

Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan

Shofwan Azhar Solihin, Fitriyani Nurwinasti

Universitas Koperasi Indonesia

shofwanas125@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini diawali dengan menurunnya jumlah anggota aktif yang bertransaksi di unit waserda KKP-ITB dengan anggota aktif yang bertransaksi paling besar hanya 27% di setiap tahunnya. Pada tahun 2022 anggota yang aktif bertransaksi hanya 210 anggota atau sekitar 14% dari jumlah keseluruhan anggota yaitu 1.479 anggota. Penurunan jumlah anggota yang bertransaksi dikarenakan kebutuhan anggota yang belum terpenuhi secara maksimal di unit waserda. Hal ini mengindikasikan bahwa anggota belum merasa puas dengan pengelolaan bauran ritel yang dilakukan oleh koperasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pelaksanaan bauran ritel di unit waserda, (2) kepuasan anggota di unit waserda, (3) pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan anggota (4) upaya-upaya memperbaiki bauran ritel di unit waserda. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah bauran ritel yaitu terdiri dari lokasi, produk, harga, promosi, atmosfer gerai dan service ritel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan menggunakan sampel sebanyak 94 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Convenience Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel lokasi, produk, promosi, atmosfer gerai dan service ritel terhadap kepuasan anggota dan terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara variabel harga. Dan untuk nilai Adjusted R Square adalah 0,630. Hal ini berarti 63% kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel bauran ritel, dan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Bauran Ritel, Kepuasan Anggota, Koperasi.

ABSTRACT

The background to this research begins with the decline in the number of active members making transactions in the KKP-ITB waserda unit with the largest number of active members making transactions of only 27% each year. In 2022, only 210 members will actively transact, or around 14% of the total number of members, namely 1,479 members. The decrease in the number of members making transactions is due to members' needs not being maximally met in the waserda unit. This indicates that members are not satisfied with the retail mix management carried out by the cooperative. This research aims to determine (1) the implementation of the retail mix in the waserda unit, (2) member satisfaction in the waserda unit, (3) the influence of the retail mix on member satisfaction (4) efforts to improve the retail mix in the waserda unit. The variable examined in this research is the retail mix, which consists of location, product, price, promotion, outlet atmosphere and retail service. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis and uses a sample of 94 respondents with a sampling technique using convenience sampling. The research results show that there is a partially positive and significant influence between location, product, promotion, outlet atmosphere and retail service variables on member satisfaction and there is a negative and significant influence between the price variable. And the Adjusted R Square value is 0.630. This means that 63% of member satisfaction is influenced by retail mix variables, and the remaining 37% is influenced by other factors.

Keywords: Retail Mix, Member Satisfaction, Cooperatives.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis eceran saat ini semakin berkembang pesat dengan ditandai banyaknya bisnis modern yang bermunculan dengan ciri-ciri memiliki lokasi strategis, promosi yang baik, pelayanan yang sangat cepat, dan harga produk yang bersaing. Semakin banyak pelayanan yang ditawarkan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, maka akan terjadi banyaknya persaingan. Mau tidak mau para pelaku ekonomi tidak terkecuali koperasi harus memiliki daya saing yang berkelanjutan untuk terus tumbuh dan bersaing. Dalam mengatasi persaingan tersebut, koperasi membutuhkan perubahan diri sebagai salah satu pelaku ekonomi. Cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik agar kebutuhannya dapat terpenuhi, sehingga memberikan kepuasan kepada anggotanya. Koperasi merupakan ekonomi keluarga yang erat kaitannya dengan budaya Indonesia yaitu gotong royong dan merupakan usaha bersama dengan sistem kekeluargaan untuk memenuhi kebutuhan bersama sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab I Pasal I ayat 1, yang menyatakan 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.”

Serta Bab II Pasal 3, yang menyatakan bahwa:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.”

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa koperasi dibentuk sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berlandaskan atas asas kekeluargaan yang mempunyai tugas untuk mengangkat anggota yang ekonominya lemah menjadi kuat, sehingga diharapkan dapat mengatasi kemiskinan dan meningkatkan kualitas kerja maupun kuantitas pelayanan kerjanya agar dapat bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Pada dasarnya koperasi terbentuk oleh dan untuk melayani kepentingan anggotanya agar dapat meningkatkan kesejahterannya dan sehingga anggota berperan sebagai pemilik (*owner*) sekaligus sebagai pengguna (*user*) atau yang kita sebut dengan identitas ganda.

Seperti halnya dengan Koperasi Keluarga Pegawai ITB yang merupakan salah satu koperasi konsumen, yang bertugas menyalurkan barang-barang konsumsi kepada para anggota dengan harga layak, berusaha membuat sendiri barang-barang konsumsi untuk keperluan anggota dan di samping pelayanan untuk anggota, koperasi konsumen juga melayani untuk umum. Saat ini usaha ritel merupakan salah satu usaha yang memiliki prospek yang baik dan terus berkembang. Hal ini ditandai dengan semakin banyak bermunculan usaha ritel seperti Alfamart, Indomaret dan Yomart. Begitu juga Koperasi Keluarga Pegawai ITB yang mengembangkan unit usaha ritel/pertokoan. Usaha ritel ini sangat membantu anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Bauran ritel merupakan kumpulan dari beberapa komponen yang merupakan inti dari sistem pemasaran bisnis ritel. Komponennya meliputi lokasi, produk, harga, promosi, atmosfer gerai dan service ritel. Persaingan inilah yang mengharuskan koperasi khususnya Unit Toko untuk mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya yaitu anggota.

Menurut Philip Kotler (2009: 70) menyatakan bahwa: "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) suatu

produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan". Kepuasan merupakan fungsi kinerja dari persepsi atas kinerja dan harapan pembeli. Jika kinerja melebihi harapan, anggota akan puas dan akan menghasilkan pembelian berulang, namun sebaliknya jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, maka anggota akan merasa tidak puas seperti komplain, tidak akan melakukan pembelian ulang bahkan anggota akan berpindah ke pesaing agar memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu dalam kegiatan usahanya koperasi harus terus melakukan perubahan baik dalam perkembangannya untuk dapat melayani kebutuhan anggota.

Koperasi Keluarga Pegawai ITB (KKP-ITB) dengan NPWP No. 012162459423000 yang berkedudukan di Jalan Ganesha No. 15E. Telp 022-2503440 didirikan sesuai dengan Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian berdasarkan Keputusan Kantor Wilayah Departemen Koperasi dan PKM Provinsi Jawa Barat Badan Hukum Nomor: 81OB/BH/IX-1912-67 tanggal 14 November 1967. Anggaran dasar koperasi telah mengalami perubahan dan yang terakhir tanggal 12 November 1999 dengan Nomor Badan Hukum: 58/PAD/KDK-10.21/XI/1999. Adapun bidang-bidang usaha Koperasi Keluarga Pegawai ITB ini meliputi:

1. Divisi Simpan Pinjam.
2. Divisi Waserda.
3. Divisi Travel & Rental.
4. Divisi Kantin dan Kedai.

Dari unit yang dipilih pada pembahasan ini adalah unit waserda, dan pada unit waserda ini merupakan yang paling banyak melakukan interaksi dengan anggota karena sifat dari usahanya yang melayani secara langsung dengan menyediakan berbagai kebutuhan dan keinginan anggota. Pemilihan unit waserda berdasarkan pra survei terdapat keanehan dimana non anggota yang bertransaksi lebih dominan daripada anggota yang bertransaksi. Berikut adalah data anggota yang bertransaksi dan anggota yang tidak bertransaksi di unit waserda KKP-ITB.

Tabel 1. Anggota yang Bertransaksi dan Anggota yang tidak Bertransaksi di Unit Waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB pada tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Anggota	Anggota yang Bertransaksi (Orang)	Anggota yang tidak Bertransaksi (Orang)	Persentase Anggota Bertransaksi
2018	2.406	640	1.766	27%
2019	2.282	592	1.690	26%
2020	2.182	456	1.726	21%
2021	2.101	403	1.698	19%
2022	1.479	210	1.269	14%

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa anggota yang bertransaksi di unit waserda KKP-ITB pada tahun 2018-2022 masih relatif rendah, bahkan anggota yang bertransaksi tidak lebih dari 50% setiap tahun nya hal ini dapat mempengaruhi penurunan pendapatan pada unit waserda KKP-ITB. Pada tahun 2022 setiap bulan nya anggota yang bertransaksi hanya sekitar 18 anggota. Apabila dilihat dari fungsi anggota dalam kedudukannya sebagai pelanggan seharusnya anggota yang bertransaksi dapat mendekati jumlah keseluruhan

anggota, mengingat unit waserda KKP-ITB ini berada dalam lingkungan kampus dan status anggota lebih banyak adalah Civitas Akademik ITB yang tersebar di beberapa fakultas ITB. Berdasarkan wawancara sebelumnya dengan anggota yang pasif dalam bertransaksi, anggota menyebutkan bahwa rendahnya transaksi anggota mengindikasikan bahwa Unit Waserda KKP-ITB belum dapat menyediakan kebutuhan anggota secara maksimal, sehingga menimbulkan kepuasan anggota yang rendah. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi anggota yang tidak bertransaksi diantaranya:

1. Tidak dirasakan manfaat ekonomi langsung yang diterima anggota yaitu tidak adanya perbedaan harga antara anggota dan non anggota sehingga anggota cenderung memilih pesaing.
2. Kurang lengkapnya produk yang disediakan dan ketidaksesuaian barang yang disediakan dengan kebutuhan anggota, khususnya bahan pokok sehari-hari (gula, beras, minyak, dll).
3. Promosi di unit waserda KKP-ITB hanya bundling produk dan tidak ada pemberitahuan promosi secara online.
4. Floor display atau pemajangan stok barang yang disusun langsung di lantai menyebabkan terganggunya arus barang/konsumen dan juga menyebabkan unit waserda terlihat sempit.
5. Penyesuaian harga pada rak *display* barang terkadang salah tempat atau tidak adanya label harga, sehingga anggota terkadang bingung untuk mengetahui besaran nominal harga barang tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Koperasi

Menurut Undang-Undang No. 25 pasal 1 ayat 1 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, 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".

Bauran Eceran

Bauran ritel adalah kombinasi dari faktor-faktor eceran yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Menurut Hendri Ma'ruf (2005:113) adapun faktor-faktor bauran ritel sebagai berikut:

1. Lokasi.
2. Produk.
3. Harga.
4. Promosi..
5. Atmosfer Gerai.
6. Service Ritel.

Kepuasan

Menurut Philip Kotler (2009:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut Philip Kotler (2009:140) ciri-ciri konsumen yang puas adalah sebagai berikut:

- a. Loyal terhadap produk.
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika datang penawaran dari perusahaan pesaing.
- d. Tidak sensitif terhadap harga.
- e. Tidak terpengaruh pada tawaran pesaing
- f. Menawarkan gagasan/ide baru

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2012) Metode penelitian adalah langkah ilmiah agar memperoleh data dengan tujuan dan manfaat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus (*Case Study*) dengan teknik pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti, sehingga dapat mengungkapkan fakta dan hubungan sebab akibat sebagai alternatif pemecahannya.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif karena metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau analisis statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data secara non probabilitas dengan menggunakan *Convenience Sampling*.

Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan penelitian dengan alasan responden yang digunakan yaitu Anggota yang sudah pernah melakukan transaksi di unit waserda. Mengenai ukuran sampel yang sesuai pendapat Roscoe (1982) yang dikutip dari Sugiyono (2017:90) bahwa “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 300”.

Melihat dari pendapat di atas, jumlah anggota keseluruhan Koperasi Keluarga Pegawai ITB pada tahun 2022 adalah sebanyak 1.479 orang. Maka pengambilan ukuran sampel mengacu pada pendapat Slovin:

$$n = \frac{N}{(1 + N.(e)^2)} \rightarrow (1)$$

Keterangan:

- N = Jumlah Total Populasi
- n = Jumlah Sampel
- e = Batas Toleransi Error

$$n = \frac{N}{(1 + N.(e)^2)}$$

$$n = \frac{1.479}{(1 + 1.479. (10\%)^2)}$$

$$n = 93,66 \approx 94 \text{ orang}$$

Dengan berpedoman kepada pendapat tersebut, maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 94 orang responden di Koperasi Keluarga Pegawai ITB. Untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Kuesioner
4. Studi Pustaka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua pengurus dan melakukan penyebaran kuesioner pada anggota, dapat disimpulkan bahwa koperasi tersebut menginginkan anggota koperasinya menjadi sejahtera dan berusaha untuk menyediakan semua kebutuhan dan keinginan dari anggota koperasi. Adapun bauran ritel dinilai dengan melihat 14 (empat belas) sub indikator analisis yaitu produk lengkap dan bervariasi, produk sesuai dengan permintaan, harga produk terjangkau, terdapat diskon harga, lokasi strategis, lokasi dilalui kendaraan umum, tersedianya lahan parkir, tata letak toko mudah dilalui, desain toko menarik, promosi dengan adanya pemberian hadiah, promosi melalui media sosial, informasi mudah dipahami, pelayanan optimal, pembayaran secara non tunai, dan memberikan bantuan informasi mengenai produk. Berikut adalah pelaksanaan bauran ritel yang telah diterapkan oleh unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB dari hasil wawancara dengan pengurus dan penyebaran kuesioner kepada anggota yaitu sebagai berikut:

BAURAN RITEL

Tabel 2 Rekapitulasi Skor Mengenai Variabel Bauran Ritel

Sub Variabel	Indikator	Bobot Skor					Jumlah Skor	Kriteria
		1	2	3	4	5		
Lokasi	1	4	24	48	152	120	348	Baik
	2	9	36	36	156	80	317	Baik
	3	6	30	45	152	100	333	Baik
Produk	4	14	40	114	36	15	219	Kurang Baik
	5	29	42	81	52	20	224	Kurang Baik
Harga	6	8	86	105	32	0	231	Kurang Baik
	7	34	62	69	8	20	193	Kurang Baik
Iklan Promosi	8	36	42	45	56	40	219	Kurang Baik
	9	24	50	63	80	20	237	Kurang Baik
	10	25	38	51	108	30	252	Cukup Baik
Atmosfer	11	20	54	105	44	5	228	Kurang Baik
	12	16	62	66	84	20	248	Cukup Baik
Service Ritel	13	13	50	51	68	110	292	Cukup Baik

	14	26	52	81	60	0	219	Kurang Baik
Jumlah	264	668	960	1088	580	3560	Cukup baik	

Berdasarkan Tabel 1.2 mengenai variabel bauran ritel dapat dilihat dari 14 indikator dan 6 sub variabel dapat disimpulkan bahwa Variabel Bauran Ritel memiliki total skor sebesar 3560 dengan kriteria jawaban Cukup Baik. Atas dasar hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa gambaran mengenai Variabel Bauran Ritel dinilai mempunyai kualitas cukup baik di Koperasi Keluarga Pegawai ITB. Dengan memperbaiki elemen bauran ritel akan membantu koperasi untuk mencapai kesuksesan bisnis dan meningkatkan kepuasan anggota.

KEPUASAN ANGGOTA

Tabel 3 Rekapitulasi Skor Mengenai Variabel Kepuasan Anggota

Sub Variabel	Indikator	Bobot Skor					Jumlah Skor	Kriteria
		1	2	3	4	5		
Loyal Terhadap Produk	1	22	62	63	48	40	235	Jarang
	2	20	72	66	40	30	228	Jarang
Adanya Komunikasi	3	19	56	48	60	80	263	Kadang-kadang
	4	38	48	60	32	20	198	Jarang
Perusahaan menjadi prioritas utama	5	19	60	63	48	60	250	Kadang-kadang
Tidak Sensitif Terhadap Harga	6	25	4	90	72	95	286	Kadang-kadang
Tidak terpengaruh pada tawaran pesaing.	7	0	8	84	72	220	384	Sering
Menawarkan Gagasan Baru	8	16	56	42	48	120	282	Kadang-kadang
Jumlah		159	366	516	420	665	2126	Kadang-kadang

Berdasarkan Tabel 1.3 mengenai variabel kepuasan anggota dapat kita lihat dari 8 indikator dan 6 sub variabel dapat disimpulkan bahwa Variabel Kepuasan Anggota memiliki total skor sebesar 2.126 dengan kriteria jawaban kadang-kadang. Atas dasar hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa gambaran mengenai ciri-ciri Kepuasan anggota terkadang anggota merasa puas dengan bauran ritel yang dikelola koperasi dan terkadang anggota merasa tidak puas dengan bauran ritel yang dikelola koperasi. Oleh karena itu, penting bagi koperasi untuk mengatasi rasa terkadang terhadap kepuasan anggota dengan cara melakukan metode seperti survei kepuasan anggota, analisis data yang cermat, serta mendengarkan umpan balik dari anggota secara terbuka dan jujur. Dengan mengambil langkah-langkah ini, koperasi dapat meningkatkan kepuasan anggota, memperkuat hubungan dengan anggota, dan agar mencapai keberhasilan jangka panjang.

Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Kepuasan Anggota

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner untuk diuji coba, semua data yang diolah menunjukkan valid dan reliabel untuk itu penelitian bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas 94 responden:

- 1) Variabel Lokasi (X1) dengan total pearson correlation: (X1.1) 0,458; (X1.2) 0,788; (X1.3) 0,775 dan Alpha Cronbach's 0,616.
- 2) Variabel Produk (X2) dengan total pearson correlation: (X2.1) 0,901; (X2.2) 0,877 dan Alpha Cronbach's 0,616.
- 3) Variabel Harga (X3) dengan total pearson correlation (X3.1) 0,697; (X3.2) 0,782 dan Alpha Cronbach's 0,616.
- 4) Variabel Promosi(X4) dengan total pearson correlation: (X4.1) 0,584; (X4.2) 0,557; (X4.3) 0,698 dan Alpha Cronbach's 0,616.
- 5) Variabel Atmosfer Gerai (X5) dengan total pearson correlation: (X5.1) 0,831; (X5.2) 0,755; dan Alpha Cronbach's 0,616.
- 6) Variabel Service Ritel (X6) dengan total pearson Correlation (X6.1) 0,800; (X6.2) 0,785 dan Alpha Cronbach 0,616.
- 6) Variabel Kepuasan Anggota (Y) dengan total pearson Correlation (Y1) 0,455; (Y2) 0,451; (Y3) 0,489; (Y4) 0,439; (Y5) 0,439; (Y6) 0,464; (Y7) 0,468; (Y8) 0,436 dan Alpha Cronbach 0,601.

Uji Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa faktor Lokasi (X1), Produk (X2), Harga (X3), Promosi (X4), Atmosfer Gerai (X5) dan Service Ritel (X6) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota dengan nilai konstanta yang diperoleh sebesar 8,576 sehingga keputusan terhadap Hipotesis (1) yang diajukan bahwa ada pengaruh faktor Lokasi (X1), Produk (X2), Harga (X3), Promosi (X4), Atmosfer Gerai (X5) dan Service Ritel (X6) terhadap Kepuasan Anggota diterima yang artinya bahwa faktor Lokasi (X1), Produk (X2), Harga (X3), Promosi (X4), Atmosfer Gerai (X5) dan Service Ritel (X6) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota.

Uji Secara Parsial Dan Uji Secara Simultan

Uji T (Parsial)

1) Pengaruh Variabel Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Lokasi (X1) adalah sebesar $3.146 > 1.991$ didukung dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Lokasi (X1) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) pada KKP-ITB.

2) Pengaruh Variabel Produk (X2) Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Produk (X2) adalah sebesar $7.485 > 1.991$ didukung dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Produk (X2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) pada KKP-ITB.

3) Pengaruh Variabel Harga (X3) Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Harga (X3) adalah sebesar $-5.719 > 1.991$ didukung dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Harga (X3) mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) pada KKP-ITB.

4) Pengaruh Variabel Promosi (X4) Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Promosi (X4) adalah sebesar $6.018 > 1.991$ didukung dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Promosi (X4) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) pada KKP-ITB.

5) Pengaruh Variabel Atmosfer Gerai (X5) Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Atmosfer Gerai (X5) adalah sebesar $3.419 > 1.991$ didukung dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Atmosfer Gerai (X5) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) pada KKP-ITB.

6) Pengaruh Variabel Service Ritel (X6) Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Service Ritel (X6) adalah sebesar $2.345 > 1.991$ didukung dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ atau 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan variabel Service Ritel (X6) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) pada KKP-ITB.

Uji F (Simultan)

F hitung	Sig. F
27.391	0,000

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui nilai Sig. adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan F Hitung sebesar $27,391 > F$ Tabel sebesar 2,20 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Variabel (X1), (X2), (X3), (X4), (X5), dan (X6) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel di atas **Adjusted R²** yang dihasilkan sebesar 0,630. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel Lokasi (X1), Produk (X2), Harga (X3), Promosi (X4), Atmosfer Gerai (X5), dan Lokasi (X6) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Anggota (Y) adalah sebesar 63% sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor yang lain yang tidak diteliti. Contohnya adalah faktor citra koperasi atau faktor pengalaman belanja sebelumnya. Perubahan-perubahan yang terjadi pada kepuasan anggota sebesar 63% itu karena perubahan-perubahan yang terjadi pada bauran ritel sebesar 63%.

Koefisien determinasi yang telah dihitung sebesar 63% termasuk ke dalam kriteria pengaruh yang kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh yang kuat antara variabel

independen yaitu Bauran Ritel terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Anggota. Hal ini menunjukkan bahwa Bauran Ritel memiliki peran yang penting terhadap Kepuasan Anggota.

Upaya Yang Harus Dilakukan Untuk Memperbaiki Bauran Ritel Untuk Meningkatkan Kepuasan Anggota

1. Harga

Upaya yang harus dilakukan yaitu mendapatkan *supplier* tangan pertama dan murah selain itu bisa mencari *alternative supplier* cadangan yang dapat memberikan nilai efisiensi yang rendah dan melakukan pembelian dalam jumlah besar sehingga memperoleh harga yang lebih ekonomis. Sehingga harga yang dijual lebih terjangkau dan anggota dapat mendapatkan adanya manfaat ekonomi langsung dari melakukan pembelian yang diberikan oleh Koperasi.

2. Produk

Menambah ketersediaan produk pada unit waserda, mencari tahu produk apa saja yang paling laku dan dibutuhkan oleh anggota koperasi, kemudian menyediakan stok persediaan produk tersebut agar meminimalisir ketidakterersediaan pada produk tersebut.

3. Promosi

Promosikan produk dengan cerdas, Promosikan produk dengan strategi yang tepat, seperti penawaran khusus atau diskon musiman. Promosi yang cerdas dapat meningkatkan minat dan dorongan pembelian.

4. Atmosfer Gerai

Menciptakan suasana belanja yang nyaman bagi anggota dengan cara memperhatikan pengelolaan pada atmosfer gerai terutama pada penataan jarak antar rak agar terlihat lebih luas dan selalu mengecek perubahan label harga agar anggota tidak merasakan kebingungan saat berbelanja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan anggota di unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan bauran ritel pada unit waserda KKP-ITB dengan kategori baik yaitu sub variabel lokasi, kategori cukup baik yaitu sub variabel service ritel dan kategori kurang baik yaitu sub variabel harga, produk, promosi dan atmosfer gerai. Secara keseluruhan, Bauran Ritel dinilai cukup baik oleh anggota di unit waserda. Hal ini menunjukkan adanya upaya yang positif dan efektif dalam mengelola aspek-aspek bauran ritel. Kepuasan anggota koperasi adalah indikator penting bahwa strategi yang diterapkan telah memberikan hasil yang diharapkan.
- 2) Tingkat kepuasan anggota di unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB menurut anggota dinilai kadang-kadang karena menurut skor yang didapat kepuasan anggota hanya 2.126 dimana skor tersebut menunjukkan terkadang anggota merasa puas dengan bauran ritel yang dikelola oleh unit waserda dan terkadang juga anggota merasa belum puas dengan bauran ritel yang diberikan unit waserda. Oleh karena itu, penting untuk

lebih sering melakukan penilaian kepuasan anggota guna memahami kebutuhan dan harapan anggota secara lebih baik.

- 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi (X1), Produk (X2), Promosi (X4), Atmosfer Gerai (X5) dan Service Ritel (X6) terhadap kepuasan anggota dan terdapat pengaruh negatif yang signifikan pada variabel harga (X3) terhadap kepuasan anggota pada Unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB dengan melakukan uji t (parsial) dan uji F (simultan) terhadap masing-masing variabel.
- 4) Hal ini menunjukkan semakin baik bauran ritel, maka akan semakin baik pula tingkat kepuasan anggota di Koperasi Keluarga Pegawai ITB. Nilai Adjusted R² sebesar 0,630. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh bauran ritel (X) terhadap Kepuasan Anggota (Y) adalah sebesar 63% sedangkan sisanya 37%, dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti.
- 5) Upaya-upaya yang harus dilakukan dalam pelaksanaan bauran ritel pada unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB adalah dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada anggota agar harapan anggota bisa tersalurkan oleh Koperasi Keluarga Pegawai ITB. Adapun hasil informasi yang didapatkan anggota menginginkan untuk memberikan harga lebih murah untuk anggota, promosi yang disebarakan melalui media sosial, dan adanya label harga sehingga anggota tidak kebingungan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap bauran ritel pada Unit Waserda KKP-ITB. Melakukan observasi dan kuesioner yang lebih mendalam dengan menambah jumlah responden dan indikator dan dapat juga menggunakan variabel kualitas pelayanan Kemudian melakukan deskripsi hasil penelitian berdasarkan pada studi kepustakaan yang relevan dan terbaru.

2. Saran Praktis

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti mencoba menyimpulkan beberapa saran kepada pengelolaan Unit Waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB ataupun kepada Pengurus Koperasi Keluarga Pegawai ITB mengenai perbaikan yang bisa dilakukan kaitannya dalam perbaikan pelaksanaan bauran ritel untuk meningkatkan kepuasan anggota, adapun saran yang bisa menjadi pertimbangan adalah sebagai berikut.

- Membedakan harga yang diberikan kepada anggota dan non anggota Dimana harga anggota bisa lebih murah yaitu berupa potongan harga dibandingkan dengan non anggota atau bisa juga membuat kartu member untuk anggota. Sehingga anggota dapat merasakan manfaat ekonomi langsung.
- Dikarenakan anggota koperasi tidak hanya tersebar di lingkungan kampus ITB dan tidak memungkinkan untuk anggota polman dan polban berbelanja di unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB, maka dari itu harus disediakannya aplikasi online dan jasa kirim barang tetapi ongkos kirim yang tidak terlalu mahal dan sebisa mungkin gratis tetapi dengan adanya ketentuan minimal total pembelian.

- Memperhatikan kebersihan dan kerapian di dalam toko, menambahkan pencahayaan dan musik latar yang menyenangkan, merapikan tata letak produk dan menambahkan area bersantai di dalam toko agar memberikan kenyamanan anggota saat berbelanja.
- Memastikan bahwa karyawan mendapatkan pelatihan yang memadai tentang produk, layanan dan keterampilan komunikasi, memahami kebutuhan anggota dengan memperhatikan kualitas dan melengkapi variasi produk. Membuat pengalaman berbelanja yang menarik dengan menyelenggarakan acara promosi ataupun demo produk, menawarkan diskon khusus kepada anggota untuk mendorong anggota melakukan pembelian, gunakan media promosi seperti poster, brosur, email dan media sosial agar promosi dapat lebih mudah menjangkau anggota koperasi dalam berbagai cara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ramudi, Arifin. 2003. *Ekonomi Koperasi*. Bandung: IKOPIN PRESS.
- Berman, B. R., & Evans, J. R. 2018. *Retail Management A Strategic Approach*, New York: Pearson Education.
- Burhan, Bungin. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana
- Imam, Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: BP Undip.
- Hendar, Kusnadi. 2005. *Ekonomi Koperasi*, Jakarta: Fak. Ekonomi Univ Indonesia.
- Hendri, Maruf. 2005. *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- International Cooperative Alliance (ICA). 1995*
- Kotler, Philip, Keller, Lane, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, Keller, Lane, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Leslie, Lazar, Kanuk. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang. Mahmud, Machfoed. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: CV. Andi Offset. Roger, Engel, P, Miniard. 1995. *Consumer Behavior, Philadelphia: The Dryden*.
- Jeff, Madura. 2001. *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Ucu, Nurwati. 2011. *Manajemen Pemasaran* . Sumedang: IKOPIN PRESS
- Sekaran. 2011. *Research Methods for Business*, Great Britain: TJ. International.
- Asep, ST, Sujana. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subandi. 2015. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktek)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Maman, Suratman. 2014. *Penyusunan Pengembangan Koperasi Konsumen*. IKOPIN
- Swastha, Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992: Tentang Perkoperasian Indonesia. Semarang: Aneka Ilmu.

Wilkie, William L. 1994. *Consumer Behavior*. New York: Third Edition, John Wiley & Sons Inc.

