

# **STRATEGI PEMASARAN KOPERASI SERBA USAHA TUNAS JAYA DALAM PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN SEMINAR PENULISAN ILMIAH**

**Putri Wulandari, Sugiharti Binastuti, SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : strategi pemasaran

Abstraksi :

Kualitas pelayanan diperkirakan berpengaruh terhadap jumlah pelanggan dan oleh sebab itu, dilakukan penelitian terhadap Koperasi Serba Usaha Tunas Jaya dengan menganalisis data dengan 50 set kuisioner. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan dimensi keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud. Berdasarkan hasil data kuisioner yang telah diolah maka diperoleh tingkat kesesuaian antara skor kinerja dengan skor kepentingan. Skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan diperoleh dengan membagi dengan jumlah responden (50 responden) yang akan menghasilkan nilai tengah dari nilai tingkatkinerja sebesar 3,80 dan tingkat kepentingan sebesar 4,84 nilai tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan kualitas pelayanan yang telah dilakukan KSU Tunas Jaya secara keseluruhan sangat baik. Dengan meningkatnya pelayanan atas faktor-faktor yang belum memuaskan tersebut akan lebih menumbuhkan kepercayaan masyarakat yang secara otomatis akan menaikkan SHU (Sisa Hasil Usaha) Koperasi Serba Usaha Tunas Jaya.