

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia dan dimasyarakat, koperasi sendiri telah menjadi kebutuhan masyarakat karena bagi masyarakat Indonesia hidup berkoperasi berarti membangun perekonomiannya. Pelopor pengembangan perkoperasian di Indonesia adalah Bung Hatta dan sampai saat ini beliau dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia.<sup>1</sup> Koperasi merupakan organisasi yang unik, satu sisi menjalankan teori dan motif ekonomi, disisi lain ekonomi juga berwatak sosial, sehingga dalam menjalankan usahanya kedua sisi ini harus dijalankan secara simultan dan secara bersamaan. Kosep dua sisi tersebut secara tegas dinyatakan dalam penjelasan UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang isinya adalah koperasi Indonesia 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.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2001), hal 253.

<sup>2</sup> Hendrojogi, *Asas-asas Teori dan Praktik*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2015), hal, 29.

Pemerintah merupakan penegak ekonomi yang memiliki misi untuk memajukan koperasi sesuai dengan apa yang dikehendaki atas dasar Undang–Undang Dasar 1945, yaitu membangun koperasi sehingga mempunyai kemampuan untuk dapat dipergunakan sebagai alat pendemokrasian ekonomi nasional. Undang–Undang Dasar menempatkan koperasi sebagai guru perekonomian Indonesia. Atas dasar itu maka koperasi sebagai organisasi ekonomi dan sosial yang mampu memberikan pelayanan terus menerus dan meningkat pada anggotanya serta masyarakat disekitarnya, akan tetapi juga akan memberikan sumbangan mendasar kepada pembangunan dan pertumbuhan sosial ekonomi. Koperasi sendiri lahir sebagai organisasi gerakan ekonomi rakyat, tidak hanya pada masyarakat umum saja tetapi menyentuh kelingkungan mahasiswa sehingga perkembangan koperasi mahasiswa bergerak dengan jalannya koperasi pada umumnya. Hidupnya koperasi di tengah mahasiswa sebagai bahan pembelajaran untuk mengembangkan jiwa usaha dalam organisasi ekonomi.

Tujuan koperasi adalah untuk menyelenggarakan kepentingan anggotanya dan untuk meningkatkan partisipasi anggotanya di perlukan kerjasama dari seluruh stakeholder dari koperasi itu sendiri serta pelaksanaannya koperasi harus bersifat terbuka.<sup>3</sup> Pembudayaan koperasi tidak hanya dilakukan pada lingkungan masyarakat saja tetapi juga di lingkungan sekolah maupun perguruan tinggi. Hal ini dilakukan guna mempersiapkan generasi muda yang akan meneruskan cita-

---

<sup>3</sup> Ariansyah Sitorus. *Partisipasi Anggota Koperasi UIN*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2011.

cita perjuangan bangsa dalam meningkatkan dan menumbuh kembangkan koperasi Indonesia. Dengan adanya koperasi akan melatih mahasiswa untuk mengetahui bagaimana cara bersosialisasi yang baik terhadap sesama dan untuk mempererat tali persaudaraan terhadap sesama mahasiswa.

Koperasi Mahasiswa merupakan salah satu tempat untuk bekerja sekaligus belajar mengenai perkoperasian di tingkat perguruan tinggi. Koperasi Mahasiswa pada awalnya dimaksudkan sebagai tempat bagi mahasiswa untuk belajar berkoperasi secara nyata di tingkat perguruan tinggi. Koperasi Mahasiswa tidak hanya melakukan kegiatan ekonomi untuk mensejahterakan anggotanya, tetapi juga sebagai lembaga yang fungsional, idealis, kreatif dan konstruktif menjadi bagian dalam mencetak kader-kader koperasi yang diharapkan mampu menjadi generasi penerus dalam pengembangan ekonomi rakyat khususnya perkoperasian.

Dikoperasi mahasiswa menyediakan berbagai kebutuhan mahasiswa, dan dalam kegiatan koperasi mahasiswa yang menjalankan adalah mahasiswa yang bersangkutan. Anggota koperasi mahasiswa merupakan bagian dari koperasi mahasiswa karena telah membayar simpanan pokok dan simpanan wajib. Sehingga mahasiswa yang menjadi pengurus dalam koperasi harus mengetahui bagaimana cara agar membuat anggotanya puas, nyaman dan akan berfikir untuk kembali membeli dikoperasi mahasiswa dan setia menjadi anggota di koperasi mahasiswa.

Namun pada dasarnya keputusan pembelian yang terjadi di Koperasi Mahasiswa juga tidak terlepas dari strategi harga yang digunakan, kualitas produk yang disediakan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi mahasiswa itu sendiri. Harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum memilih barang atau jasa. Harga memiliki peranan yang bisa dibilang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk. Sehingga, penetapan harga menjadi elemen kunci dalam kesuksesan pemasaran. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.<sup>4</sup> Karena sifat harga yang fleksibel, pengusaha perlu memperhatikan hal ini, sebab dalam kompetisi persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Maka dari itu penentuan harga produk atau jasa, baik perusahaan kecil maupun besar harus memerhatikan konsumen dan pesaingnya.

Masalah-masalah didalam marketing mempunyai hubungan erat dengan produk (apa yang dijual), konsumen dan profitabilitas. Konsumen hanya dapat dipengaruhi tetapi tidak dapat dikendalikan dan profitabilitas merupakan hasil akhir yaitu yang dihasilkan dari seluruh kegiatan didalam bidang marketing. Dengan demikian hanya produk saja yang dapat secara nyata dapat dikendalikan dan ini menunjukkan pentingnya kebijaksanaan produksi dalam konsep

---

<sup>4</sup> Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta : Liberty, 2002), hal. 147.

marketing secara menyeluruh. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen agar menarik perhatian, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>5</sup> Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk dan harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Jika kualitas produk dari sebuah perusahaan itu baik maka akan membawa kepuasan dari setiap konsumen itu sendiri dan akan membawa pengunjung kembali untuk membeli, namun juga sebaliknya.

Kualitas pelayanan adalah tingkatan baik buruknya kegiatan yang dapat didefinisikan tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat.<sup>6</sup> Kualitas pelayanan pada suatu perusahaan dalam memuaskan keinginan konsumen dapat menjadi salah satu penilaian konsumen untuk mempertimbangkan sebelum menjadi konsumen yang loyal. Bagi konsumen mereka tidak hanya sekedar membeli produk namun konsumen sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada dasarnya konsumen akan merasa puas jika dilayani dengan sopan, ramah, dan dengan penuh perhatian sehingga akan timbul rasa kepuasan konsumen. Dengan demikian, pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting

---

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta : Erlangga, 2006), Hlm 266.

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba Empat:Jakarta,2008), hal. 90.

dalam menentukan kepuasan konsumen dan keinginan konsumen untuk membeli ulang di tempat tersebut.

Kepuasan konsumen adalah kepuasan seorang konsumen atau pelanggan terhadap barang atau pelayanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dan konsumen tersebut akan merasa nyaman dan akan datang kembali ke perusahaan yang bersangkutan. Konsumen yang puas akan sebuah produk mempunyai kecenderungan untuk mengkonsusi produk tersebut berulang kali, hal itu akan menciptakan konsumen yang loyal (setia).<sup>7</sup> Salah satu cara untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan.

Oleh karena itu berbagai perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kemampuannya dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadikan pihak perusahaan harus mampu untuk menghasilkan dan menjaga harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik. Seperti halnya yang terdapat dalam Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.

Koperasi mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung adalah koperasi mahasiswa yang terletak di dekat aula utama IAIN Tulungagung. Koperasi mahasiswa IAIN Tulungagung menjual berbagai makanan seperti makanan ringan, sosis, nasi bungkus, roti dan masih banyak lainnya. Dan minuman seperti

---

<sup>7</sup>Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2005), hal. 3.

minuman botol dan es krim dan harga yang diberikan mulai dari Rp 1.000. koperasi mahasiswa sendiri buka mulai pukul 07.00 sampai dengan pukul 17.00 dengan pergantian 2 kali shift, yaitu shift pertama pukul 07.00-12.00 dan shift kedua pukul 12.00-17.00. Anggota koperasi mahasiswa IAIN Tulungagung adalah sebanyak 150 anggota dalam satu periode, dan selalu bertambah dalam setiap tahunnya.

**Tabel 1.1**

**Tabel Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung  
Periode tahun 2015 – 2018**

Tahun	Jumlah Pengurus	Jumlah Anggota
2015 - 2016	30	152
2016 - 2017	30	136
2017 - 2018	30	150

Sumber : Data Pendapatan Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung

Dari tabel 1.1 diatas adalah jumlah anggota dikoperasi Mahasiswa IAIN Tulungagung periode tahun 2015 – 2018. Pada tahun 2016 mengalami penurunan anggota koperasi dari 152 anggota menjadi 136 anggota dan pada tahun 2017-2018 telah mengalami peningkatan sebanyak 150 anggota. Dengan ini maka koperasi mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung harus mengetahui bagaimana cara agar minat menjadi anggota Koperasi mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung selalu meningkat.

Dalam usaha agar memuaskan para konsumen anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung maka terlebih dahulu harus

mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta bagaimana konsumen dapat berminat pada suatu produk yang di jual oleh koperasi tersebut. Dalam hal ini koperasi harus mengetahui faktor apa saja yang dapat memberikan alasan mengapa seseorang membeli barang dan jasa tersebut, selain jenis dan sifat produk tersebut.

Untuk mengetahui apakah koperasi telah memberikan harga, pelayanan dan produk yang berkualitas pada anggotanya, dan adakah pegaruhnya dalam kepuasan konsumennya, maka perlu adanya penelitian terhadap para anggota koperasi untuk mengetahui mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Melihat latarbelakang permasalahan di atas, maka penulis mengambil judul untuk penelitiannya yaitu, “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ANGGOTA KOPERASI MAHASISWA AL-KAUTSAR IAIN TULUNGAGUNG”

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian dibahass mengenai identifikassi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada anggota Koperasi Mahasiswa IAIN Tulungagung. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :



1. Semakin ketatnya suatu persaingan dalam bidang kuliner yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung untuk mendapatkan konsumen.
3. Besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.

### **C. Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang masalah, perlu diterangkan dalam suatu rumusan masalah yang jelas untuk memberikan arah terhadap pembahasan selanjutnya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Tingkat Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung?
- b. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung?

- d. Apakah Tingkat Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

- a. Untuk Menguji Pengaruh Tingkat Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.
- b. Untuk Menguji Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.
- c. Untuk Menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.
- d. Untuk Menguji Pengaruh Tingkat Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian yang diharapkan penulis dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Sebagai seumbangsih pemikiran dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran.

## 2. Secara Praktis

### a) Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Koperasi Mahasiswa untuk melihat pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan yang diperoleh konsumen sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penentuan kebijakan Koperasi Mahasiswa yang akan datang.

### b) Bagi Akademik

Untuk sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

### c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya pada variabel yang berbeda.

## **F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen anggota koperasi mahasiswa.
2. Penelitian dibatasi pada hasil rekapitulasi data variabel harga, rekapitulasi data variabel kualitas produk, rekapitulasi data variabel kualitas pelayanan

dan rekapitulasi data variabel kepuasan konsumen anggota koperasi mahasiswa.

Penelitian ini dibatasi guna menghindari batasan masalah yang berlebihan pada peneliti. Batasan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi Tingkat Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), sedangkan untuk variabel terikatnya (Y) adalah Kepuasan Konsumen.
2. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari koesioner (angket).
3. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang membahas tiga variabel yaitu Tingkat Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada kepuasan konsumen.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel terikat (Dependen atau Y)

Kepuasan konsumen

Menurut singgih santoso Kepuasan konsumen adalah kepuasan seorang konsumen atau pelanggan terhadap barang atau pelayanan yang telah

diberikan oleh suatu perusahaan dan konsumen tersebut akan merasa nyaman dan akan datang kembali ke perusahaan yang bersangkutan. Konsumen yang puas akan sebuah produk mempunyai kecenderungan untuk mengkonsumsi produk tersebut berulang kali, hal itu akan menciptakan konsumen yang loyal (setia).<sup>8</sup>

b. Variabel Bebas ( Independen atau X)

1) Harga

Menurut Basu Swasta Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.<sup>9</sup>

2) Kualitas Produk

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>10</sup>

3) Kualitas Pelayanan

Menurut Rambat Lupiyoadi Kualitas pelayanan adalah tingkatan baik buruknya kegiatan yang dapat didefinisikan tersendiri, yang pada

---

<sup>8</sup>*Ibid*, . . . hal. 3.

<sup>9</sup> Basu Swasta, . . . hal. 147.

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, . . . hal. 266.

hakekatnya bersifat tak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat.<sup>11</sup>

## **2. Secara Operasional**

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung. Pada penelitian ini obyek yang diteliti terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Yang mana variabel bebas meliputi X1 adalah harga, X2 adalah kualitas produk, dan X3 adalah kualitas pelayanan sedangkan variabel Y adalah kepuasan konsumen.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, serta memudahkan pemahaman maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi enam bab yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

pada bab ini memuat latar belakang untuk memberikan penjelasan dari pembahasan yang diteliti. Identifikasi masalah menjelaskan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian. Dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Selanjutnya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian

---

<sup>11</sup> Rambat Lupiyoadi, . . . ,hal. 90.

digunakan untuk mengarahkan peneliti agar tidak melebar. Kemudian penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori harga, Kualitas Produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Dilanjutkan dengan kajian penelitian terdahulu yang mungkin memiliki tema yang sama. Kemudian kerangka berfikir yang dipaparkan berdasarkan rumusan masalah. Dan hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat pendekatan dan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan penelitian kuantitatif atau kualitatif ditinjau dari tingkat eksplanasinya. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populasi, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan ditampilkan deskripsi data yang diperoleh. Hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memakai implikasi penelitian. Dalam bab ini juga akan dilakukan pengujian hipotesis.

## BAB V PEMBAHASAN

pembahasan hasil penelitian merupakan bentuk yang lebih sederhana yang mudah dibaca dan mudah diinterpretasikan meliputi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data dan pembahasan.

## BAB VI PENUTUP

Merupakan bab yang terakhir dari skripsi yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.