

**PENGARUH KINERJA LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA CU SUMBER BERKAT TP DESA MELOBOK KECAMATAN MELIAU KABUPATEN SANGGAU**

**Lamtiur Lusiana**

Email: lamtiurlusiana98@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Widya Dharma Pontianak

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja layanan dan citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkas TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumenter. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan pengukuran Skala Likert. Untuk mengelola data pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel kinerja layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Hasil pengujian secara persial (uji t) menunjukkan bahwa kinerja layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

**KATA KUNCI:** Kinerja Layanan, Citra Perusahaan, Keputusan Menjadi Anggota.

**PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi suatu negara membutuhkan pola pengaturan sumber-sumber daya yang tersedia secara terarah dan terpadu, sehingga hasil yang optimal bisa didapat dan digunakan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga ekonomi harus melaksanakan pola tersebut secara bersamaan agar tujuan pembangunan ekonomi yang diharapkan dapat tercapai dan sesuai dengan rencana pembangunan nasional. Lembaga keuangan, seperti koperasi kredit juga mempunyai peran yang strategis dalam menggerakkan roda perekonomian. Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi kearah peningkatan kesejahteraan rakyat. Pertumbuhan dunia perkoperasian saat ini sangat pesat. Koperasi-koperasi baru banyak bermunculan. Maraknya perkembangan koperasi yang ada di daerah-daerah dengan berbagai layanan yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat merupakan hal yang cukup variatif dalam dunia perkoperasian. Salah satu bentuk koperasi yang dikembangkan di dalam masyarakat adalah koperasi simpan pinjam atau koperasi kredit yang lebih dikenal

dengan *Credit Union (CU)* yang merupakan terobosan untuk membantu masyarakat terutama untuk masyarakat menengah kebawah dalam mengatasi kesulitan permodalan usaha mereka. Santoso et al, (2020).

Kinerja layanan merupakan kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri. Kinerja layanan juga merupakan penilaian menyeluruh pelanggan terhadap hasil pelayanan yang diberikan perusahaan, sehingga kualitas jasa/ pelayanan lebih tepat dan spesifik. Brahmana dan Kontesa, (2021). Konsumen dapat menilai kualitas dari pelayanan yang mereka rasakan. Kinerja layanan yang baik dari perusahaan dapat membuat konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa kembali. (Heng et al, 2020).

Citra perusahaan merupakan gambaran atau persepsi dari suatu organisasi atau konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa. Citra perusahaan adalah hal penting yang harus diperhatikan perusahaan karena dengan citra perusahaan yang semakin baik maka akan mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, citra perusahaan harus diperhatikan perusahaan agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Pengambilan keputusan merupakan suatu tindakan atau cara yang digunakan untuk memberikan suatu pendapat yang dapat menyelesaikan suatu masalah yang dianggap baik dan mencapai tujuan. Pengambilan keputusan biasanya dilihat dari aspek pengalaman dan pengetahuan dari orang di sekitarnya. Pengambilan keputusan juga merupakan usaha sadar untuk memilih yang dianggap baik dan mencapai tujuan. (Siam et al, 2022).

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Kinerja Layanan**

Pengertian kinerja layanan menurut Tjiptono (2007) merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kinerja layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja layanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011: 172): Kinerja layanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kinerja layanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi

saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono (2012: 174), dimensi spesifik kualitas layanan/jasa dalam pengukuran kinerja layanan/jasa adalah dimensi kualitas layanan (*service quality*).

### **Citra Perusahaan**

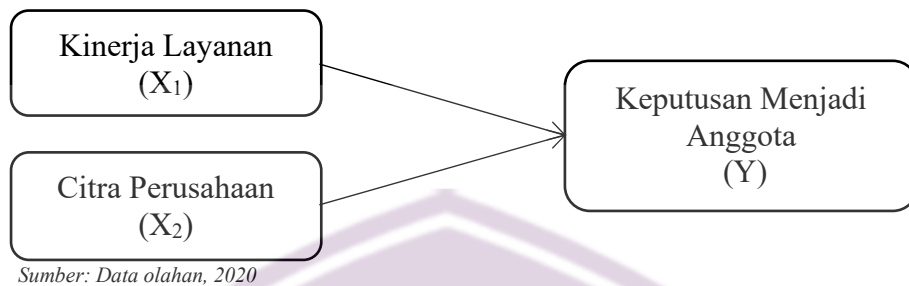
Menurut Adona dalam Vegawati, dkk (2015: 7-8): “Citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman pribadi.” Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Sukatendel dalam vegawati, dkk, 2015). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan yaitu melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

### **Keputusan Menjadi Anggota**

Keputusan pembelian konsumen, menurut Kotler dan Amstrong (2012:226) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Di dalam keputusan pembelian, ada perilaku konsumen yang mempengaruhinya. Kotler dan Keller (2012:151) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai, “The study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”. Definisi ini dapat diartikan sebagai perilaku konsumen adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut M. Anang Firmansyah (2018: 27): “keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua

alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu memulai tahapan proses pengambilan keputusan.”

**GAMBAR 1**  
**MODEL PENELITIAN**



Gambar 1 adalah model penelitian yang menggunakan variabel kinerja layanan dan citra perusahaan pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota. Penulis tertarik menggunakan variabel bebas dikarenakan penulis telah membaca beberapa literatur mengenai variabel bebas yang menyatakan bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang digunakan oleh penulis.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan analisis deskriptif yaitu mencoba memberikan gambaran suatu objek yang diteliti sesuai dengan kondisi CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau yang sebenarnya pada saat penelitian. Menurut Santi (2014: 86): “analisis deskriptif ini digunakan untuk melihat gambaran secara umum tentang variabel yang diteliti dengan analisis presentase”. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau yang berjumlah 702 anggota pada tahun 2019. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi documenter. Dalam penelitian ini sampel dipilih untuk mewakili populasi yaitu sebanyak 100 responden dari anggota simpanan yang minimal 3 tahun sudah menjadi anggota CU dan berdomisili di kecamatan meliau. Pada penelitian ini, penulis menggunakan Skala Likert dan teknik analisis data berupa analisis statistik dengan bantuan *software SPSS statistic* versi 22.

## PEMBAHASAN

Peneliti menyebarkan 100 lembar kuesioner kepada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau dan adapun tujuan penelitian ini untuk



mengetahui pengaruh antara variabel kinerja layanan dan citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Berikut hasil indeks jawaban responden mengenai variabel kinerja layanan pada pernyataan pertama diketahui bahwa jawaban dari 100 responden menunjukkan indeks sebesar 35,00 persen responden setuju bahwa karyawan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau bekerja secara profesional. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 30,00 persen responden setuju bahwa CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau membantu perekonomian rumah tangga mereka. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 41,00 persen responden setuju bahwa keberadaan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat mendukung kegiatan usaha mereka. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 35,00 persen responden setuju bahwa karyawan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat cekatan dalam melayani anggota. Pada pernyataan kelima menunjukkan indeks sebesar 29,00 persen responden setuju bahwa karyawan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat memahami kebutuhan anggota. Pada pernyataan keenam menunjukkan indeks sebesar 41,00 persen responden setuju bahwa anggota merasa aman menabung di CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Pada pernyataan ketujuh menunjukkan indeks sebesar 23,00 persen responden setuju bahwa kelancaran bisnis anggota terjamin karena dukungan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Pada pernyataan kedelapan menunjukkan indeks sebesar 27,00 persen responden setuju bahwa karyawan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau selalu berupaya memahami kebutuhan dan kesulitan anggota. Pada pernyataan kesembilan menunjukkan indeks sebesar 34,00 persen responden setuju bahwa karyawan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau cepat dalam menangani keluhan anggota. Pada pernyataan kesepuluh menunjukkan indeks sebesar 29,00 persen responden setuju bahwa penampilan karyawan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau rapi dan sopan. Pada pernyataan kesebelas menunjukkan indeks sebesar 39,00 persen responden setuju bahwa bangunan dan fasilitas pelayanan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat meyakinkan. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban pada variabel kinerja layanan

responden memberikan nilai tertinggi sebesar 41,00 persen. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi persepsi responden mengenai keberadaan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat mendukung kegiatan usaha mereka dan juga anggota merasa aman menabung di CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau.

Kemudian hasil indeks jawaban responden mengenai variabel citra perusahaan pada pernyataan pertama diketahui bahwa jawaban dari 100 responden menunjukkan indeks 35,00 persen responden menunjukkan bahwa masyarakat menyambut baik keberadaan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 39,00 persen responden menunjukkan bahwa reputasi CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat baik dibenak masyarakat. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 30,00 persen responden menunjukkan bahwa CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau memperhatikan lingkungan masyarakat. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 22,00 persen responden menunjukkan bahwa keberadaan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau tidak menimbulkan keresahan masyarakat. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban pada variabel citra perusahaan responden memberikan nilai tertinggi sebesar 39,00 persen. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi persepsi mengenai reputasi CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau sangat baik dibenak masyarakat karena reputasi yang diberikan oleh CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau memberikan kesan yang baik dimata para masyarakat sehingga membuat para masyarakat yakin untuk menjadikan dirinya anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau.

Selanjutnya hasil indeks jawaban responden mengenai keputusan menjadi anggota pada pernyataan pertama diketahui bahwa jawaban dari 100 responden menunjukkan indeks 27,00 persen responden setuju bahwa saya memerlukan jasa simpan pinjam uang. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 35,00 persen responden setuju bahwa saya akan mencari informasi tentang produk sebelum menjadi anggota. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 29,00 persen responden setuju bahwa saya memilih CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten

Sanggau karena direkomendasikan oleh kerabat. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 22,00 persen responden setuju bahwa saya bersedia merekomendasikan CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau kepada orang lain. Pada pernyataan kelima menunjukkan indeks sebesar 24,00 persen responden setuju bahwa saya bersedia menggunakan kembali produk yang tersedia pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban pada variabel keputusan menjadi anggota responden memberikan nilai tertinggi sebesar 35,00 persen. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi persepsi mengenai akan mencari informasi tentang produk sebelum menjadi anggota karena sebelum masyarakat tertarik untuk menabung dan menjadi anggota pada CU terlebih dahulu mereka mencari informasi mengenai CU.

**TABEL 1**  
**HASIL UJI HIPOTESIS**

Hipotesis	Hasil Uji		
	<b>T<sub>hitung</sub></b>	<b>Sig.</b>	<b>kesimpulan</b>
H <sub>1</sub> : Terdapat pengaruh Kinerja Layanan terhadap Keputusan Menjadi Anggota.	7,979	0,000	Kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota yang berarti semakin tinggi tingkat kinerja layanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau.
H <sub>2</sub> : Terdapat pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menjadi Anggota.	5,357	0,000	Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota yang berarti semakin tinggi tingkat Citra Perusahaan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau.

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui hasil uji t pada kinerja layanan yaitu sebesar (7,979>1,987) dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjaadi anggota sehingga H<sub>1</sub> dapat diterima. Hasil uji t Citra Perusahaan yaitu sebesar (5,357>1,987) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhafdap keputusan menjadi anggota sehingga H<sub>2</sub> dapat diterima.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai kinerja layanan dan citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja layanan dan citra perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau, dalam hal ini diperkuat dengan hasil rekapitulasi jawaban responden, dimana jawaban semua responden rata-rata menyatakan setuju mengenai ketiga variabel tersebut.
2. Berdasarkan hasil pengujian korelasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu kinerja layanan dan citra perusahaan terhadap variabel dependen yaitu keputusan menjadi anggota memiliki hubungan korelasi yang kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan pengaruh positif antara kinerja layanan dan citra perusahaan terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau. Berdasarkan uji F dan uji t maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kinerja layanan dan citra perusahaan secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan menjadi anggota pada CU Sumber Berkat TP Desa Melobok Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brahmana, R.K. dan Kontesa, M. (2021). Does Clean Technology Weaken the Environmental Impact on the Financial Performance? Insight from Global Oil and Gas Companies. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 3411-3423.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Heng, L., Ferdinand, A.T., Afifah, N., dan Ramadania. (2020). Service Innovation Capability for Enhancing Marketing Performance: An SDL Perspectives. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 623-632.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Meithiana.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management* edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.



- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Santi, Elfitri. “Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV. Jaya Herbal Cabang Padang”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 5. Nomor 1. (Januari 2014). ISSN: 2086 - 5031
- Santoso, H., Lako, A. dan Rustam, M. (2020). Relationship of Asset Structure, Capital Structure, Asset Productivity, Operating Activities and Their Impact on the Value of Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(8), 358-370.
- Siam, S.T., Shaari, J.A.N dan Heriyadi. (2022). The Relationship of Organizational Competition Orientation, Marketing Capability and Customer Networks in Achieving Seller Achievement. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 168-175.
- Suprpto, Rifqi. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ponogoro: Adona.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ponogoro: Sukatendel.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ponogoro: Bajra, dkk.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Pemahaman Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi kedua. Jakarta: PT.Indeks.
- Yenida, Sumiarti, Sarmiadi. 2014. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran, Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi, Status Akreditasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang. *e-jurnal Universitas Tamansiswa Padang*.