakhir.

Penelitian ini bermaksud menilai Hubungan antara Bauran Pemasaran yang dilakukan oleh Unit Niaga KPKB dengan Loyalitas yang ditunjukkan oleh anggota KPKB. Serta memberikan saran berupa upaya apa saja yang harus dilakukan oleh pengurus Unit Niaga KPKB untuk meningkatkan Loyalitas anggota KPKB.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan mendeskripsikan setiap faktor yang terkait melalui wawancara, observasi, pengumpulan data dengan kuisioner, studi pustaka dan metode analisis korelasi Spearman dan diagram Catesius.

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pelaksanaan Bauran Pemasaran Unit Niaga KPKB yang digambarkan dengan beberapa unsur Bauran Pemasaran berupa Produl, Harga, Lokasi dan Promosi dapat dikatakan kurang baik dalam meberapkan unsur-unsur bauran pemasaran tersebut.

Adapun tanggapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran dapat dikatakan cukup baik. Namun masih ada juga yang pelaksanaannya dinilai tidak baik seperti daya Tarik promosi dan keefektifan promosi sehingga harapan anggota terhadap bauran pemasaran secara umum dapat dikatakan penting.

Untuk loyalitas yang ditunjukkan anggota KPKB, yang dilihat dari pembelian ulang, daya tahan terhadap godaan pesaing dan mereferensikan kepada orang lain, dapat disimpulkan bahwa loyalitas yang ditunjukkan anggota terhadap Unit Niaga KPKB termasuk dalam kategori tidak loyal. Padahal ada hubungan yang signifikan antara Bauran Pemasaran dan Loyalitas Anggota. Sehingga untuk meningkatkan loyalitas anggota terhadap Unit Niaga, harus diperaiki pelaksanaan bauran pemasarannya.

Hal-hal yang harus diperbaiki dalam pelaksanaan bauran pemasaran di Unit Niaga KPKB yaitu harga yang harus diturunkan, menempatkan Koperasi di area anggota berkegiatan, menambah cabang Koperasi dan membuat program, promosi seperti *delivery order*, penyebaran brosur dan mengadakan program diskon.

IKOPIN

KATA PENGANTAR