

PENGARUH CITRA CU STELLA MARIS, KEPERCAYAAN ANGGOTA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA DI CU STELLA MARIS SIANTAN PONTIANAK

Delwyn Natalias

email: del.delwin.win@gmail.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak. Metode pada penelitian ini adalah metode kausalitas dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, observasi, studi dokumentasi, studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan program SPSS versi 22. Serta menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota.

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan anggota. Berdasarkan hasil analisis korelasi, uji F dan uji t menyatakan bahwa H_0 ditolak, serta H_1 , H_2 dan H_3 diterima. Variabel citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 23,60 persen terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah apabila CU Stella Maris Siantan Pontianak membangun citra baik dan positif, meningkatkan kepercayaan kepada anggota dengan selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan turut meningkatkan keputusan menjadi anggota CU Stella Maris Siantan Pontianak. Saran yang dapat diberikan adalah membuat program *Corporate Social Responsibility* (CSR), melakukan pendekatan hubungan dengan anggota dan menambah jumlah karyawan pada bagian *teller* dan *customer service*.

KATA KUNCI: citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota, kualitas pelayanan, keputusan anggota

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan saat ini telah menawarkan berbagai produk-produk unggulannya dengan membiasakan masyarakat untuk menabung, mengelola keuangan secara individu dan memberikan jaminan keamanan bagi masyarakat. Namun yang membedakan dari lembaga keuangan lainnya adalah produk jasa yang ditawarkan dengan proses transaksi yang semakin mudah juga. Lembaga keuangan terdiri bank, koperasi kredit atau *Credit Union* (CU) dan pegadaian, tentunya semua lembaga keuangan tersebut menawarkan jasa dan pelayanan yang berbeda juga agar memenangkan hati masyarakat, juga memudahkan masyarakat dalam memutuskan lembaga keuangan mana yang bisa menjawab kebutuhan dan harapan mereka.

Dalam hal ini sangat diperlukan strategi pemasaran yang baik dalam memenangkan hati masyarakat, baik dari harga, promosi, lokasi dan lain sebagainya. Namun banyak perusahaan yang hanya fokus pada beberapa kategori itu saja dan tidak keluar dari zona tersebut agar perusahaan terlihat berbeda dan bisa memenangkan hati masyarakat. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti dan tidak paham tentang penggunaan ATM pada bank, sulitnya proses permohonan kredit pada bank, sehingga membuat masyarakat berpindah hati ke lembaga keuangan lain yang dapat menjawab persoalan dan harapan mereka.

Saat ini bermunculan banyak lembaga keuangan yang berhasil mengembangkan produk-produk keuangan baru dengan mengutamakan kesejahteraan pada masyarakat dan anggotanya seperti pada sektor koperasi kredit atau *Credit Union* (CU). *Credit Union* (CU) adalah lembaga keuangan koperasi yang dimiliki dan diawasi oleh para anggotanya dan dioperasikan untuk tujuan mendorong pola hidup hemat, menyediakan pinjaman dengan suku bunga bersaing, dan menyediakan berbagai pelayanan keuangan lain kepada para anggotanya.

Indonesia saat ini sudah bermunculan banyak CU, bahkan di Kalimantan Barat khususnya Pontianak sudah banyak CU yang didirikan dengan naungan dari beberapa puskopdit. Ada empat puskopdit yang ada di Kalimantan Barat seperti Puskopdit BKCU Kalimantan, Puskopdit Khatulistiwa, Puskopdit Borneo, dan Puskopdit Kapuas Sintang. Puskopdit BKCU Kalimantan menaungi 43 CU primer di Indonesia, seperti CU Stella Maris, CU Jembatan Kasih, CU Sumber Rejeki, CU Bona Ventura, CU Remaung Kecubung, CU Angudi Laras, CU Semangat Warga, CU Mosinggani, CU Sohagaini Lahusa Gomo, CU Mambuin, CU Betang Asi, CU Muare Pesisir. Puskopdit Borneo menaungi 4 CU primer di Pontianak, seperti CU Lantang Tipo, CU Pancur Kasih, CU Keluarga Kudus, dan CU Bahtera. Puskopdit Kapuas Sintang menaungi 3 CU primer di Sintang, seperti CU Bima, CU Sagu Entibab, dan CU Alam Lestari Jopo. Puskopdit Khatulistiwa menaungi 9 CU primer yang ada di Pontianak.

Melihat semakin tingginya persaingan di antara lembaga CU saat ini, maka berbagai upaya dan strategi dilakukan agar anggota dapat percaya dan puas dengan yang ditawarkan oleh pihak CU. Maka upaya peningkatan citra CU menjadi penting. Hal ini disebabkan, anggota akan membandingkan berbagai produk jasa yang ditawarkan dan

kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga citra CU sangat menentukan keputusan anggota dalam memilih koperasi kredit yang ada.

Di sisi lain CU juga dapat meningkatkan rasa kepercayaan agar memenangkan hati masyarakat dalam memilih sektor koperasi. Kepercayaan merupakan masalah yang langsung berhubungan dengan anggota. Kepercayaan anggota dapat tercapai apabila CU dapat memberikan produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan menjadi penting pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya pada pihak CU. Selain menjual jasa disamping itu juga CU menjual kepercayaan kepada anggota melalui pelayanan yang prima dan menciptakan rasa aman kepada anggota.

Sebuah keputusan tentunya tidak serta merta dan harus melalui sebuah proses. Proses keputusan dimulai dari pengenalan masalah, mencari informasi, penilaian dari beberapa alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli. Tentunya sebelum anggota melakukan pencarian informasi dari masalah yang dihadapinya, maka dari pihak lembaga sendiri sudah harus terlebih dahulu meningkatkan citra kelembagaan dari berbagai produk dan pelayanan yang diberikan. Sehingga ketika anggota mencari informasi dari masalah yang dihadapinya maka mudah akan memilih perusahaan yang memiliki citra lembaga dan pelayanan terbaik, juga dapat memberikan rasa kepercayaan kepada anggota.

CU Stella Maris Siantan Pontianak yang merupakan salah satu lembaga keuangan dan mempunyai fungsi untuk memberikan pembiayaan dan simpanan kepada masyarakat. Jumlah pesaing yang semakin banyak di Pontianak ini menuntut CU Stella Maris Siantan Pontianak untuk terus meningkatkan strategi pemasarannya dengan meningkatkan citra CU, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan agar anggota percaya dan termotivasi untuk menjadi anggota dan menyimpan di CU Stella Maris Siantan Pontianak.

Berdasarkan data yang didapatkan penulis, diketahui bahwa jumlah anggota CU Stella Maris Siantan Pontianak terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir berturut-turut. Pada tahun 2012 jumlah anggota meningkat sebesar 961 orang atau sebesar 29,85 persen dari tahun 2011. Tahun 2013 jumlah meningkat sebesar 860 orang atau sebesar 20,57 persen dari tahun 2012. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan jumlah anggota sebesar 1458 orang atau sebesar 28,92 persen dari tahun 2013.

Kemudian tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah anggota sebesar 1320 orang atau sebesar 20,31 persen dari tahun 2014. Jumlah aset CU Stella Maris Siantan Pontianak terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir berturut-turut. Pada 2012 jumlah aset meningkat sebesar Rp 10.071.444.915,00 atau sebesar 31,53 persen dari tahun 2011. Tahun 2013 jumlah aset meningkat sebesar Rp 12.786.993.969,00 atau sebesar 30,44 persen dari tahun 2012. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan jumlah aset sebesar Rp 14.512.988.914,00 atau sebesar 26,48 persen dari tahun 2013. Kemudian tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah aset sebesar Rp 15.876.141.050,00 atau sebesar 22,91 persen dari tahun 2014.

Dalam kondisi ketatnya persaingan pasar, CU Stella Maris Siantan Pontianak tidak mengalami jumlah anggota dan jumlah aset, hal ini menunjukkan bahwa terdapat kepercayaan anggota terhadap CU Stella Maris Siantan Pontianak. Hal ini mencerminkan bahwa terdapat citra CU Stella Maris, kepercayaan dan kualitas pelayanan yang baik dan positif dari sudut pandang anggota. Maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak.

KAJIAN TEORITIS

Menurut (Subandi, 2009: 19): “Koperasi adalah suatu perkumpulan yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang bertujuan untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi anggotanya.” Menurut (Subandi, 2009: 35): “Pengelompokan koperasi berdasarkan bidang usaha yaitu koperasi konsumsi, koperasi produksi, koperasi pemasaran dan koperasi kredit/simpan pinjam.” Sehingga dapat diketahui bahwa Credit Union termasuk kelompok koperasi dengan bidang usaha simpan pinjam.

Menurut (Munaldus, et al., 2012: 2):

“Credit Union adalah sebuah lembaga keuangan koperasi yang dimiliki dan diawasi oleh para anggotanya dan dioperasikan untuk tujuan mendorong pola hidup hemat, menyediakan pinjaman dengan suku bunga bersaing, dan

menyediakan berbagai pelayanan keuangan lain kepada para anggotanya. CU beroperasi dengan basis tidak untuk mencari keuntungan.”

Persaingan pada lembaga CU semakin tinggi, sehingga peningkatan citra CU menjadi sangat penting. Menurut (Steinmetz dalam Sutojo, 2004: 1): “Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atas dasar apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan.” Menurut (Beil dalam Gou, 2011: 1876) dalam (Gagah Bimo Setyo Putra, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat, 2015: 3): “Citra perusahaan adalah sekumpulan persepsi oleh konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa yang meliputi kredibilitas perusahaan, jaringan distribusi perusahaan maupun popularitas perusahaan.” Menurut (Sutisna, 2000: 67) dalam (Suci Pratiwi, I Wayan Suwenda, Ni Nyoman Yulianthini, 2014: 4): “Citra perusahaan adalah gambaran singkat yang dimiliki oleh perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera.”

Lembaga CU tentu harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar anggota percaya dan loyal. Menurut (Minor dan Mowen, 2002: 312): “Kepercayaan Konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.” Menurut (Minor dan Mowen, 2002: 312): “Seseorang membentuk tiga jenis kepercayaan, yaitu kepercayaan atribut objek, kepercayaan manfaat atribut, kepercayaan manfaat objek.”

Menurut (Lovelock dalam Tjiptono, 2002: 58): “Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.” Menurut (Lewis dan Booms dalam Tjiptono, 2008: 85) dalam (Sarini Kodu, 2013: 2): “Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.” Menurut (Tjiptono, 2006: 259): “Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.” Menurut (Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Tjiptono, 2002: 14): “Bahwa ada lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan

(*assurance*), dan empati.” Sehingga dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang melebihi harapan konsumen akan mempengaruhi kepuasan seseorang.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008: 181): “Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.” Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008: 179): “Proses keputusan pembelian terdapat dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian.”

Untuk mendukung kajian teori yang digunakan oleh penulis, maka penulis juga melampirkan hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gagah Bimo Setyo Putra, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat dalam jurnal administrasi bisnis yang menjadikan Taman Rekreasi PT Selecta sebagai bahan acuan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung”, menyatakan bahwa citra perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung di Taman Rekreasi PT Selecta.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Natalia Siow dalam jurnal EMBA yang berjudul “Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU150 di Kota Manado”, menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 di Kota Manado.

HIPOTESIS

Berdasarkan dari uraian pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak adanya pengaruh citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak.

H₁: Adanya pengaruh citra CU Stella Maris terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak.

H₂: Adanya pengaruh kepercayaan anggota terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak.

H₃: Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode desain penelitian kausalitas. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh dan hubungan kausal antara variabel bebas yaitu citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan anggota. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, observasi, studi dokumentasi, studi kepustakaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah anggota pada CU Stella Maris Siantan Pontianak pada tahun 2015 yang berjumlah 7.818 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling* insidental. Sampel yang diambil cukup representatif atau mewakili populasi yaitu sampel yang diambil sebanyak 100 orang dari keseluruhan populasi yang menjadi anggota pada CU Stella Maris Siantan Pontianak. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan program SPSS versi 22. Serta menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota.

PEMBAHASAN

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 22. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, ada beberapa uji asumsi klasik yang harus terpenuhi.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item berkorelasi signifikan dengan skor total, sehingga dinyatakan valid.

Hasil uji validitas dengan jumlah data $N = 100$ maka didapat r tabel sebesar 0,197 dan hasil analisis nilai korelasi variabel X_1 (Citra CU Stella Maris), X_2 (Kepercayaan Anggota), X_3 (Kualitas Pelayanan) dan Y (Keputusan Anggota) menunjukkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197, artinya pernyataan-pernyataan variabel citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota, kualitas pelayanan dan keputusan anggota dalam penelitian ini telah valid. Maka, penelitian ini bisa dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan pengujian *Cronbach's Alpha*. Pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar 0,60 atau nilai alpha lebih besar daripada nilai r tabel. Nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel X_1 (Citra CU Stella Maris), X_2 (Kepercayaan Anggota), X_3 (Kualitas Pelayanan) dan Y (Keputusan Anggota) secara berturut-turut adalah 0,637; 0,645; 0,617; 0,834 lebih besar dari 0,60. Menunjukkan jawaban responden dalam penelitian reliabel.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Hasil pengujian normalitas residual dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi (Asymp.sig) sebesar 0,200 yang lebih besar daripada nilai $\alpha = 0,05$ maka dapat diketahui pula bahwa residual telah berdistribusi normal. Menunjukkan bahwa data yang diambil dari populasi terdistribusi normal sehingga prasyarat dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana antara variabel independen pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna. Metode pengambilan keputusan yaitu jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *Tolerance* untuk masing-masing variabel yaitu sebesar 0,963; 0,835; 0,825. Nilai tersebut lebih besar dari 0,1 maka dapat diketahui bahwa asumsi multikolinearitas telah terpenuhi. Pengujian dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan nilai masing-masing variabel yaitu sebesar 1,038; 1,197; 1,212. Nilai tersebut kurang dari 10 maka dapat diketahui asumsi multikolinearitas telah terpenuhi. Menunjukkan bahwa variabel independen pada model regresi tidak terjadi hubungan linier yang sempurna sehingga prasyarat dalam penelitian ini terpenuhi.

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel X_1 (Citra CU Stella Maris), X_2 (Kepercayaan Anggota) dan X_3 (Kualitas Pelayanan) masing-masing sebesar 0,126; 0,158; 0,218. Nilai tersebut lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka dapat diketahui bahwa asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi. Menunjukkan penyebaran sampel atau populasi sudah homogen dan memenuhi prasyarat dalam penelitian ini.

Pengujian Model Summary^b diketahui bahwa besarnya hubungan antara X₁ (Citra CU Stella Maris), X₂ (Kepercayaan Anggota), dan X₃ (Kualitas Pelayanan) dihitung dengan koefisien korelasi yaitu 0,509 atau 50,90 persen. Nilai ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang erat dengan antar variabel terikat dengan variabel bebas. Sehingga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak serta H₁, H₂, dan H₃ diterima.

TABEL 1
CREDIT UNION STELLA MARIS SIANTAN PONTIANAK
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	Unstandardized Coefficients		F	Adjusted R Square	T
	B	Std. Error			
Constant	2.426	1.931	11.191*	.236	1.256*
X1_Citra CU StellaMaris	.150	.065			2.315*
X2_Kepercayaan Anggota	.098	.046			2.135*
X3_Kualitas Pelayanan	.236	.076			3.115*

* signifikan pada level 0,05

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2017

Persamaan regresi berganda dengan tiga variabel independen adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$, dimana Y adalah variabel dependen yang diramalkan, a adalah konstanta, b₁, b₂, dan b₃ adalah koefisien regresi, dan X₁, X₂, dan X₃ adalah variabel independen.

$$Y = 2,426 + 0,150X_1 + 0,098X_2 + 0,236X_3$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut, didapatkan nilai konstanta sebesar 2,426 berarti bahwa jika variabel citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota, dan kualitas pelayanan sama dengan nol, maka keputusan anggota adalah sebesar 2,426. Nilai koefisien regresi X₁ pada variabel citra CU Stella Maris sebesar 0,150 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel independen yaitu citra CU Stella Maris terhadap variabel dependen yaitu keputusan anggota. Maka jika jumlah citra CU Stella Maris ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan anggota akan meningkat sebesar 0,150 satuan. Nilai koefisien regresi X₂ pada variabel kepercayaan anggota sebesar 0,098 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel independen yaitu kepercayaan anggota terhadap variabel dependen yaitu keputusan anggota. Maka jika jumlah kepercayaan anggota ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan anggota akan meningkat sebesar 0,098 satuan. Nilai koefisien regresi X₃ pada variabel kualitas

pelayanan sebesar 0,236 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan anggota. Maka jika jumlah kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan anggota akan meningkat sebesar 0,236 satuan.

Berdasarkan nilai signifikansi, uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,050$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($11,191 > 2,700$), maka artinya ada pengaruh antara variabel independen (citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan menjadi anggota) di CU Stella Maris Siantan Pontianak. Sehingga model yang telah dibangun telah dapat memberikan penjelasan yang baik pada variabel dependen.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada Tabel 1 menunjukkan sumbangan secara simultan variabel X_1 (Citra CU Stella Maris), X_2 (Kepercayaan Anggota), X_3 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Keputusan Anggota) dapat diketahui nilai R^2 (Adjusted R Square) adalah 0,236. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 23,60 persen sedangkan sisanya sebesar 76,40 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Sehingga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak serta H_1 , H_2 , dan H_3 diterima.

Pengujian statistik t pada model regresi bertujuan untuk menunjukkan kemampuan variabel independen yaitu X_1 (Citra CU Stella Maris), X_2 (Kepercayaan Anggota), dan X_3 (Kualitas Pelayanan) dalam memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Y (Keputusan Anggota). Pengujian ini akan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka hipotesis pada penelitian ini diterima. Uji t dengan taraf kesalahan derajat bebas sebesar 5 persen (0,050) dan nilai t untuk X_1 , X_2 , dan X_3 secara berurutan yaitu $t_1 = 2,315$, $t_2 = 2,135$, dan $t_3 = 3,115$ dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,661 artinya H_0 ditolak serta H_1 , H_2 , dan H_3 diterima.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menggunakan program SPSS 22 variabel citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan

menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak secara parsial dan simultan sehingga H_0 ditolak serta H_1 , H_2 , dan H_3 diterima.

2. Dari hasil jawaban responden dari penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel citra CU Stella Maris, kepercayaan anggota, dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 23,60 persen terhadap keputusan menjadi anggota di CU Stella Maris Siantan Pontianak, sedangkan sisanya sebesar 76,40 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba untuk memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan bahan pertimbangan bagi CU Stella Mari Siantan Pontianak dan penelitian selanjutnya. Saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. CU Stella Maris merupakan merek atau nama yang telah memiliki citra yang cukup baik dan positif dimata masyarakat. CU Stella Maris disarankan untuk terus berupaya membangun citra positif dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Misalnya dengan melakukan kegiatan sosial atau peduli kepada masyarakat lingkungan sekitar.
2. CU Stella Maris disarankan untuk terus berupaya membangun kepercayaan anggota dengan melakukan pendekatan hubungan antara pihak CU Stella Maris dengan anggota.
3. CU Stella Maris disarankan untuk terus berupaya membangun kualitas pelayanan dengan menambah jumlah karyawan pada bagian *teller* dan *customer service*

DAFTAR PUSTAKA

- Kodu, Sarini. 2013. "Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza." *Jurnal EMBA*, vol.1,no.3, 3 September, hal. 1252-1259.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (judul asli: Principles Of Marketing), edisi kedua belas, jilid 1. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Minor, Michael dan John C. Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen* (judul asli: Consumer Behavior), edisi kelima, jilid 1. Penerjemah Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Munaldus. et al. 2012. *Credit Union: Kendaraan Menuju Kemakmuran, Praktik Bisnis Sosial Model Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Pratiwi, Suci, I Wayan Suwendra dan Ni Nyoman Yulianthini. 2014. "Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho di Singaraja." *Jurnal Bisnis Manajemen*, vol.2.
- Putra, Gagah Bimo Setyo, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. 2015. "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung Taman Rekreasi PT Selecta." *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol.26,no.2, September.
- Siow, Natalia. 2013. "Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU150 di Kota Manado." *Jurnal EMBA*, vol.1,no.3, September, pp. 1069-1078.
- Subandi. 2009. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy. 2002 *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2006. *Pemasaran Jasa*, edisi pertama. Malang: Bayumedia.

