PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PINJAMAN KRB PADA KOPERASI USAHA BERSAMA RESTU BERDIKARI DI KECAMATAN SUNGAI TEBELIAN SINTANG

SKRIPSI

OLEH:

ANGGUN PERMATA SARI
NIM. 141310621

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK

2019

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PINJAMAN KRB PADA KOPERASI USAHA BERSAMA RESTU BERDIKARI DI KECAMATAN SUNGAI TEBELIAN SINTANG

Penanggung Jawab Yuridis Kepada:

ANGGUN PERMATA SARI
NIM. 141310621

Program Studi Manajemen

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus dalam Ujian Skripsi/Komprehensif Pada Tanggal : 17 September 2019

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama	Penguji Utama
Dr. H. Helman Fachri, SE, MM	**Dedi Hariyanto, SE, MM**
NIDN. 1107056101	NIDN. 1113117702
Pembimbing Pembantu	Penguji Pembantu
Sumiyati, SE, MM	**Fita Kurniasari, S.M.B., M.A.B**
NIDN. 1125117801	NIDN. 1104079002

Pontianak, 17 September 2019

Disahkan Oleh :
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
DEKAN

Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 1113117701

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Pinjaman KRB Pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari Di Kecamatan Sungai Tebelian Sintang"**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan nasehat, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak sekaligus Dosen Pembimbing Utama dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Sumiyati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua dalam penyusunan skripsi ini.
4. Pimpinan Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari yang telah memperkenankan peneliti untuk melakukan penelitian di koperasi yang dipimpinnya.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang selalu memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan yang lebih tinggi.
7. Sahabat-sahabat terbaik dan teman seangkatan yang sama-sama berjuang dalam menuntut ilmu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun dan memotivasi sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis.

Pontianak, April 2019
Penulis

Anggun Permata Sari
NIM.141310621

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan anggota dalam menggunakan pinjaman KRB pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari di Kecamatan Sungai Tebelian Sintang. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari yang pernah menggunakan Pinjaman KRB, dengan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih dengan teknik *sampling purposive.* Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji kelayakan model (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah $\hat{Y} = 15{,}069 + 0{,}435X$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,771, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan anggota adalah kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,595, yang menunjukkan bahwa 59,5% keputusan anggota dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,5% keputusan anggota dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai F_h 143,788 > F_t 3,94, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan anggota yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Anggota

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL vi
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR LAMPIRAN viii

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Permasalahan 13
C. Pembatasan Masalah 13
D. Tujuan Penelitian 14
E. Manfaat Penelitian 14
F. Kerangka Pemikiran 15
G. Metode Penelitian 16

BAB II LANDASAN TEORI 26
A. Pemasaran 26
B. Manajemen Pemasaran 27
C. Bauran Pemasaran 28
D. Keputusan Pembelian Konsumen 31

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 33
A. Sejarah Singkat Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari 33
B. Struktur Organisasi 34
C. Aspek Sumber Daya Manusia 37
D. Proses dan Persyaratan 38

BAB IV ANALISIS DAN PEMBASAHAN 41
A. Karakteristik Responden..... 41
B. Uji Instrumen 45
C. Uji Normalitas 48
D. Analisis Regresi Linier Sederhana..... 49
E. Koefisien Korelasi 50
F. Koefisien Determinasi 50
G. Uji Kelayakan Model (Uji F)..... 51

BAB V PENUTUP..... 52
A. Kesimpulan..... 52
B. Saran 53

DAFTAR PUSTAKA 54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Koperasi Yang Beroperasi Di Kecamatan Sungai Tebelian 2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Anggota 4
Tabel 1.3 Jumlah Anggota Pinjaman KRB 5
Tabel 1.4 Jumlah Simpanan Anggota 5
Tabel 1.5 Dana Yang Tersedia 6
Tabel 1.6 Dana Yang Disalurkan 7
Tabel 1.7 Jumlah Sisa Hasil Usaha 8
Tabel 1.8 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan 23
Tabel 3.1 Jumlah Pengurus 37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ... 42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota 44
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekwensi Pengajuan Pinjaman 44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X) 45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Anggota (Y) 46
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas 47
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas 48
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana 49
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Korelasi 50
Tabel 4.14 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran 16
Gambar 3.1 Struktur Organisasi 35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 56
Lampiran 2 Karakteristik Responden 61
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Mengenai Bauran Pemasaran 66
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Anggota 70
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel X 75
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y 79
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X 81
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y 82
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas 83
Lampiran 10 Hasil Analisis Linier Regresi Sederhana 84
Lampiran 11 Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi 85
Lampiran 12 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) 86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Koperasi di Indonesia mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Dalam perjalanannya, koperasi di Indonesia memiliki ruang lingkup usaha yang berbeda-beda dari waktu ke waktu yang disesuaikan dengan kondisi bangsa Indonesia. Perkembangan koperasi Indonesia terjadi sesuai perubahan zaman dan kebutuhan. Dahulu koperasi hanya menekankan pada kegiatan simpan pinjam, kemudian berkembang menjadi koperasi serba usaha yang menyediakan barang-barang konsumsi. Koperasi Indonesia kini mulai merambah pada penyediaan barang-barang untuk keperluan produksi.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1 menyebutkan bahwa “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”. Pasal 5 menjelaskan bahwa “Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilakukan secara demokratis, pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, dan kemandirian”.

Kabupaten Sintang adalah salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Kalimantan Barat. Ibukota kabupaten terletak di Kota Sintang. Kabupaten Sintang memiliki luas wilayah 21.638 km^2 dan berpenduduk ±365.000 jiwa.

Kepadatan penduduk 16 jiwa/km^2 yang terdiri dari multi etnis dengan mayoritas Suku Dayak dan Melayu.

Daerah Pemerintahan Kabupaten Sintang terbagi menjadi 14 kecamatan, 6 kelurahan dan 183 desa. Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Sintang adalah Kecamatan Sungai Tebelian. Kecamatan Sungai Tebelian terletak di antara 00 06’ Lintang Utara serta 00 40’ Lintang Selatan dan 1110 37’ Bujur Timur serta 1110 22’ Bujur Barat. Kecamatan Sungai Tebelian memiliki luas wilayah sebesar 543,30 km^2 atau 2,43 persen dari luas wilayah Kabupaten Sintang.

Adapun koperasi yang beroperasi di Kecamatan Sungai Tebelian Kabupaten Sintang dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Sintang
Koperasi Yang Beroperasi Di Kecamatan Sungai Tebelian
Tahun 2018

No.	Nama Koperasi	Alamat	Jumlah Anggota
1	KOPERASI BAROKAH LESTARI	Desa Bonet Lama	239
2	KOPERASI KARYA SAWIT MANDIRI	Desa Melayang Sari	34
3	KOPERASI MANDIRI MAKMUR	Desa Riam Kijang	255
4	KOPERASI MUSTIKA SAWIT	Desa Melayang Sari	66
5	KOPERASI NIAGA MANDIRI	Desa Rarai	300
6	KOPERASI USAHA BERSAMA RESTU BERDIKARI	Desa Kajang Baru	965
7	KOPERASI TANI RIAN BAHTERA	Desa Manter	306
8	KOPERASI KARYAWAN SUMBER KASIH	Desa RS Agape	38
9	KOPERASI PERTANIAN BINA TANI	Desa Merarai Dua	53
10	KOPERASI SIMPAN PINJAM TUT WURI HANDAYANI	Desa Merarai Satu	296
11	KOPERASI SERBA USAHA DAYA MANDIRI	Desa Lebak Ubah	71
12	KOPERASI SERBA USAHA KARYA TANI MAJU	Desa Rarai	229

Tabel 1.1
(Lanjutan)

No.	Nama Koperasi	Alamat	Jumlah Anggota
13	KOPERASI SERBA USAHA RISKY NUGRAHA	Desa Nenak	20
14	KOPERASI UNIT DESA BARU JAYA	Desa Lebak Ubah	215
15	KOPERASI UNIT DESA BINMA RAHAYU	Desa Gurung Kempadik	420
16	KOPERASI UNIT DESA BONDO SEPOLO	Desa Merarai Satu	957
17	KOPERASI UNIT DESA MADU PATI	Desa Sungai Belian	93
18	KOPERASI UNIT DESA MANUNGGAL JAYA	Desa Sungai Bris	450
19	KOPERASI UNIT DESA MITRA SAWIT JAYA	Desa Melayang Sari	363
20	KOPERASI SIMPAN PINJAM BHAKTI LESTARI	Desa Merarai 1	424
21	KOPERASI SUMBER ANUGRAH	Desa Sungai Ukoi	137
22	KOPERAS SERBA USAHA TUNGGAL MANDIRI	Desa Sungai Ukoi	50
23	KOPERASI UNIT DESA PUTRA HARAPAN	Desa Melayang Sari	198
24	KOPERASI PEGAWAI NEGERI BINA USAHA (SMK 1)	Desa Sungai Tebelian	83
25	KOPERASI KREDIT (CU) MISSIA	Desa Sungai Ukoi	69
26	KOPERASI RIMBA HARAPAN	Desa Mararai Satu	160
27	KOPERASI PRIMA AGRO MAKMUR	Desa Bancoh	888
28	KOPERASI PRODUSEN LINOH MAJU BERSAMA	Desa Sabang Surai, Nobal	25
29	KOPERASI UNIT DESA BINA WARGA	Desa Penjernang	80
30	KOPERASI UNIT DESA LINUH JAYA	Desa SKPI Nobal	36
31	KOPERASI UNIT DESA SRI RAHAYU	Desa Baya Betung	285

Sumber : Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Sintang, 2018

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat 31 (tiga puluh satu) Koperasi yang beroperasi di Kecamatan Sungai Tebelian Sintang. Koperasi yang memiliki jumlah anggota paling banyak adalah Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari dengan jumlah anggota sebanyak 965 orang, dan koperasi yang memiliki jumlah anggota paling sedikit adalah Koperasi Serba Usaha Risky Nugraha dengan jumlah anggota sebanyak 20 orang.

Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari didirikan pada tahun 1992. Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari beralamat di Jalan Senopati, Desa Kajang Baru SP. 4 Pandan, Kecamatan Sungai Tebelian. Pada Koperasi Usaha

Bersama Restu Berdikari terdapat tiga jenis simpanan yaitu simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan sukarela. Dan untuk jenis pinjaman hanya ada satu jenis pinjaman yaitu pinjaman KRB.

Dalam menjalankan kegiatannya, Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari mengalami perubahan jumlah anggota, karena adanya anggota yang masuk atau keluar. Berikut ini ditampilkan jumlah anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017:

Tabel 1.2
Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari
Perkembangan Jumlah Anggota
Tahun 2015-2017

Tahun	Jumlah Anggota Awal Tahun	Anggota (Orang)		Jumlah Anggota Akhir Tahun
		Masuk	Keluar	
2015	946	39	18	967
2016	967	35	39	963
2017	963	34	32	965

Sumber : Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari, 2018

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Jumlah anggota pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,41% dari tahun 2015, dan jumlah anggota pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 0,21% dari Tahun 2016.

Jumlah anggota pinjaman KRB dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari
Jumlah Anggota Pinjaman KRB
Tahun 2015-2017

No.	Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Naik / Turun (%)
1	2015	642	-
2	2016	592	(7,79)
3	2017	409	(30,91)

Sumber : Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari, 2018

Tabel 1.3 menunjukkan jumlah anggota pinjaman KRB pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Jumlah anggota pinjaman pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 7,79% dari tahun 2015, dan jumlah anggota pinjaman pada tahun 2017 juga mengalami penurunan sebesar 30,91% dari tahun 2016.

Jumlah simpanan anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4
Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari
Jumlah Simpanan Anggota
Tahun 2015-2017

No.	Tahun	Jumlah Simpanan (Rp.)	Naik / Turun (%)
1	2015	13.554.631.500	-
2	2016	16.103.451.500	18,80
3	2017	18.341.806.500	13,90

Sumber : Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari, 2018

Tabel 1.4 menunjukkan jumlah simpanan anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Jumlah

simpanan anggota terdiri dari simpanan pokok, wajib dan sukarela. Jumlah simpanan anggota pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 18,80% dari tahun 2015, dan jumlah simpanan anggota pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 13,90% dari tahun 2016.

Jumlah dana yang tersedia pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.5
Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari
Dana Yang Tersedia
Tahun 2015-2017

No.	Tahun	Dana Yang Tersedia (Rp.)	Naik / Turun (%)
1	2015	18.340.706.000	-
2	2016	20.454.313.000	11,52
3	2017	21.526.023.000	5,24

Sumber : Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari, 2018

Tabel 1.5 menunjukkan jumlah dana yang tersedia pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Jumlah dana yang tersedia pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 11,52% dari tahun 2015, dan jumlah dana yang tersedia pada tahun 2017 juga mengalami kenaikan sebesar 5,24% dari tahun 2016.

Jumlah dana yang disalurkan kepada anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.6
Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari
Dana Yang Disalurkan
Tahun 2015-2017

No.	Tahun	Dana Yang Disalurkan (Rp.)	Naik / Turun (%)
1	2015	18.299.575.000	-
2	2016	18.781.841.000	2,64
3	2017	20.299.181.000	8,08

Sumber : Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari, 2018

Tabel 1.6 menunjukkan jumlah dana yang disalurkan Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Jumlah dana yang disalurkan pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 2,64% dari tahun 2015, dan jumlah dana yang disalurkan pada tahun 2017 juga mengalami kenaikan sebesar 8,08% dari tahun 2016.

Pengelolaan koperasi yang profesional memerlukan sistem pertanggung jawaban yang baik dan hal itu dapat dicapai apabila koperasi sebagai badan usaha yang bergerak di bidang ekonomi melaksanakan akuntansi yaitu pencatatan keuangan tentang bagaimana koperasi itu akan dijalankan dalam kegiatan usahanya seperti badan usaha lainnya. Semakin besar SHU yang diperoleh koperasi akan meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan masyarakat pada umumnya.

Berikut ini ditampilkan sisa hasil usaha (SHU) Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017:

Tabel 1.7
Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari
Jumlah Sisa Hasil Usaha
Tahun 2015-2017

No.	Tahun	SHU (Rp.)	Naik / Turun (%)
1	2015	3.538.083.000	-
2	2016	3.463.566.000	(2,11)
3	2017	3.090.764.000	(10,76)

Sumber : Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari, 2018

Tabel 1.7 menunjukkan bahwa SHU Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 2,11% dari tahun 2015, dan SHU pada tahun 2017 juga mengalami penurunan sebesar 10,76% dari tahun 2016.

Untuk mengembangkan koperasi perlu dikaji sistem pemasaran yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan keputusan konsumen dalam memilih koperasi. Keputusan konsumen dalam memilih Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari secara umum dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal, berkenaan dengan karakteristik dan bagaimana proses pengambilan keputusan. Sistem pemasaran atau kebijakan yang dilakukan oleh Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari adalah sebagai berikut:

1. Produk

Produk Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari adalah sebagai berikut :

a. Simpanan Pokok

Simpanan pokok adalah simpanan yang dibayarkan pada saat anggota masuk menjadi anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari Simpanan pokok tidak dapat diambil selama yang bersangkutan menjadi anggota dalam koperasi tersebut, kecuali anggota tersebut mengundurkan diri dari koperasi. Jumlah simpanan pokok yang harus dibayarkan oleh setiap anggota adalah sebesar Rp. 100.000,00.

b. Simpanan Wajib

Simpanan wajib adalah simpanan yang dibayarkan setiap bulan oleh anggota selama menjadi anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari. Simpanan wajib juga tidak bisa ditarik oleh anggota. Simpanan wajib yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp. 20.000,00.

c. Simpanan Sukarela

Simpanan sukarela adalah simpanan yang dibayarkan setiap bulan oleh anggota selama menjadi anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari. Simpanan sukarela yang harus dibayarkan oleh anggota pada awal masuk menjadi anggota adalah sebesar Rp. 1.100.000,00 dan pada bulan-bulan selanjutnya anggota harus melakukan setoran dengan minimal setoran sebesar Rp. 50.000,00 setiap bulan.

Bagi anggota yang tidak aktif atau tidak membayar kewajibannya setiap bulan, maka pengurus dapat langsung mengalihkan simpanan

sukarela yang bersangkutan ke simpanan wajib tanpa harus ada persetujuan dari yang bersangkutan. Anggota yang terlambat menyetor kewajibannya sampai jatuh tempo tanggal 19 pada bulan berjalan, maka oleh pengurus akan dibukukan pada bulan berikutnya dan dianggap menunggak. Simpanan sukarela bisa di ambil kapan saja oleh setiap anggota.

d. Pinjaman KRB

Pinjaman KRB adalah pinjaman yang diberikan oleh Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari kepada semua anggotanya, dengan bunga pinjaman sebesar 1,5% setiap bulannya. Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari dapat memberikan pinjaman kepada anggotanya maksimal sebesar Rp. 200.000.000,00 dengan agunan berupa sertifikat tanah. Untuk jangka waktu pinjaman maksimal adalah 2 tahun 6 bulan (30 bulan). Pinjaman disesuaikan dengan jumlah tabungan. Apabila pengajuan pinjaman melebihi jumlah tabungan, anggota harus menyertakan agunan.

Koperasi usaha Bersama Restu Berdikari menyediakan Pinjaman KRB kepada bukan anggota koperasi dengan persyaratan peminjam wajib menandatangani formulir perjanjian di atas materai Rp. 6.000,00 dan dikenakan bunga pinjaman sebesar 2% setiap bulannya.

2. Harga

Harga adalah biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh anggota koperasi. Anggota harus membayar simpanan pokok sebesar Rp. 100.000,00 setiap bulan, simpanan wajib Rp. 20.000,00 setiap bulan, simpanan sukarela sebesar Rp. 1.100.000,00 pada saat masuk menjadi anggota dan menyetor minimal Rp. 50.000,00 setiap bulan.

Pada pencairan pinjaman, besarnya dana yang diterima oleh anggota dipotong cadangan resiko sebesar 1%, jasa pelayanan sebesar 0,5%, dan biaya materai (2 buah) yaitu sebesar Rp. 12.000,00. Bagi anggota koperasi akan dikenakan bunga pinjaman sebesar 1,5% dan bagi yang bukan anggota koperasi akan dikenakan bunga pinjaman sebesar 2%.

3. Tempat/Lokasi

Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari melakukan usahanya di Desa Kajang Baru Simpang 4 Pandan, Kecamatan Sungai Tebelian, Kabupaten Sintang. Lokasi Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari mudah ditemukan, berada di dekat perumahan warga dan berada tepat di tepi jalan raya yang mudah untuk dijangkau oleh masyarakat atau anggotanya.

4. Promosi

Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari tidak melakukan promosi secara khusus. Promosi yang dilakukan oleh Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari berupa pemasangan papan nama yang berada di kantor, dan anggota koperasi mengajak keluarga dan teman untuk menghadiri rapat

tahunan yang diadakan Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari agar mereka tertarik untuk menjadi anggota.

5. Orang

   Karyawan Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari berjumlah 7 orang, dengan latar belakang pendidikan yaitu Sarjana. Karyawan Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari sopan dan ramah pada saat memberikan pelayanan, tanggap terhadap keluhan anggota, berpenampilan rapi dan menarik.

6. Proses

   Syarat dan proses menjadi anggota mudah, syarat dan proses pengajuan pinjaman tidak berbelit-belit, proses pencairan pinjaman tidak memakan waktu yang lama, dan proses pembayaran sesuai dengan yang telah ditetapkan.

7. Bukti Fisik

   Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari menyediakan ruang tunggu yang memadai bagi anggota yang menunggu pelayanan. Pada ruang tunggu disediakan kursi, kipas angin, dan meja. Selain itu, Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari menyediakan tempat parkir yang cukup luas dan terjamin keamanannya.

Penulis melakukan wawancara dengan Bendahara Koperasi Usaha Bersama restu Berdikari. Dari hasil wawancara diperoleh informasi mengenai keluhan anggota yaitu terkait dengan lambatnya pelayanan dan fasilitas koperasi, seperti ruang tunggu yang dianggap kurang memadai untuk anggota.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai keputusan anggota dalam menggunakan pinjaman KRB dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Pinjaman KRB Pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari Di Kecamatan Sungai Tebelian Sintang".

B. Permasalahan

Dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah "Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam menggunakan pinjaman KRB pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari di Kecamatan Sungai Tebelian Sintang?".

C. Pembatasan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, maka diperlukan batasan masalah agar tujuan penelitian dapat dicapai. Oleh karena itu, dalam penelitian ini permasalahan dibatasi pada:

1. Variabel bauran pemasaran diukur dengan produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.
2. Variabel keputusan anggota diukur dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan anggota dalam menggunakan pinjaman KRB pada Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari di Kecamatan Sungai Tebelian Sintang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan merupakan salah satu sarana yang sangat bermanfaat untuk mengaplikasikan teori-teori yang pernah diperoleh selama mengikuti perkuliahan, serta melatih diri dalam menganalisis suatu permasalahan secara ilmiah.

2. Bagi Koperasi

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang diperlukan serta sebagai bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan-kebijakan dan dapat menjadi masukan bagi koperasi untuk menentukan bagaimana langkah yang harus dilakukan dalam menarik anggota baru sebanyak-banyaknya agar pendapatan koperasi dapat terus meningkat sehingga dapat bersaing dengan koperasi lain.

3. Bagi Almamater

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan dan referensi bagi mahasiswa yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai bauran pemasaran dan keputusan konsumen.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang akan diteliti. Hubungan antar variabel itu selanjutnya akan dirumuskan dalam bentuk paradigma. Jadi kerangka pemikiran merupakan hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62): "Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran".

Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2015:48) mengemukakan

Konsep bauran pemasaran tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi) dan *promotion* (promosi). Sementara itu, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for sevices*) dengan penambahan unsur *non-traditional marketing mix*, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses), sehingga menjadi tujuh unsur (7P).

Menurut Desmita (2016:198): "Pengambilan keputusan (*decision making*) merupakan salah satu bentuk perbuatan berfikir dan hasil dari perbuatan itu disebut keputusan". Menurut Kotler dan Keller (2009:184): "Pada proses keputusan pembelian, konsumen melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian".

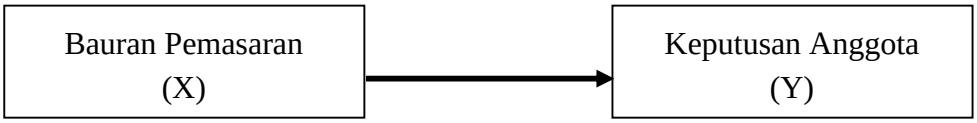
Penelitian Noor (2016) yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit Di Samarinda" menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, tempat,

orang, proses, dan bukti fisik, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hotel Grand Sawit Di Samarinda.

Penelitian Ningratri (2017) yang berjudul "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan" menunjukkan bahwa secara parsial variabel orang, bukti fisik dan proses memiliki hubungan yang positif yang tidak signifikan dengan keputusan mahasiswa memilih STIM SUKMA Medan. Dan secara simultan hubungan seluruh variabel bebas berupa bauran pemasaran jasa dengan variabel terikat adalah signifikan (nyata).

Berdasarkan teori dan penelitian pendahuluan yang dikemukakan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dituangkan dalam gambar berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): "Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih". Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap keputusan anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Adapun cara mendapatkan data primer yaitu sebagai berikut:

1) Wawancara

Menurut Siregar (2017:40): “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden”. Penulis melakukan wawancara dengan Bendahara Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada responden yang merupakan anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari yang pernah menggunakan Pinjaman KRB.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Koperasi Dan

UKM Kabupaten Sintang, yaitu data koperasi yang beroperasi di Kecamatan Sungai Tebelian. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari yaitu data mengenai perkembangan jumlah anggota, jumlah anggota pinjaman KRB, jumlah simpanan anggota, dana yang tersedia, dana yang disalurkan, dan jumlah sisa hasil usaha (SHU).

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota Koperasi Usaha Bersama Restu Berdikari yang pernah menggunakan Pinjaman KRB.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81): ”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui maka penghitungan sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Michel dalam Siregar (2017:62) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z \ /2)^2 = p \,.\, q}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

Z = tingkat kepercayaan/signifikan

e = *margin of error*

Sehingga minimal jumlah sampel yang harus diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\ /2)^2\ p\,.\,q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1{,}64)^2\ 0{,}3.0{,}7}{(0{,}1)^2}$$

$$= 56{,}8$$

$$= 57 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini berjumlah 57 responden. Untuk memudahkan dalam penghitungan, maka penulis menetapkan jumlah sampel menjadi 100 responden.

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive.* Menurut Sugiyono (2017:85): "*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Pertimbangan dalam penentuan sampel adalah usia responden minimal 17 tahun.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38): “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran.

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan anggota.

5. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Adapun skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban atas setiap pernyataan yang diajukan kepada

responden. Kelima alternatif jawaban tersebut kemudian diberi skor sebagai berikut:

a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
b. Setuju (S) diberi skor 4
c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): "Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur *(a valid measure if it succesfully measure the phenomenon)*". Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson.* Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut :

a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid).
b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten”. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach’s alpha*. Menurut Siregar (2017:90): “Kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel bila nilai *cronbach’s alpha* > 0,60”. Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria keputusan uji normalitas menurut Sujarweni (2015:55) adalah sebagai berikut :

1) Jika sig > 0,05, maka data berdistribusi normal.
2) Jika sig < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

Untuk mempermudah melakukan penghitungan secara statistik, maka analisis dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2017a:261): “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen

dengan satu variabel dependen". Rumus regresi liner sederhana adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ = Keputusan Anggota

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Bauran Pemasaran

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): "Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel". Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1.8
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): "Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau

sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)".

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Gani dan Amalia (2015:143): "Uji F atau *Goodnes of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan". Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Membuat Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho = Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan anggota yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Ha = Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan anggota yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

2) Menentukan taraf signifikansi (α)

Taraf signifikansi (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% (0,05).

3) Menentukan F_h dan F_t

a) Menentukan F_h

Nilai F_h diperoleh dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*.

b) Menentukan F_t

Nilai F_h yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai F_t. Nilai F_t diperoleh dengan kriteria α = 0,05 dan derajat kebebasan (df) n-2 dan didapatkan hasil 3,94.

4) Kriteria Pengujian

a) Jika $F_h < F_t$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

b) Jika $F_h \geq F_t$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki, berusia 40 – 49 tahun, berpendidikan S1, bekerja sebagai PNS, berpenghasilan Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.999.999,00, sudah menjadi anggota selama 6 - 10 tahun, dan sudah mengajukan pinjaman sebanyak 1 - 5 kali
2. Hasil perhitungan regresi linier sederhana menunjukkan persamaan: $\hat{Y} = 15{,}069 + 0{,}435X$.
3. Hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,771. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan anggota adalah kuat.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,595. Hal ini berarti bahwa 59,5% keputusan anggota dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,5% keputusan anggota dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 143,788 > F_{tabel} 3,94, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan anggota yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Mengingat variabel bauran pemasaran menunjukkan hubungan yang kuat dengan keputusan anggota, maka hendaknya koperasi harus tetap mempertahankan strategi bauran pemasaran baik dari produk, harga, tempat, promosi, proses, dan bukti fisiknya.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan anggota, misalnya kualitas pelayanan, sehingga bisa memperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2012. ***Manajemen Pemasaran***. Rajawali Pers, Jakarta.

Desmita. 2016. ***Psikologi Perkembangan***. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Gani, Irwan, dan Siti Amalia. 2015. ***Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial***. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Hurriyati, Ratih. 2015. ***Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen***. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. ***Manajemen Pemasaran***. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Ningratri. Yuni Asri. 2017. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM Sukma Medan. ***Riset & E-Journal Manajemen Informatika Komputer***. Vol. 3 (1), Hal. 50-56.

Noor, Agus Mentari. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit Di Samarinda. ***eJurnal Administrasi Bisnis***. Vol. 4 (4), Hal. 1031-1045.

Priansa, Donni Juni. 2017. ***Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer***. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Siregar, Syofian. 2017. ***Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif***. PT Bumi Aksara, Jakarta.

Sugiyono. 2017. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D***. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017a. ***Statistika Untuk Penelitian***. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. ***SPSS Untuk Penelitian***. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.

Sumarwan, Ujang. 2015. ***Perilaku Konsumen***. Ghalia Indonesia, Bogor.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

Tjiptono, Fandy. 2014. ***Pemasaran Jasa***. Penerbit Andi, Yogyakarta.