

**PENGARUH INOVASI PRODUK SIMPANAN DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENYIMPAN PADA  
CU SEMARONG KANTOR PUSAT DISOSOK  
KECAMATAN TAYAN HULU KABUPATEN SANGGAU**

**Okta Fitriani**

Email: Oktafitriani98@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Widya Dharma Pontianak

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk simpanan dan kualitas layanan terhadap minat menyimpan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota CU Semarong Kantor Pusat di Sosok Kecamatan Tayan Hulu Kabupaten Sanggau. Jumlah sampel diambil menjadi 100 sampel. Dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan cara *Sampling Insidental*. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan studi dokumenter. Teknik analisis data pada analisis jawaban respond menggunakan *Statistica Package for Soscial Sciences (SPSS) versi 22*, pada analisis data jawaban menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji Anova ( F Hitung), dan uji hipotesis ( T hitung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk simpanan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menyimpan.

**KATA KUNCI:** Inovasi produk simpanan, kualitas layanan, minat menyimpan.

**PENDAHULUAN**

Peran Lembaga keuangan pada saat ini masih belum secara efektif dan efisien dalam mengatasi setiap masalah-masalah yang terjadi pada lingkungan masyarakat. Adanya keprihatinan terhadap kondisi kemiskinan yang terjadi pada sekelompok rakyat, akibat kurangnya ketersediaan akses keuangan yang wajar bagi rakyat kecil yang bertujuan mewujudkan keinginan untuk mengembangkan kelembagaan pemberdayaan masyarakat. Masalah yang saat ini sedang dihadapi CU Semarong adalah bagaimana bisa menjadi Koperasi yang maju dan berkembang dengan mengupayakan peningkatan jumlah anggota yang bergabung. untuk mampu bertahan dari berbagai persoalan dan persaingan antar kompetitor.

Dari beberapa evaluasi yang disampaikan anggota, masih adanya ketidakpuasan anggota yang meliputi pelayanan pada kinerja pegawai seperti masih ada sejumlah anggota yang mengeluh dengan lambatnya pelayanan yang diberikan CU Semarang pada saat anggota ingin melakukan transaksi serta adanya jenis produk simpanan yang masih belum memenuhi syarat kebutuhan anggota. Hal tersebut sangat berpengaruh besar bila tidak ada upaya perbaikan dari CU Semarang untuk tetap selalu melakukan evaluasi produk simpanan serta kinerja layanan yang diberikan kepada anggota. hal tersebut bertujuan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada produk dan layanan yang di CU Semarang.

## **KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS**

### **1. Inovasi Produk Simpanan**

Produk adalah pemahaman subjektif produsen dan konsumen terhadap segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, dan organisasi. Dengan menambah inovasi pada setiap produk yang dipasarkan dapat bermaksud untuk menghasilkan setiap inovasi produk yang mempunyai nilai dan kegunaannya masing-masing serta dapat menjadi sesuatu yang dibutuhkan sehingga berguna bagi konsumen (Tjiptono,2015; Sangadji & Sopiah,2013). Dalam perencanaan produk harus berdasarkan tiga tingkat yaitu: produk inti, produk aktual dan produk tambahan, dengan adanya unsur perencanaan produk tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan membeli suatu produk. (Abdullah dan Thamrin,2018: 153).

Indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi produk simpanan pada penelitian ini adalah produk inti, produk aktual dan produk tambahan.

H<sub>1</sub>: Hipotesis pada variabel inovasi produk simpanan berpengaruh terhadap minat menyimpan pada CU Semarang Kantor Pusat di Sosok, Kecamatan Tayan Hulu, Kabupaten Sanggau.

## 2. Kualitas Layanan

Kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keunggulan dari suatu pelayanan dan merupakan bagian dari pertaruhan bagi reputasi perusahaan, penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian utama dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan keseimbangan, baik sebagai pemimpin pasar maupun inovator pasar. Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan salah satu caranya adalah dengan meningkatkan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa harus mampu memenuhi apa yang menjadi harapan dari konsumen dengan begitu dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut berkualitas. (Priansa,2017: 51:109; Tjiptono & Chandra,2017: 87). Dua faktor utama yang mempengaruhi mutu/kualitas layanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Penilaian kualitas pelayanan organisasi publik menurut perspektif pelanggan didasarkan kepada lima indikator penting yang saling berkaitan, yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*) (Priansa,2017: 72).

Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan pada penelitian ini adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan.

H<sub>2</sub>: Hipotesis pada variabel inovasi produk simpanan berpengaruh terhadap minat menyimpan pada CU Semarang Kantor Pusat di Sosok, Kecamatan Tayan Hulu, Kabupaten Sanggau.

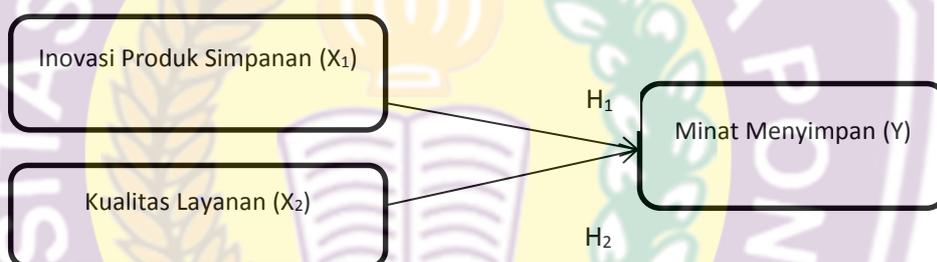
## 3. Minat Menyimpan

Perilaku konsumen adalah tindakan yang tidak dapat terlepas dari tindakan konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan, mengkonsumsi, maupun menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul. Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil sebuah keputusan yaitu faktor psikologis yang mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian, kemudian ada faktor situasional yang mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian dan faktor sosial yang

mencangkup undang-undang atau aturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial dan budaya (Priansa,2017: 77; Sangadji & Sopiah,2013: 24). Ada beberapa tahap dalam pengambilan keputusan membeli yaitu: Pengenalan kebutuhan atau pengenalan masalah, dan pencarian informasi. *Postpurchase Behavior*, ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ia beli. Apakah ia akan puas atau kecewa, jadi tergantung pada jarak ekspektasi dengan kenyataan yang dihadapi (Alma,2011: 104).

Hipotesis pada variabel inovasi produk simpanan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menyimpan pada CU Semarong Kantor Pusat diSosok, Kecamatan Tayan Hulu, Kabupaten Sanggau.

**GAMBAR 1.1**  
**MODEL PENELITIAN**



Sumber: Hasil Studi terdahulu, 2020

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif guna mengetahui keadaan yang sebenarnya dan diolah lebih lanjut untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau penghubungan dengan variabel yang lain.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota CU Semarong Kantor Pusat DiSosok Kecamatan Tayan Hulu Kabupaten Sanggau. Supaya mempermudah proses penelitian, peneliti menentukan jumlah sampel menjadi 100 sampel. Dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan cara *Sampling Insidental*. Alat ukur yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan adalah menggunakan skala ranting yang kemudian diolah dan

dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan *Statistica Package for Social Sciences* (SPSS) versi 22.

## PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan tabel mengenai hasil pengujian telah dilakukan oleh peneliti yang kemudian diolah dengan menggunakan bantuan program olahan data statistik yaitu SPSS versi 22, sebagai berikut:

**TABEL 1**  
**CU SEMARONG KANTOR PUSAT DISOSOK**  
**KECAMATAN TAYAN HULU KABUPATEN SANGGAU**  
**HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS**  
**VARIABEL INOVASI PRODUK SIMPANAN DAN KUALITAS LAYANAN**  
**TERHADAP MINAT MENYIMPAN**

Indikator	Validitas	Reliabilitas	Kesimpulan
<b>Inovasi Produk Simpanan</b>			
1. Memberikan Keuntungan	0,833	<b>0,781</b>	Valid & Realibel
2. Suku Bunga yang bersaing	0,556		Valid & Realibel
3. Sesuai kebutuhan	0,757		Valid & Realibel
4. Sesuai manfaatnya	0,739		Valid & Realibel
<b>Kualitas Layanan</b>			
1. Keandalan Karyawan	0,562	<b>0,774</b>	Valid & Realibel
2. Kesiapan Karyawan	0,894		Valid & Realibel
3. Melayani Tanpa memandang status	0,625		Valid & Realibel
4. Aman menyimpan uang	0,670		Valid & Realibel
5. Jaminan kemanan	0,691		Valid & Realibel
<b>Minat Menyimpan</b>			
1. Sesuai Kebutuhan	0,608	<b>0,666</b>	Valid & Realibel
2. Mencari Informasi	0,463		Valid & Realibel
3. Mereferensikan Produk	0,718		Valid & Realibel
4. Alasan Menjadi anggota	0,350		Valid & Realibel

Sumber: Data Olahan, 2020

**TABEL 2**  
**CU SEMARONG KANTOR PUSAT DISOSOK**  
**KECAMATAN TAYAN HULU KABUPATEN SANGGAU**  
**RINGKASAN HASIL UJI ASUMSI KLASIK**

Keterangan	Hasil Uji	Cut Off	Kesimpulan
1. Normalitas Menggunakan metode uji kolmogorov-smirnov test (K-S test or KS test)	0,075	> 0,05	Data berdistribusi normal, karena nilai signifikansi lebih besar dari tingkat sig yaitu sebesar 0,05.
2. Auto Korelasi Menggunakan uji Durbin-Watson (DW test)	1,7582 < 1,772 < 2,2418	4-dU (dU<DW<4-dU)	Tidak terjadi autokorelasi, karena nilai DW terletak di antara dU sampai dengan 4-dU.
3. Heteroskedastisitas Menggunakan uji spearman	X <sub>1</sub> = 0,512 X <sub>2</sub> = 0,822	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
4. Multikolinieritas	Nilai Tolerance: X <sub>1</sub> = 0,941 X <sub>2</sub> = 0,941 Nilai VIF: X <sub>1</sub> = 1,063 X <sub>2</sub> = 1,063	Nilai Tolerance > 0,10 Nilai VIF < 10,00	Tidak terdapat masalah multikolinieritas, karena nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.
5. Uji Korelasi Menggunakan korelasi pearson	X <sub>1</sub> = 0,016 X <sub>2</sub> = 0,038	<0,05	Tidak terjadi masalah dalam uji korelasi karena ketiganya variabel bebas memiliki korelasi searah dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, ini berarti semua variabel memiliki hubungan yang kuat.
6. Uji Koefisien Determinasi	0,070		Memiliki korelasi yang rendah, karena korelasi memiliki nilai positif.
7. Uji F (Anova)	F <sub>hitung</sub> = 3,656	F <sub>hitung</sub> > F <sub>tabel</sub> 3,656 > 3,090	Pada uji F terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka dapat model tersebut dikatakan layak.

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu inovasi produk simpanan (X<sub>1</sub>) dan kualitas layanan (X<sub>2</sub>), serta variabel dependent minat menyimpan (Y) pada pengujian validitas dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,197 yang berarti bahwa jawaban responden yang diperoleh dapat diterima. Serta untuk pengujian realibilitas dinyatakan realibel dengan menggunakan alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari tiap variabel dengan *Cronbach Alpha* > 0,6 maka dikatakan Realibel dan menunjukkan adanya konsistensi sehingga itu pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah sesuai atau realibel dengan topik penelitian.

Tabel 2 yaitu uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Disini penulis menggunakan uji kolmogorv-smirnov yang dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak, apabila nilai *Test Statistic* dan *Asymp.sig* lebih besar dari nilai alpha (0,05), maka distribusi data normal. Hasil yang diperoleh nilai *Test Statistic* sebesar 0,085 dan *Asymp.sig* sebesar 0,075 yang dimana lebih besar dari nilai alpha (0,05), sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji autokorelasi, untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat digunakan cara uji *Durbin-Watson* (DW Test) yang hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercapt* dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel bebas. Dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 1,772 yang dimana nilai DW terletak diantara  $Du$  dan  $4-Du$  ( $1,7582 < 1,772 < 2,2418$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi pada model regresi yang diuji.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dengan cara nilai  $R^2$  dan batas *tolerance* atau yang biasa dikenal dengan uji VIF. Disini peneliti menggunakan uji batas *tolerance*. Nilai *tolerance* pada variabel inovasi produk simpanan atau  $X_1$  yaitu ( $0,941 > 0,10$ ) dan nilai VIF adalah sebesar ( $1,063 < 10,00$ ) yang berarti lolos uji multikolinieritas. Nilai *tolerance* pada variabel kualitas layanan atau  $X_2$  yaitu ( $0,941 > 0,10$ ) dan nilai VIF adalah sebesar ( $1,063 < 10,00$ ) yang berarti lolos uji multikolinieritas.

Uji heterosdastisitas, apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Model regresi di uji heteroskedasitas dapat dengan cara uji glejser, uji park, uji spearman dan melihat grafik, disini peneliti menggunakan uji Spearman's rho. Diketahui bahwa korelasi antara variabel inovasi produk simpanan memiliki tingkat unstandardized Residual Sig  $0,512 > 0,05$  sehingga

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasititas pada model regresi. Dan kualitas layanan memiliki tingkat unstandardized Residual Sig 0,822 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasititas pada model regresi.

Uji korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dan variabel independen. Dengan menggunakan uji Pearson Correlation digunakan untuk data berskala interval atau rasio. Untuk melihat adanya korelasi diantara variabel independen dan dependen, maka perlu membandingkan nilai signifikansi dengan nilai alpha sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka adanya korelasi diantara variabel independen dan dependen. berikut ini dapat dijelaskan hubungan antara variabel inovasi produk simpanan (X1) terhadap minat menyimpan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,240, ini menunjukkan adanya hubungan korelasi yang lemah antara kedua variabel tersebut. sedangkan nilai signifikan sebesar 0,016 yang berarti bahwa nilai sig < 0,05 sehingga dapat disimpulkan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara inovasi produk simpanan terhadap minat menyimpan. Hubungan antara variabel kualitas layanan (X2) terhadap minat menyimpan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,166, ini menunjukkan adanya hubungan korelasi yang lemah antara kedua variabel tersebut. sedangkan nilai signifikan sebesar 0,038 yang berarti bahwa nilai sig < 0,05 sehingga dapat disimpulkan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap minat menyimpan.

Uji koefisien determinansi pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai pada koefisien determinansi digunakan agar dapat memprediksi seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yakni apakah variabel inovasi produk simpanan dan kualitas layanan dapat menjelaskan variabel minat menyimpan. Diperoleh nilai Rsquare sebesar 0,070, angka ini menunjukkan bahwa sebanyak 7 persen variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, sedangkan sisanya 93 persen adalah faktor lain dari luar variabel bebas.

Persamaan regresi berganda yaitu  $Y = 0,212Ips + 0,115Kl$  Berikut ini penjelasan mengenai hasil dari persamaan regresi linear berganda pengaruh inovasi produk simpanan dan kualitas layanan terhadap minat menyimpan. Nilai koefisien regresi untuk inovasi produk simpanan memiliki nilai sebesar 0,212, nilai tersebut menyatakan koefisien bernilai positif, yaitu adanya pengaruh yang positif antara variabel inovasi produk simpanan terhadap minat menyimpan. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan memiliki nilai sebesar 0,115. nilai tersebut menyatakan koefisien bernilai positif, yaitu adanya pengaruh yang positif antara variabel kualitas layanan terhadap minat menyimpan.

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis apakah variansi dari sebuah populasi normal sama dengan variansi dari populasi normal lainnya. Satu variansi sampel yang lebih besar ditempatkan pada pembilang sehingga rasio minimalnya adalah 1,00. Apabila pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05 maka apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tersebut layak untuk diuji sedangkan apabila nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang diharapkan, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian tersebut dinyatakan tidak layak untuk diuji diketahui bahwa hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi yaitu  $0,029 < 0,05$ . hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian ini lolos uji F, yang dimana didukung dengan nilai F hitung yaitu 3,656 dengan menggunakan alpha sebesar 0,05 dan nilai F tabel sebesar 3,090. Nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel artinya model layak untuk persamaan regresi variabel bebas terhadap variabel terikat. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas yaitu inovasi produk simpanan dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat menyimpan.

Berikut menyajikan tabel mengenai pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti yang kemudian diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 sebagai berikut:

**TABEL 3**  
**CU SEMARONG KANTOR PUSAT DISOSOK**  
**KECAMATAN TAYAN HULU KABUPATEN SANGGAU**  
**HASIL UJI t PENGARUH VARIABEL BEBAS**  
**TERHADAP VARIABEL TERIKAT**

Hipotesis	T hitung	Sig	Kesimpulan
H <sub>1</sub> : Inovasi Produk Simpanan berpengaruh positif terhadap Minat Menyimpan pada CU Semarang Kantor Pusat di Sosok Kec.Tayan Hulu, Kab. Sanggau.	2,102	0,038	H1 diterima. hal ini berarti variabel orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.
H <sub>2</sub> : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menyimpan pada CU Semarang Kantor Pusat di Sosok Kecamatan Tayan Hulu, Kabupaten Sanggau.	1,138	0,258	H2 diterima. hal ini berarti variabel inovasi produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan hasil dari Tabel 3 diatas didapatkan variabel bebas inovasi produk simpanan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat menyimpan.

Pada hipotesis 1 (Satu) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk simpanan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menyimpan. Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris ini telah dapat membuktikan bahwa inovasi produk simpanan berpengaruh terhadap minat menyimpan, salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang anggota adalah kualitas produk simpanan yang digunakan. (Almira dan Susanto, 2018) inovasi merupakan factor krusial dalam menunjang kesuksesan perusahaan, baik penyedia jasa *manufactur* . Inovasi berujung pada introduksi produk baru. Tipe produk baru berkaitan dengan strategic apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. (Nova, 2017) inovasi baik proses maupun produk merupakan suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dan terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada.

Pada hipotesis 2 (Dua) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menyimpan. Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris ini telah dapat membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menyimpan, salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang anggota adalah kualitas layanan yang diberikan suatu Lembaga. (Damar Asri, 2015) Kualitas Layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan anggota atas layanan yang mereka terima. (Trisnadi dan Surip, 2013) keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter dari suatu produk yang dibangun atas dua faktor utama yaitu persepsi konsumen atas layanan yang mereka terima dengan layanan yang diharapkan dan merupakan tingkat atau sejauh mana ketidakcocokan antara harapan konsumen dengan layanan yang mereka terima.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada penelitian ini mengenai inovasi produk simpanan dan kualitas layanan terhadap minat menyimpan pada CU Semarang Kantor Pusat di Sosok Kecamatan Tayan Hulu Kabupaten Sanggau, dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini pada variabel bebas inovasi produk simpanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menyimpan dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menyimpan.

Adapun saran yang diberikan oleh penulis adalah Seorang anggota merupakan asset penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan. Perusahaan harus pandai memahami apa yang menjadi sebuah keluhan anggota dan bagaimana cara memperbaiki setiap kesalahan atau kekurangan yang dimiliki perusahaan. Upaya dari CU Semarang dalam meningkatkan inovasi produk dan kualitas layanannya sangat dibutuhkan oleh semua anggota, dengan begitu perusahaan akan mampu mencapai kepuasan tersendiri dihati para anggotanya. Tanpa disadari hal tersebut akan berdampak pada peningkatan jumlah calon anggota yang akan bergabung. Dan menciptakan persepsi yang baik pada diri anggota terhadap perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullan, Thamrin, dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2018.
- Almira, Amelia, dan J.E. Sutanto. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 3, Nomor 2, Juni 2018, hal 258.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Atriana, Nova. "Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Bandar Lampung". Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung, (2017), hal 129.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeth, 2011.
- Chang, William. *Metodologi Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Hendrojogi. *Koperasi Asas-asas, Teori dan Praktek*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Ananlisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Undip, 2013.
- Priansa, Donni Juni. *Manajemen Pelayanan Prima, Fokus pada Organisasi Bisnis dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- \_\_\_\_\_. *Perilaku Konsumen dalam Persainngan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Asri, Amalia Damar. "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung pada BRI Syariah di Surabaya." *Artikel Ilmiah keputusan menabung*, (2015), hal 69.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma. *Pedoman Penulisan skripsi*, edisi revisi kesembilan. Pontianak: STIE Widya Dharma, 2014.
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: RajaGrafahindo Persada, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumarwan, Ujang et al. *Paduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius, Chandra. *Pemasaran Strategik*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2017.
- Trisnadi, Dedy, dan Ngadino Surip. "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga". *Jurnal Mix*, Volume 6 No. 3, Oktober 2013, hal 366.
- <http://www.depkop.go.id/data-koperasi>. 2019. *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia*. (diakses per tanggal 31 Desember Pukul 23:59 WIB).