

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CITRA PERUSAHAAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG DI CREDIT
UNION SUMBER KASIH DI DESA KUNYIL KECAMATAN MELIAU
KABUPATEN SANGGAU**

Yustina Martika Ayu

Email: yustinamartikaayu@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan citra perusahaan dan kualitas produk terhadap minat menabung di *Credit Union* Sumber Kasih. Bentuk penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Populasi dari penelitian ini sebanyak 100 orang anggota. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pada *credit union*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *Purposive Sampling*. Pembahasan dengan menggunakan uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji F, uji *t* dan uji koefisien determinasi. Model Pengujian yang digunakan menggunakan program *software* SPSS 22. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

KATA KUNCI: Analisis Terhadap Minat Menabung

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi saat ini semakin pesat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak berdirinya *credit union*. Kondisi ini dikarenakan pengaruh perkembangan ekonomi dan pertumbuhan usaha yang juga berkembang dengan baik. Keberadaan koperasi simpan pinjam dikarenakan adanya permintaan akan kebutuhan modal di masyarakat. Menurut UU No. 17 tahun 2012 pasal 1 ayat 1, koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisah kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersamadi bidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi. Koperasi merupakan usaha jasa yang meliputi usaha yang mendatangkan jasa dan barang bagi keperluan anggota atau mengolah jasa dari anggotanya untuk dipasarkan kepada masyarakat sehingga mendatangkan keuntungan bagi anggota.

Koperasi kredit merupakan salah satu jenis koperasi di Indonesia. Koperasi kredit simpan pinjam ini masuk dalam jenis koperasi jasa sama dengan koperasi-koperasi lainnya walaupun dalam koperasi kredit terdiri dari sekumpulan orang dan dimiliki oleh orang namun wujud koperasi kredit adalah badan usaha pelayanan keuangan yang perlu dikelola sebagai bisnis di bidang jasa. Credit Union Sumber Kasih di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau yang merupakan salah satu koperasi kredit simpan pinjam yang terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota dan membangun minat menabung bagi anggota sehingga apa yang menjadi target dapat tercapai yaitu dengan jumlah anggota yang terus bertambah dari peningkatan jumlah anggota sebelumnya. Dalam meningkatkan minat menabung tentunya koperasi harus memberi citra yang baik di mata anggota dan masyarakat serta meningkatkan kualitas produk yang baik dan berkesan bagi anggota.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen pemasaran merupakan salah satu dari ilmu ekonomi di mana seiring dengan perubahan waktu ilmu pemasaran terus mengalami perkembangan. Kegiatan pemasaran merupakan awal dari kegiatan suatu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapat laba. Kualitas pelayanan merupakan sebuah jasa yang dilakukan pihak instansi guna agar dapat memadati harapan konsumen yang berupa kemudahan, kesigapan, interaksi, keahlian dan keramahan yang diberikan dengan sifat dan sikap dalam melayani agar tercapainya kemauan pemakai. Menurut Wijaya (2018: 9), “Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan –persyaratan atau atribut - atribut tertentu”.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012:74) Secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat . dengan kata lain produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur)

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017: 88-89), terdapat lima indikator atau dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

- b. Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.
- d. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan. Menurut Khotimah (2018: 40), citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanan, kualitas produknya, budaya perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Menurut Mulyaningsih (2016: 14), indikatornya sebagai berikut:

1. Mudah diingat
2. Mudah dikenali
3. Mempertinggi citra diri penggunaanya

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk-produk lainnya. Menurut Wijaya (2018: 9): “Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan –persyaratan atau atribut - atribut tertentu”. Menurut Utami (2017: 104). “Produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan, letak toko, dan nama barang dagangnya”.

Menurut Tjiptono (2000:7) dalam Trisandi kualitas produk memiliki delapan elemen, yaitu:

1. *Performance* (Kinerja)
2. *Durability* (Daya Tahan)
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
4. *Features* (Fitur)
5. *Reliability* (Reliabilitas)
6. *Aesthetics* (Estetika)
7. *Serviceability* (Kemampuan)
8. *Perceived Quality* (Kesan dan Kualitas)

Sangadji & Sopiah (2013: 328), Kualitas produk terdiri atas enam indikator, yaitu:

- a. Kinerja, merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- b. Reliabilitas, merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi.
- c. Fitur, merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk.
- d. Keawetan, merupakan dimensi kualitas produk yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk dapat dikatakan awet jika dapat bertahan dalam pemakaian yang berulang-ulang.
- e. Konsistensi, merupakan elemen yang menunjukkan seberapa jauh suatu produk bisa memenuhi standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai konsistensi tinggi berarti sesuai dengan standar yang ditentukan.

Minat merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek. Minat berarti dorongan atau daya penggerak yang dapat membentuk orang untuk melakukan suatu hal.

Menurut Kotler (2002) dalam syahriyal minat (interest) di gambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tersebut. Minat menabung di asumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Menurut Nikolaus (2017: 2395-2399) mengemukakan yang menjadi faktor dan dimensi untuk mengukur minat menabung anggota yaitu:

1). Jenis Simpanan dan Pinjaman

Jenis simpanan dan pinjaman yang ditawarkan kepada anggota harus beragam jenisnya, produk Simpan dan Pinjaman adalah bentuk penawaran pelayanan yang ditujukan kepada anggota untuk pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2). Bunga Simpanan dan Pinjaman

Bunga Simpanan dan Pinjaman adalah suatu harga dan biaya yang ditawarkan satu ke pada pihak pihak lain agar dapat menjadi referensi para pemakai jasa dan sangat mempengaruhi seseorang anggota untuk bergabung menjadi anggota, karena anggota tidak mau dibebani dengan persyaratan-persyaratan yang sulit.

3). Komunikasi dan Informasi

komunikasi dan informasi sangat erat hubungannya kepada konsumen pemakai akhir, jadi perlu menjadi perhatian serius untuk kita sampaikan melalui promosi, iklan, pola kebijakan, pendidikan dan lain-lain apapun produk dan layanan yang ditawarkan dapat menjadi respons positif bagi pemakai jasa terutama anggota.

4). Lokasi

Lokasi turut langsung mempengaruhi anggota untuk memilih tempat menabung, serta menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para anggota.

5). Pelayanan

Pelayanan penyediaan jasa yang meliputi informasi dan promosi serta yang diberikan pihak lembaga kepada pihak lain atau anggota agar menjadi perhatian utama dalam menjalankan usaha.

6). Atmosfir Kantor

Atmosfir juga akan menentukan citra suatu perusahaan agar bertahan terhadap persaingan, bukti fisik misalnya brosur paket yang atraktif dan memuat foto lokasi tempat di mana kantor didirikan dan bentuk dalam dan luar, penampilan Staf yang rapi dan sopan serta seragam yang mencerminkan kompetensi mereka, dekorasi internal bangunan yang atraktif, ruang tunggu yang nyaman dan lain-lain seperti fasilitas lainnya.

7). Pelayanan Simpanan dan Pinjaman

Pelayanan simpanan dan pelayanan pinjam proses produksi dapat menjadi respons positif, merupakan faktor yang penting bagi konsumen berperan sebagai pemakai produksi jasa yang bersangkutan. Pelanggan sangat berpengaruh oleh cara Staf

melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses pelayanan atau proses produksi.

Menurut Syahriyal (2018: 142), indikator-indikator minat sebagai berikut:

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H₁: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Credit Union Sumber Kasih Di Desa Kunyil.
- H₂: Ada pengaruh citra perusahaan terhadap minat menabung di Credit Union Sumber Kasih Di Desa Kunyil.
- H₃: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat menabung di Credit Union Sumber Kasih Di Desa Kunyil.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk melihat besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumenter dan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah anggota Credit Union Sumber Kasih yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu anggota *Credit Union* sebanyak 100 orang responden. Analisis data yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif, untuk menjelaskan analisis setiap jawaban responden diberikan bobot dengan skala Likert dan dengan menggunakan perhitungan program *Statistical Package For The Social Sciences*.

PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

TABEL 1
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayananan

Variabel Kualitas Pelayanan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,728	0,1966	Valid
X1.2	0,715	0,1966	Valid
X1.3	0,767	0,1966	Valid
X1.4	0,536	0,1966	Valid
X1.5	0,586	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan Tabel 1 tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing dari pernyataan tersebut yang digunakan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,1966. Maka dapat dinyatakan bahwa indikator pernyataan dari variabel kualitas pelayanan telah memenuhi syarat validitas.

TABEL 2
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Variabel Citra Perusahaan	r hitung	r table	Keterangan
X2.1	0,791	0,1966	Valid
X2.2	0,838	0,1966	Valid
X2.3	0,751	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan Tabel 2 tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing dari pernyataan tersebut yang digunakan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,1966. Maka dapat dinyatakan bahwa indikator pernyataan dari variabel kualitas pelayanan telah memenuhi syarat validitas.

TABEL 3
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Variabel Kualitas Produk	r hitung	r tabel	Keterangan
X _{3,1}	0,781	0,1966	Valid
X _{3,2}	0,700	0,1966	Valid
X _{3,3}	0,577	0,1966	Valid
X _{3,4}	0,802	0,1966	Valid
X _{3,5}	0,741	0,1966	Valid
X _{3,6}	0,638	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan Tabel 3 tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing dari pernyataan tersebut yang digunakan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,1966. Maka dapat dinyatakan bahwa indikator pernyataan dari variabel Minat menabung telah memenuhi syarat validitas.

TABEL 4
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung

Variabel Minat Menabung	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,852	0,1966	Valid
Y2	0,877	0,1966	Valid
Y3	0,650	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan Tabel 4 tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing dari pernyataan tersebut yang digunakan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,1966. Maka dapat dinyatakan bahwa indikator pernyataan dari variabel Minat menabung telah memenuhi syarat validitas.

2. Uji Reabilitas

TABEL 5
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Uji Reabilitas

indikator	Reliabilitas	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
		0,693	Reliabel
X1.1	0,613		Reliabel
X1.2	0,632		Reliabel
X1.3	0,580		Reliabel
X1.4	0,687		Reliabel
X1.5	0,685		Reliabel
		0,701	Reliabel
X2.1	0,619		Reliabel
X2.2	0,477		Reliabel
X2.3	0,724		Reliabel
		0,796	Reliabel
X3.1	0,739		Reliabel
X3.2	0,763		Reliabel
X3.3	0,813		Reliabel
X3.4	0,733		Reliabel
X3.5	0,756		Reliabel
X3.6	0,780		Reliabel
		0,705	Reliabel
Y1	0,462		Reliabel
Y2	0,396		Reliabel
Y3	0,879		Reliabel

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 5 tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,693 lebih besar dari 0,60. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel citra perusahaan adalah 0,791 lebih besar dari 0,60. nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas produk sebesar 0,796 lebih besar dari 0,60. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel minat menabung 0,705 lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, kualitas produk dan minat menabung yang digunakan reliabel.

TABEL 6
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	2.314	1.109		2.087	.040
KUALITAS PELAYANAN	.048	.047	.076	1.039	.301
CITRA PERUSAHAAN	-.038	.057	-.041	-.663	.509
KUALITAS PRODUK	.396	.038	.771	10.296	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan Tabel 6 tersebut dapat diperoleh persamaan model regresi Credit Union Sumber Kasih di Desa Kunyil sebagai berikut:

$$Y = 0,076 X_1 + 0,041 X_2 + 0,771 X_3$$

- 1) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0,076 yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel kinerja karyawan. Dengan demikian peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti peningkatan minat menabung.
- 2) Koefisien regresi variabel citra perusahaan memiliki nilai sebesar 0,041 yang artinya variabel citra perusahaan berpengaruh secara positif terhadap variabel minat menabung. Dengan demikian peningkatan citra perusahaan akan diikuti peningkatan minat menabung.
- 3) Koefisien regresi variabel kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,771 yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap variabel minat menabung. Dengan demikian peningkatan kualitas produk akan diikuti peningkatan minat menabung.

TABEL 7
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Uji F
ANOVA^a

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	119.222	3	39.741	60.054	.000 ^b
	Residual	63.528	96	.662		
	Total	182.750	99			

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, CITRA PERUSAHAN, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan Tabel 7, hal ini berarti bahwa kedua variabel independen bersimultan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis dapat diterima. Di samping itu nilai tersebut juga menunjukkan model regresi penelitian ini sudah layak untuk menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen.

TABEL 8
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
UJI t
Coefficients^a

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	2.314	1.109		2.087	.040
	KUALITAS PELAYANAN	.048	.047	-.076	1.039	.301
	CITRA PERUSAHAN	-.038	.057	-.041	-.663	.509
	KUALITAS PRODUK	.396	.038	.771	10.296	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,301 > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menabung. Nilai signifikan untuk variabel citra perusahaan sebesar $0,509 > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Nilai signifikan untuk variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

TABEL 9
CU Sumber Kasih Di Desa Kunyil Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.808 ^a	.652	.642	.81348

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2022

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 9 tersebut dapat diketahui bahwa nilai *R square* adalah sebesar 0,652 atau 65,20 persen. Nilai ini menunjukkan bahwa perubahan variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kualitas produk mampu menjelaskan perubahan minat menabung sebesar 0,652 atau 65,20 persen, sedangkan 34,80 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang di luar penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan kesimpulan tersebut, diketahui bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada Credit Union Sumber Kasih di Desa Kunyil. Oleh karena itu, adapun saran yang diberikan penulis. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan yang diberikan oleh karyawan karena pelayanan yang ada saat ini belum memuaskan anggota. hal ini mengahruskan *Credit Union* untuk mengutamakan kepentingan anggota dan selalu memahami keinginan anggota dan menanyakan kebutuhan anggota. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas citra perusahaan karena tidak mudah dikenali oleh anggota, seharusnya *Credit Union* memperbanyak promosi serta memasang baliho, spanduk agar nama *Credit Union* mudah diingat dan dikenali oleh anggota. Sebaiknya perusahaan memberikan jaminan yang pasti kepada anggota agar anggota percaya bahwa *Credit union* bisa bertahan dalam jangk waktu yang lama, karena saat ini anggota beranggapan bahwa *Credit Union* tidak bertahan dalam jangka waktu yang lama oleh karena itu dengan meningkatkan kualitas produk *Credit Union* yang terbaru yang bermanfaat bagi anggota dan *Credit Union* itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Reguisitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri.
- Mulyaningsih, L. A , I Gst. A. K. G. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OCBC NISP. E. *Jurnal Manajemen Umid*, 5 (1), 2302-8912.
- Nikolaus. (2017). faktor-faktor Minat Menabung Pada Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Khusus Punjung Telaga Kumang di Senaning. *Bisma*, 01(11), 2391-2400.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Syahriyal. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Kepada Keputusan Menabung pada Perbankan Syariah di Banda Aceh
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Trisandi, D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Kembali di Cimb Niaga. *Jurnal Mix, Volume 6 (3)* 356-368.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: Permata Puri Media.