

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Periklanan Terhadap Manfaat Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang (KOPMA UNP) Bagi Mahasiswa Universitas Negeri Padang (FE UNP)

Ervina, Bustari Muchtar, Rose Rahmidani
Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Email: yinapramawinta21@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research was to find (1) The influence of Price, Quality Of Service and Advertising on the Benefits of KOPMA UNP For Students FE UNP (2) The Influence of Price on the Benefits of KOPMA UNP for Students FE UNP, (3) The Influence of Quality Of Service on the Benefits Of KOPMA UNP for Students FE UNP, (4) The Influence of Advertising On The Benefits of KOPMA UNP For Students FE UNP. This type of research was a descriptive associative. The populations of this research were student of FE UNP who has transacted at KOPMA UNP. The Sampling was determined by Wibisono formula with a total sample of 100 people and using accidental sampling technique. The type of data in this research was primary data. The data has been collected and then analyzed statistically with multiple linear regression analysis using SPSS version 16.0. Hypothesis test in this research have done by using F test and t test. The result of research shows that (1) The influence of Price, Quality Of Service and Advertising Simultaneously has positive and significant effect to KOPMA UNP On The Benefits for Student of FE UNP with significance value $0.000 < 0.05$, (2) The Price has positive and significant Effect On The Benefits Of KOPMA UNP for Student FE UNP with significance value of $0.009 < 0.05$, (3) The Quality of Service has not significant effect On The Benefits Of KOPMA UNP for Student FE UNP with significance value $0.078 > 0.05$, (4) The Advertising has not effect On Benefits Of KOPMA UNP For Students FE UNP with significance value $0.864 > 0.05$.*

Keywords : *Price, Quantity Of Service, Advertising and Benefits*

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu unsur penting yang menyangga perekonomian, yang berasaskan kekeluargaan, solidaritas dan persaudaraan. Pada dasarnya anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pelanggan. Sebagai pemilik, anggota memiliki kewajiban untuk membina dan mengembangkan koperasi. Sedangkan sebagai pengguna atau pelanggan, anggota berhak mendapatkan manfaat yang besar dari koperasi baik itu manfaat ekonomi maupun non-ekonomi. Manfaat dengan didirikan koperasi tidak hanya dirasakan oleh masyarakat desa, kota maupun pegawai negeri, namun manfaat koperasi juga dapat dirasakan oleh mahasiswa, seperti yang telah dirasakan oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP) khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi (FE). UNP mempunyai sebuah koperasi yang merupakan salah satu organisasi kampus yang dinamakan Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang (KOPMA UNP). KOPMA UNP sebagai organisasi yang berbasis pendidikan dengan usaha yang dikelola oleh mahasiswa dan beranggotakan mahasiswa mempunyai peran untuk menciptakan kampus bernuansa kewirausahaan dan memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa sebagai anggotanya.

Dengan terpenuhinya kebutuhan mahasiswa berarti koperasi memberikan manfaat bagi mahasiswa. Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan, KOPMA UNP belum memberikan manfaat yang besar bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi, diantaranya adalah dalam usaha fotokopi dan jasa print KOPMA UNP menetapkan harga diatas harga pesaing. Namun

pada kenyataannya KOPMA UNP menetapkan harga yang lebih mahal dari pesaing, yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Perbandingan Harga Fotokopi dan Jasa Print KOPMA UNP Dengan Pesaing

Harga KOPMA		Harga Pesaing	
Print	Fotokopi	Print	Fotokopi
Rp. 500/lembar	Rp. 250/lembar	Rp. 300/lembar	Rp. 175/lembar

Sumber: Observasi 2018

Pada koperasi, penetapan harga dilakukan dengan berorientasi pada anggota. Hal ini dikarenakan harga merupakan manfaat ekonomi langsung koperasi (Hendar, 2010). Namun keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Disatu sisi harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba, namun disisi lain harga yang mahal akan sulit dijangkau konsumen. Oleh karena itu penetapan harga yang lebih mahal yang dilakukan oleh koperasi akan menyebabkan penurunan manfaat yang diterima anggota serta turunnya keuntungan yang akan diperoleh oleh koperasi diakibatkan anggota lebih memilih bertransaksi di tempat lain.

Selain harga, kualitas pelayanan yang diberikan koperasi kepada anggota menjadi tolak ukur manfaat koperasi bagi anggotanya. Tujuan utama koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, salah satunya memberikan rasa puas kepada anggota melalui pelayanan yang diberikan. Hal ini dikarenakan pada dasarnya pelayanan yang diberikan oleh koperasi kepada anggota merupakan manfaat non-ekonomi koperasi (Hendar, 2010: 56). Untuk menilai kepuasan anggota terhadap pelayanan dapat dilihat pada aspek fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Wiandhani, dkk, 2016: 42). Dalam segi pelayanan, KOPMA belum mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa FE UNP. Padahal secara teoritis kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan/anggota koperasi. Hal ini diketahui melalui penyebaran angket kepada 30 orang responden, dimana dalam bentuk fisik adalah sebanyak 46,67% responden kurang setuju jika toko dan fotokopi KOPMA UNP terlihat bersih dan menarik. 63,33% menyatakan kurang setuju jika KOPMA UNP menyediakan semua kelengkapan mahasiswa seperti alat tulis dan buku referensi. Dalam segi keandalan 40% responden kurang setuju jika jam dan hari pelayanan di KOPMA UNP memadai dan sesuai dengan jam perkuliahan mahasiswa. Dalam segi jaminan sebanyak 56,67% mahasiswa FE kurang setuju jika karyawan KOPMA UNP merupakan karyawan yang profesional. Dalam segi empati dapat dilihat bahwa 46,67% responden menyatakan kurang setuju jika karyawan KOPMA UNP mengucapkan terimakasih ketika selesai melakukan transaksi. Maka dapat disimpulkan bahwa KOPMA UNP belum memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi mahasiswa sehingga manfaat non-ekonomi yang seharusnya diterima oleh mahasiswa sebagai anggota belum terpenuhi dengan baik.

Selain harga dan pelayanan yang diberikan, promosi melalui periklanan juga sangat dibutuhkan oleh koperasi untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Periklanan pada koperasi mempunyai peran untuk menciptakan citra yang baik dipikiran anggota. Menurut Hendar (2010: 91) periklanan yang biasanya dilakukan oleh koperasi adalah melalui papan nama, brosur, pameran dan lain lain. Iklan yang menimbulkan dampak positif akan memberikan manfaat lebih kepada anggota salah satunya yaitu meningkatnya sisa hasil usaha yang diterima oleh anggota sebagai dampak dari baiknya periklanan. Pada kenyataannya sebagaimana informasi yang telah penulis dapat dari beberapa pengurus KOPMA bahwa periklanan yang dilakukan KOPMA dalam waktu 1 tahun ini tidak lagi berjalan secara optimal. Hal ini diketahui melalui penyebaran angket kepada 30 orang responden, dimana dalam segi periklanan 43,33% responden tidak setuju jika KOPMA UNP mengeluarkan iklan melalui brosur,

pamphlet dan papan nama yang menarik dan 50% responden menyatakan tidak setuju jika informasi dari iklan yang diberikan oleh KOPMA UNP jelas.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang ada penelitian ini digolongkan pada penelitian deskriptif asosiatif. Penelitian deskriptif asosiatif bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat antara Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Periklanan (X_3) terhadap Manfaat Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang (KOPMA UNP) Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang (FE UNP) (Y). Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP yang pernah melakukan transaksi di KOPMA UNP yang tidak diketahui jumlahnya. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian, peneliti menggunakan rumus Wibisono, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui penyebaran kuesioner atau angket

Sebelum penelitian dilaksanakan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas dari semua item pernyataan pada variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan dinyatakan valid dan reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dapat digunakan sebagai pengumpulan data yang handal. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda yang berfungsi untuk mengukur dan mengungkapkan pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Manfaat Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang (KOPMA UNP) Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang (FE UNP). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas. Sedangkan uji hipotesis yang digunakan adalah uji F dan uji t.

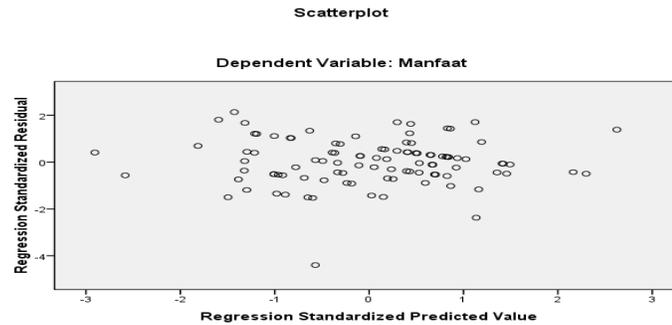
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa responden perempuan lebih mendominasi dalam penelitian yaitu 63 responden perempuan dan 37 responden laki-laki. Untuk karakteristik berdasarkan jurusan maka jurusan manajemen lebih mendominasi dalam penelitian yaitu sebanyak 25 orang responden. Sedangkan berdasarkan karakteristik tahun masuk, responden pada tahun masuk 2014 lebih mendominasi yaitu sebanyak 38 responden.

Analisis deskriptif masing-masing variabel, maka untuk variabel Harga memperoleh rata-rata mean 3,42 dan Tingkat Capaian Responden (TCR) 68,3% dengan kategori cukup baik. Lalu pada variabel Kualitas Pelayanan memperoleh rata-rata mean 3,51 dan TCR 70,2% dengan kategori cukup baik. Variabel Periklanan memperoleh rata-rata mean 3,23 dan TCR 64,5% dengan kategori kurang baik.

Hasil uji asumsi klasik dilihat dari segi uji normalitas, maka hasil distribusi data penulis dinyatakan normal karena nilai signifikan semua variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat lebih besar dari alpha (α) = 0,05. Nilai signifikan > 0,05. Selanjutnya berdasarkan uji multikolinearitas data penulis tidak terkena gejala multikolinearitas karena variabel X_1 memperoleh nilai VIF 1,425 < 10, X_2 VIF 1,989 < 10 dan X_3 VIF < 1,870. Sedangkan hasil uji heterokedastisitas data hasil penelitian tidak terjadi heterokedastisitas, karena sebaran titik tidak membentuk pola atau jalur.



Gambar 1. Heterokedastisitas
Sumber: Data diolah, 2018

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Periklanan (X_3) Terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP (Y). adapun hasil olahan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11.558	2.269		5.094	.000
	Harga	.135	.050	.293	2.686	.009
	Kualitas Pelayanan	.080	.045	.230	1.779	.078
	Periklanan	-.008	.046	-.022	-.172	.864

a. Dependent Variable: Manfaat

Sumber:
Data primer

diolah, 2018

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.318	3	47.106	7.829	.000 ^a
	Residual	577.592	96	6.017		
	Total	718.910	99			

a. Predictors: (Constant), Periklanan, Harga, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Manfaat

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 7,829 (Sig 0,000<0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai $alpha$. Hal ini diartikan bahwa variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.443 ^a	.197	.171	2.453	2.094

a. Predictors: (Constant), Periklanan, Harga, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Manfaat

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai R^2 dari *Adjusted R Square* sebesar 0,171. Hal ini berarti bahwa kontribusi variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap variabel terikat yaitu Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP sebesar 17,1% sedangkan sisanya 82,9% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini. Uji t yang bisa dilihat pada tabel 1 menunjukkan bahwa :

- Harga berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Nilai t_{tabel} dari variabel harga adalah 0,009 (Sig 0,009<0,05).
- Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Nilai t_{tabel} dari Kualitas Pelayanan adalah 0,078 (Sig 0,078>0,05).
- Periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Nilai t_{tabel} dari Periklanan adalah 0,864 (Sig 0,864>0,05).

2. Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian dilakukan berdasarkan pada hasil analisis, baik deskriptif maupun analisis regresi berganda, yang telah diuraikan dalam deskriptif variabel-variabel penelitian serta analisis hasil penelitian tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan struktur regresi berganda sebagai mana yang telah digambarkan sebelumnya.

a. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Periklanan Terhadap Manfaat Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang (KOPMA UNP) Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang (FE UNP).

Salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Setelah dilakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian, diperoleh bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan Terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Hal ini berarti apabila Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan berpengaruh positif terhadap kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa, maka hal itu menunjukkan bahwa KOPMA UNP telah memberikan manfaat bagi mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa manfaat ekonomi yang diterima anggota koperasi dibagi menjadi 2 yaitu manfaat ekonomi langsung dan manfaat ekonomi tidak langsung. Manfaat ekonomi langsung dapat dirasakan anggota melalui penetapan harga jual yang lebih murah untuk anggota koperasi dibandingkan dengan masyarakat umum. Sedangkan manfaat ekonomi tak langsung dapat dilihat dalam pelayanan yang diberikan oleh koperasi kepada anggota dalam memenuhi kebutuhan serta pembagian sisa hasil usaha (SHU) yang diterima di akhir periode akuntansi (Hendar, 2010:25-26). Besar kecilnya SHU yang diterima oleh koperasi dan anggota koperasi juga berkaitan dengan promosi yang telah dilakukan oleh koperasi, salah satunya melalui periklanan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Zeuli, dkk (2003) dengan judul *Measuring The Economic Impact Of Cooperatives: Result From Wisconsin*. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koperasi memberikan manfaat kepada anggotanya dengan menyediakan peluang kerja, akses pasar dan pelayanan.

Hasil pengujian regresi linear berganda juga menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 17,1%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan tentang Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa KOPMA UNP. Sumbangan efektif tersebut berarti Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan mempengaruhi 17,1% tentang manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa KOPMA UNP. Sehingga variabel yang diteliti tidak memberikan dampak yang besar terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa. Sedangkan sisanya 82,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Pengaruh Harga Terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh KOPMA UNP mempengaruhi manfaat KOPMA UNP bagi mahasiswa. Semua ini juga tergambar dari tingkat capaian responden (TCR) untuk variabel Harga sebesar 68,3% yang mana angka ini tergolong dalam kategori cukup baik. Hal ini menandakan bahwa harga yang ditetapkan KOPMA UNP masih belum secara maksimal memperhatikan daya beli mahasiswa.

Harga mempunyai pengaruh terhadap manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa. Oleh karena itu hendaknya KOPMA UNP menetapkan harga yang berorientasi kepada mahasiswa sebagai anggota koperasi dengan menetapkan harga yang lebih murah atau yang sama dengan pesaing, sehingga mahasiswa kembali melakukan transaksi di KOPMA UNP.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa harga merupakan penentu permintaan, dimana semakin mahal harga maka semakin kecil permintaan atas produk yang bersangkutan, (Tjiptono,dkk, 2008: 468). Oleh karena itu hendaknya KOPMA UNP lebih banyak memiliki pertimbangan dalam menetapkan persoalan harga. Semakin tinggi harga yang ditetapkan oleh KOPMA UNP, maka semakin tidak puasnya mahasiswa sebagai anggota yang berarti manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa sebagai anggota koperasi juga akan berkurang. Namun sebaliknya semakin rendah harga maka semakin tinggi rasa puas dan manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa sebagai anggota koperasi. Teori lain juga menyatakan bahwa salah satu manfaat yang seharusnya diterima oleh mahasiswa sebagai anggota adalah koperasi menyediakan barang dan jasa dengan harga terjangkau atau lebih murah dari harga pesaing (Hendar, 2010: 151-152). Harga merupakan manfaat ekonomi langsung yang dirasakan oleh anggota koperasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Seta, dkk (2016: 172) menyatakan bahwa “manfaat ekonomi langsung yang dapat dirasakan oleh anggota adalah melalui selisih harga barang jual koperasi dengan harga barang di luar koperasi”.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Artinya pelayanan yang diberikan oleh KOPMA belum sesuai dengan harapan mahasiswa FE UNP sebagai anggota koperasi. Hal ini dapat diartikan bahwa karyawan KOPMA UNP masih kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Padahal salah satu aspek dalam menentukan kepuasan anggota terhadap pelayanan adalah tata letak (aspek fisik) dan Empati (sopan santun karyawan terhadap pelanggan).

Hal ini sesuai dengan pendapat Wiandhani, dkk (2014:42) yang menyatakan bahwa “menilai kepuasan anggota dapat dilihat pada aspek tampilan fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati”. Oleh karena itu diharapkan agar KOPMA UNP memperbaiki tata letak toko agar lebih menarik dan rapi untuk dipandang serta memberikan sosialisasi kepada karyawan agar bisa berkomunikasi dengan baik dan bersikap ramah kepada pelanggan. Sehingga meningkatkan rasa puas pelanggan ketika mengunjungi toko KOPMA UNP. Meningkatnya rasa puas pelanggan terhadap KOPMA UNP berarti juga menandakan meningkatnya manfaat yang dirasakan pelanggan (mahasiswa) sebagai anggota KOPMA UNP.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Eliyawati, dkk (2016) dengan judul “Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Koperasi Unit Desa Suraberata belum mampu memberikan kualitas pelayanan prima atau superior kepada anggota. Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Yasenia (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan”. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

d. Pengaruh Periklanan Terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel Periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Artinya periklanan di KOPMA UNP tidak terlaksana dengan baik. Dapat disimpulkan bahwa KOPMA UNP

kurang optimal dalam melaksanakan periklanan. Sehingga iklan yang dibuat oleh KOPMA UNP tidak dapat membujuk, meyakinkan dan mengingatkan mahasiswa FE UNP untuk bertransaksi di KOPMA UNP. Hal ini terjadi dikarenakan tidak adanya daya tarik pada desain iklan yang dibuat oleh KOPMA UNP.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Natalia dan Mulyana (2014) tentang pengaruh periklanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,205 > 0,05$. Periklanan melibatkan seni membujuk dalam penjualan dengan menggunakan media-media. Periklanan pada koperasi mempunyai peranan penting dalam menciptakan citra koperasi dipikiran mahasiswa. Oleh karena itu hendaknya KOPMA UNP menjalankan kembali periklanan sebagaimana mestinya. Dengan cara melakukan iklan melalui media masa, membuat iklan semenarik mungkin dengan menggunakan media yang bagus dan kalimat yang jelas. Dikarenakan jika iklan di KOPMA berjalan dengan baik maka akan meningkatkan penjualan pada KOPMA UNP yang tentunya akan memberikan keuntungan bagi koperasi dan juga anggota.

SIMPULAN

(1). Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP dengan kontribusi 17,1%. Hal ini mengartikan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Periklanan secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 17,1% terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Sedangkan 82,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP bagi Mahasiswa FE UNP. Hal ini menunjukkan bahwa Harga memberikan pengaruh terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP dengan tingkat TCR 68,3%. (3) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak mampu memberikan pengaruh terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP dengan rata-rata TCR sebesar 70,2%. (4) Periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manfaat KOPMA UNP bagi Mahasiswa FE UNP. Hal ini menunjukkan bahwa Periklanan tidak mampu memberikan pengaruh terhadap Manfaat KOPMA UNP Bagi Mahasiswa FE UNP dengan rata-rata TCR sebesar 64,5%.

DAFTAR PUSTAKA

- Eliyawati, Sutjipta, & Gede, S. A. P. (2016). "Kualitas Pelayanan dan Tingkat kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat". *Jurnal Manajemen Agri Bisnis*. Vol. 4.No. 1. Hal 68-80.
- Hendar. (2010). *Manajemen Perusahaan Koperasi: Pokok-pokok Pikiran mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga.
- Natalia, P. & Mulyana, M. (2014). "Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 2.No. 2.Hal 128.
- Tiptono, F., Gregorius, C., & Dedi, A. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wiandhani, N., Dyah, A. H. L., & Achdiansyah, S. (2016). "Analisis Manfaat Ekonomi dan Non Ekonomi Koperasi Perikanan ISM Mitra Karya Bahari". *JIIA*. Vol. 4.No. 1. Hal 40-47.
- Yesenia. (2014). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan". *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol 4. No 3.
- Zeuli, K., Lawless, G., Deller, S., Cropp, R., & Hughes, W. (2003). "Measuring the Economic Impact of Cooperatives Result from Wisconsin". *United States Departement Of Agricultur*