

ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KINERJA LAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA CREDIT UNION LANTANG TIPO KANTOR CABANG KECAMATAN AIR UPAS KABUPATEN KETAPANG

Sisilawati

Email: sisilawati2626@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

CU Lantang Tipo merupakan sektor usaha yang bergerak dalam bidang lembaga keuangan yang berbentuk koperasi simpan pinjam. Sama seperti lembaga keuangan lainnya CU Lantang Tipo juga menawarkan berbagai produk simpanan, pinjaman dan layanan. Dalam hal ini penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, dan kinerja layanan terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan Air Upas Kabupaten Ketapang. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode analisis kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota CU Lantang Tipo kantor cabang kecamatan air Upas Kabupaten Ketapang. Teknik pengambilan data sampel menggunakan *accidental sampling* dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis data kuantitatif dan menggunakan pengukuran skala rating. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, koefisien determinasi (R^2), regresi linear berganda, uji F - Statistik dan uji t-Hitung. Untuk mengelola data pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel lokasi dan kinerja layanan memberikan pengaruh yang signifikan dan simultan terhadap variabel minat menjadi anggota.

KATA KUNCI: Lokasi dan Kinerja Layanan terhadap Keputusan Menjadi Anggot.

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan Bank dan lembaga keuangan bukan Bank menunjukkan peningkatan di setiap tahunnya. Lembaga keuangan maupun merupakan sektor usaha atau badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang menawarkan jasa dalam bidang keuangan. Sebagai lembaga menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan bantuan dalam modal usaha. Bukan hanya lembaga keuangan Bank saja yang sudah dikenal di kalangan masyarakat tetapi juga lembaga keuangan bukan Bank juga sudah semakin perkembangan dan dikenal di kalangan masyarakat. Salah satu lembaga keuangan bukan Bank yang menunjukkan perkembangan maupun peningkatan dalam disetiap tahunnya adalah *Credit Union*.

Faktor yang dapat memengaruhi maju atau mundurnya suatu perusahaan adalah Lokasi. kebanyakan dari pengguna jasa Credit Union adalah mereka yang berasal dari

dalam daerah maupun luar daerah yang ingin menyimpan uang mereka di Credit Union. Oleh karena itu lokasi kantor Credit Union yang strategis dapat memudahkan konsumen mendapatkan akses ke kantor Credit Union tersebut. Dalam penentuan lokasi juga perlu melihat kedalam akses transportasi, karena kebanyakan dari calon kosumen memikirkan kemudahan mereka untuk sampai dengan mudah ketempat kantor Credit Union. Jika akses transportasi saja susah maka, tidak memungkinkan juga berkurangnya ketertarikan konsumen untuk membeli atau memakai jasa dari Credit Union tersebut.

Kinerja layanan juga merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh calon konsumen, karena jika semakin baik kinerja layanan ;yang diberikan oleh perusahaan maka akan dapat memperngaruhi keputusan dalam pembelian. Kinerja layanan merupakan penilaian secara menyeluruh pelanggan atau konsumen terhadap hasil pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, sehingga kualitas jasa atau pelayanan lebih tepat serta spesifik, semakin perusahaan tersebut mampu menunjukan kinerja yang diharapkan oleh konsumen, maka akan semakin menambah baik pelayanan yang ada dalam perusahaan tersebut. Kinerja layanan sangat penting karena untuk mengetahui aktivitas secara keseluruhan yang dilakukan selama periode tertentu, konsumen tidak akan mau berpindah jika layanan yang diberikan kepada mereka benar-benar dirasakan sangat memuaskan.

Dalam melakukan keputusan menabung, kebijakan lokasi dan kinerja layanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan menabung. Yang dimana anggota merupakan suatu hal yang sangat diperlukan dalam suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan. Untuk menarik lebih banyak anggota maka perusahaan perlu untuk memperhatikan lokasi dan kinerja layanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen ★ dapat memilih untuk membeli atau menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

KAJIAN TEORI

Lokasi

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan serta menambah anggota perusahaan CU Lantang Tipo Kantor Cabang Kec Air Upas, Kab Ketapang, maka harus membangun kantornya didaerah yang strategis agar masyarakat dapat menjangkau perusahaan dengan mudah dan dapat mengetahui perusahaan.

Menurut Tjiptono (2014:95) keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya capital intensif, karena itu penyedia jasa yang baik itu perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan, meyeleksi, dan peraturan dimasa panjang.

Tjiptono (2015: 92); mengemukakan bahwa lokasi adalah suatu tempat perusahaan beroperasi atau tempat kuliner melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan dari segi ekonominya.

Kasmir (2014: 129) lokasi adalah tempat melayani konsumen atau pembeli dan dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Dengan pernyataan ini maka dalam membangun bisnis atau perusahaan harus memilih lokasi yang strategis atau mudah dijangkau sehingga banyak menarik konsumen.

Pemilihan lokasi adalah akses, visibilitas, lalu lintas (traffic), tempat parkir, lingkungan sekitar, kompetisi, peraturan pemerintah. (Tjiptono 2014:159).

Akses yaitu lokasi yang dapat dilalui atau dengan mudah dijangkau oleh sarana transportasi, sehingga dapat memudahkan anggota serta masyarakat untuk menuju kantor Credit Union.

Visibilitas yakni lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari sudut pandang manapun, lokasi kantor terdapat di tempat yang strategis agar memudahkan masyarakat melihat kantor.

Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama yaitu: yang pertama banyaknya orang atau masyarakat yang berlalu lalang dapat memberikan peluang besar terhadap terjadinya pembelian yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi secara spontan, tanpa perencanaan dan tanpa melalui usaha-usaha khusus. Yang kedua kepadatan dan kemacetan lalu lintas juga bisa menjadi hambatan untuk menarik minat anggota.

Tempat parkir yang luas, yaitu tempat yang nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat, tempat parkir yang nyaman dan aman merupakan keinginan para anggota yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Banyaknya produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi keinginan konsumen atau masyarakat sehingga banyak menarik perhatian dari masyarakat yang ingin menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan.

Peraturan pemerintah, yaitu ketentuan yang melarang usaha fire protection dan electronic security berlokasi terlalu berdekatan dengan permukiman penduduk. Dalam membangun sebuah perusahaan disuatu daerah tentunya hyarus menaati peraturan yang dibuat oleh pemerintah.

Lupiyoadi (2016: 61-62); lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan dalam beroperasi. Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan letak strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen, yang dapat dijangkau dengan mudah oleh transportasi agar dapat menarik banyak konsumen atau pembeli.

H_1 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota

Kinerja Layanan

Banyak cara yang digunakan untuk dapat meningkatkan jumlah anggota CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten ketapang perusahaan harus meningkat serta memberikan pelayanan yang baik bagi anggotanya sehingga konsumen dapat dengan langsung memberikan penilaian bagi perusahaan agar perusahaan dapat melihat langsung kinerja yang sudah di berikan kepada konsumen.

Kotler dan Keller (2016: 25) kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk karateristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan atau konsumen baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral atau pun etika (Moeheriono, 2012:95)

Terdapat lima dimensi utama kualitas layanan yang paling sering dijadikan acuan yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, Tjiptono dan Chandra (2017: 88)

Reliabilitas adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan akan mempermudah konsumen dalam menikmati produk jasa dan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menikmati produk jasa tersebut.

Daya tanggap yaitu keinginan atau kesediaan dari para karyawan untuk membantu para pelanggan atau anggota dan memberikan layanan dengan tanggap. Para karyawan dapat lebih memperhatikan ketepatan waktu serta kecepatan dalam melakukan pelayanan.

Jaminan yaitu mencakup pengetahuansa, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan-raguan. Untuk meningkatkan kualitas layanan pada dimensi jaminan, seperti melakukan evaluasi terhadap layanan yang ditujukan kepada konsumen supaya jika ada kelemahan dalam layanan, maka kelemahan tersebut dapat diatasi dan membuat layanan tetap prima.

Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Empati juga berkaitan dengan jam operasional perusahaan yang nyaman bagi konsumen.

Bukti fisik, dimensi ini berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan pada saat memberikan pelayanan kepada konsumen, serta juga terkait dengan penampilan. Penampilan fisik dapat mampu menjadikan magnet terhadap konsumen karena penampilan fisik merupakan hal paling dasar sebab hal pertama sebelum konsumen menikmati jasa penampilan fisik merupakan cerminan kebonafitan suatu perusahaan.

Tjiptono (2016: 87); kualitas pelayanan merupakan upaya untuk pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan pelanggan atau konsumen dan ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan serta kepuasan pelanggan atau konsumen. Jadi berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja layanan sangat berpengaruh bagi keberhasilan dalam suatu perusahaan.

H₂: Kinerja layanan berpengaruh signifikan Terhadap minat menjadi anggota

Keputusan Menjadi Anggota

Keputusan menjadi anggota merupakan perasaan atau ketarikan seseorang atau masyarakat pada suatu barang, dan tempat. Dalam suatu perusahaan anggota merupakan suatu yang sangat penting untuk mendapatkan banyak anggota tentunya perusahaan perlu menarik minat dari masyarakat untuk dapat menjadi anggota di perusahaannya

tersebut untuk dapat menarik banyak konsumen perusahaan tentunya harus memiliki lokasi dan kinerja layanan yang baik.

Kotler & Amstrong (2014); keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Schiffman dan Kanuk (2014).

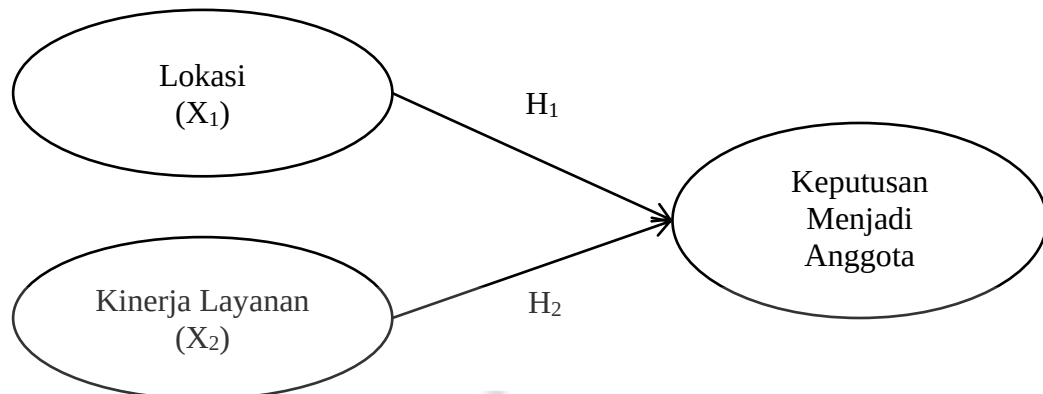
Kotler dan Amstrong (2008: 181); keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Dalam minat beli terdapat tahapan-tahapan konsumen atau pelanggan untuk atau dalam menentukan minat belinya atau mempunyai dorongan untuk dapat melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan atau disediakan.

Kotler dan amstrong (2012:191) jenis-jenis tingkah laku kosumen dalam membeli barang maupun jasa menggunakan jasa, berdasar pada derajat ketersangkutan juga tingkat perbedaan antar merek dalam melakukan sebuah keputusan untuk pembelian barang atau pengguna jasa, yaitu:

- a. Tingkah laku membeli yang kompleks
- b. Tingkah laku membeli yang mengurangi ketidakcocokan
- c. Tingkah laku membeli mencari variasi
- d. Tingkah laku membelu menjadi kebiasaan

Kotler dan Keller (2016: 181) Minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya.

GAMBAR 1 MODEL PENELITIAN



Sumber: Data Olahan, 2021

HIPOTESIS

Menurut pendapat Sugiyono (2018:63); Mengemukakan bahwa “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel satu berpengaruh terhadap variabel lain.

1. Hubungan antara variabel lokasi terhadap minat menjadi anggota.

Menurut Chotimah (2014) dalam penelitiannya mengatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih.

H₁: Adanya pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi anggota CU Lantang Tipo Kantor Cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten Ketapang.

2. Hubungan antara variabel kinerja layanan terhadap minat menjadi anggota.

Peneliti terdahulu oleh Surya Triyono (2009) yang menyatakan bahwa kinerja layanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota.

H₂: Adanya pelayanan yang baik mampu mempengaruhi minat untuk menjadi anggota CU Lantang Tipo Kantor Cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten Ketapang.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode *Asosiatif* adalah mencoba untuk memberikan pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Antara variabel lokasi dan kinerja layanan terhadap Keputusan menjadi anggota pada CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan air Upas kabupaten Ketapang. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota pada CU Lantang tipo kantor cabang Kecamatan air Upas Kabupaten Ketapang. Dalam penelitian ini penulis menentukan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel

menggunakan *Accidental sampling*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis kualitatif dimana hasil pengisian kuisioner dikumpulkan dan dijabarkan. Jawaban responden dihitung menggunakan skala rating. Data diolah menggunakan program *statistical pakeage for social science* (SPSS) versi 22.

PEMBAHASAN

Penelitian ini meneliti pengaruh lokasi dan kinerja layanan terhadap keputusan menjadi anggota dengan indikator lokasi sebanyak 5 indikator, kinerja layanan sebanyak 5 indikator, keputusan menjadi anggota sebanyak 4 indikator dan masing-masing dari indikator memiliki 3 sub indikator. Berikut merupakan indeks jawaban responden:

TABEL 1
INDEKS JAWABAN RESPONDEN TERHADAP LOKASI

Lokasi	Bobot nilai										Total	Rata-rata Indeks
Nilai Jawaban	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Akses	0	0	0	0	0	2	27	29	15	2	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	12	189	232	135	20	588	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	2,67	36	38,67	20	2,67	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	1,60	25,20	30,93	18	2,67	78,4	78,4%
Visibilitas	0	0	0	0	1	7	26	31	10	0	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	5	42	182	248	90	0	567	
Jawaban (%)	0	0	0	0	1,33	9,33	34,67	41,33	13,33	0	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0,67	5,60	24,27	33,07	12	0	75,6	75,6%
Lalu Lintas	0	0	0	0	1	13	36	20	5	0	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	5	78	252	160	45	0	540	
Jawaban (%)	0	0	0	0	1,33	17,33	48	26,67	6,67	0	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0,67	10,40	33,60	21,33	6	0	72	72%
Tempat Parkir	0	0	0	0	1	10	30	25	9	0	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	5	60	210	200	81	0	556	
Jawaban (%)	0	0	0	0	1,33	13,33	40	33,33	12	0	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0,67	8	28	26,67	10,80	0	74,13	74,13%
Lingkungan	0	0	0	0	0	1	24	26	21	3	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	6	168	208	189	30	601	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	1,33	32	34,67	28	4	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	0,80	22,40	27,73	25,20	4	80,13	80,13%
RATA-RATA INDEKS JAWABAN RESPONDEN												76,05%
KESIMPULAN: RESPONDEN MEMBERIKAN PERSEPSI TINGGI TERHADAP VARIABEL LOKASI												

Sumber: Data olahan, 2021

Persepsi responden terhadap lokasi dikategorikan setuju, dengan adanya lokasi yang strategis anggota akan lebih mudah untuk menuju lokasi kantor, Persepsi responden terhadap kualitas layanan jasa dikategorikan setuju, dengan adanya kinerja layanan anggota akan merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, serta dapat membantu anggota dalam mengatasi masalah yang dihadapinya. Oleh karena itu CU Semarang selalu mengutamakan kenyamanan dan kemudahan terhadap anggotanya dalam bertransaksi atau mencari informasi seputar layanan untuk dapat menarik lebih banyak konsumen. Berikut merupakan hasil pengujian terhadap variabel Lokasi Dan Kinerja Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Credit Union Kantor Cabang Kecamatan Air Upas Kabupaten Ketapang.

TABEL 2
INDEKS JAWABAN RESPONDEN TERHADAP KINERJA LAYANAN

Kinerja Layanan	Bobot nilai										Total	Rata-rata Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Nilai Jawaban	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Bukti Fisik	0	0	0	0	0	2	12	35	18	8	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	12	84	280	162	80	618	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	2,67	16	46,67	24	10,67	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	1,60	11,20	37,33	21,60	10,67	82,4	82,4%
Keandalan	0	0	0	0	0	1	11	28	24	11	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	6	77	224	216	110	633	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	1,33	14,67	37,33	32	14,67	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	0,80	10,27	29,87	28,80	14,67	84,4	84,4%
Ketanggapan	0	0	0	0	1	4	24	31	13	2	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	5	24	168	248	117	20	582	
Jawaban (%)	0	0	0	0	1,33	5,33	32	41,33	17,33	2,67	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0,67	3,20	22,40	33,07	15,60	2,67	77,60	77,60%
Jaminan dan kepastian	0	0	0	0	0	1	11	32	25	6	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	6	77	256	225	60	624	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	1,33	14,67	42,67	33,33	8	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	0,80	10,27	34,13	30	8	83,20	83,20%
Empati	0	0	0	0	1	7	17	39	11	0	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	5	42	119	312	99	0	577	
Jawaban (%)	0	0	0	0	1,33	9,33	22,67	52	14,67	0	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0,67	5,60	15,87	41,60	13,20	0	76,93	76,93%
RATA-RATA INDEKS JAWABAN RESPONDEN												80,91%
KESIMPULAN: RESPONDEN MEMBERIKAN PERSEPSI TINGGI TERHADAP VARIABEL KINERJA LAYANAN												

Sumber: Data olahan, 2021

TABEL 3
INDEKS JAWABAN RESPONDEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA

Keputusan menjadi anggota	Bobot nilai										Total	Rata-rata Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Nilai Jawaban												
Kemantapan Produk	0	0	0	0	0	0	7	26	28	14	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	0	49	208	252	140	649	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	0	9,33	34,67	37,33	18,67	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	0	6,53	27,73	33,60	18,67	86,53	86,53%
Kebiasaan produk	0	0	0	0	0	1	18	40	11	5	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	6	126	320	99	50	601	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	1,33	24	53,33	14,67	6,67	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	0,80	16,80	42,67	13,20	6,67	80,13	80,13%
Rekomendasi	0	0	0	0	0	2	14	26	26	7	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	12	98	208	234	70	622	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	2,67	18,67	34,67	34,67	9,33	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	1,60	13,07	27,73	31,20	9,33	82,93	82,93%
Pembelian Ulang	0	0	0	0	0	0	10	48	10	7	75	
Bobot Nilai	0	0	0	0	0	0	70	384	90	70	614	
Jawaban (%)	0	0	0	0	0	0	13,33	64	13,33	9,33	100	
Indeks Jawaban Responden (%)	0	0	0	0	0	0	9,33	51,20	12	9,33	81,87	81,87%
RATA-RATA INDEKS JAWABAN RESPONDEN												82,87%
KESIMPULAN: RESPONDEN MEMBERIKAN PERSEPSI TINGGI TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA												

Sumber: Data olahan, 2021

Uji t (Parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.. Pengujian dilakukan dengan menggunakan level signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Apabila nilai signifikansi $t < 0,05$, maka hal tersebut menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada satu variabel independen yang diuji terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Chotimah (2014) yang menyatakan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Dan peneliti Nurhaedah (2019) yang menyatakan bahwa variabel lokasi dan brand image berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank Rakyat Indonesia Unit Bontoramba Takalar.

Kemudian Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Surya Triyono (2009) yang menyatakan bahwa kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap pembelian kembali. Dan penelitian oleh Fandi (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.

TABEL 4
HIPOTESIS

Hipotesis	t _{hitung}	Sig	t _{tabel}	Keterangan
H1: Adanya pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi anggota CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten Ketapang	3,136	0,002	1,992	H1 Diterima. Artinya: Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menjadi anggota CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten Ketapang.
H2: Adanya layanan yang baik mampu mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten Ketapang	5,095	0,000	1,984	H2 Diterima. Artinya: Adanya layanan yang baik mampu mempengaruhi minat untuk menjadi anggota CU Lantang Tipo kantor cabang Kecamatan Air Upas, Kabupaten Ketapang.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis perhitungan dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya yang dilihat dari dua variabel yaitu lokasi dan kinerja layanan maka hasil yang diperoleh adalah kesimpulan bahwa variabel lokasi dan kinerja layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota dan implikasi manajerial dari hasil penelitian yang telah dilakukan CU yaitu dengan menciptakan daya tarik pada lokasi sehingga perusahaan dapat menarik keputusan dan perhatian anggota meningkatkan kinerja layanan agar menjadi lebih baik dikarenakan kinerja layanan yang diberikan oleh pelaku bisnis dapat mempengaruhi kepuasan konsumen maka dengan hal ini konsumen akan memberikan keputusan untuk menabung.

Saran yang dapat penulis berikan untuk *Credit Union* yang bergerak pada bidang produk simpan pinjam dan dapat dimanfaatkan oleh setiap anggota untuk menabung dan mendapatkan pinjaman adalah dengan meningkatkan keseriusan karyawan CU dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya pada anggota agar dapat menjalin hubungan

yang baik antar karyawan dan anggota. Penulis menilai bahwa dengan adanya persaingan yang begitu ketat sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan daya tarik pada lokasi, dengan cara menambahkan beberapa interior seperti lampu neon dan juga memasang spanduk, kemudian diharapkan memiliki kinerja layanan yang baik, dengan cara melatih karyawan, memiliki call center, minta pendapat pelanggan dan memberikan pelayanan cepat serta tanggap.

DAFTAR PUSTAKA

- Chotimah, Chusnul, and Drs Atwal Arifin, Ak. M.Si., Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta, Universitas Muhammadiyah, 2014.
- Fandi Achmad, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya, Volume 2 Nomor 3, Tahun 2017.
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kotler Philip Dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, 2012.
- Kotler Philip Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, 2008.
- Kotler Philip Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, 2014.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, 2016.
- Leon Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Pt Raja Grafindo, 2014
- Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi IV. Salemba Empat, 2016.
- Moeheriono, *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*, Raja Grafindo, 2012.
- Nurhaedah, Analisis Customer Service Communication Pada Peningkatan Minat Menabung (Studi Kasus Bank BNI), Vol. 18, No 2, Agustus 2019.
- Tjiptono Fandy . *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. ANDI, 2015.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Edisi 3, ANDI, 2017
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra. *Pemasaran Jasa*. ANDI. 2014.
- Tjiptono Fandy, *Service, Quality & Satis*, CV Andi Offset, 2016.
- Triyono Surya. Analisis Pengaruh Kinerja Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali. UIN Syarif Hidayatullah, 2009.