

ANALISISI PENGARUH KEPUASAN ATAS KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS NASABAH DALAM MENABUNG DI CU BONAVENTURA CABANG LEDO

Nina Marsiana

Ninamarsiana693@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra organisasi, kepercayaan anggota, kepuasan anggota terhadap keputusan menjadi anggota koperasi kredit CU Bonabentura Cabang Ledo. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kausalitas dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan *rating scale* dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 23. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel citra organisasi, kepercayaan anggota dan kepuasa anggota secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan menjadi anggota.

Kata Kunci: Citra Organisasi, Kepercayaan Anggota, Kepuasan Anggota dan Keputusan Menjadi Anggota

PEMBAHASAN

Perkembangan bisnis di jasa keuangan terutama pada lembaga keuangan non bank seperti pegadaian, koperasi atau *Credit Union* dan lembaga investasi lainnya telah menimbulkan persaingan yang ketat antar lembaga keuangan non bank terutama *Credit Union*. *Credit Union* merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak pada bidang jasa keuangan untuk kesejahteraan anggotanya. *Credit Union* akan berupaya memenuhi harapan calon anggota agar dapat meningkatkan keputusan menjadi anggota. *Credit Union* merupakan lembaga keuangan yang menyediakan jasa simpan pinjam yang dimiliki dan dikelola oleh anggota, dan bertujuan untuk kesejahteraan anggota. *Credit Union* memiliki beberapa prinsip utama yaitu asas swadaya atau tabungan hanya diperoleh dari anggotanya, asas setia kawan atau pinjaman hanya diberikan kepada anggota, asas pendidikan dan penyadaran atau membangun watak adalah yang utama, asas inovasi dan asas persatuan.

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia mempengaruhi kinerja koperasi di Indonesia. Pandemi menyebabkan mayoritas koperasi di Indonesia mengalami guncangan likuiditas. Menurut kabar berita yang dilansir dari *suaramerdeka.com* bahwa koperasi simpan pinjam terancam bangkrut akibat munculnya pandemic Covid-19, terutama koperasi simpan pinjam yang berada di Kabupaten Kudus. Sebanyak 67 *Credit Union* terancam bangkrut (Anton, 2021). Lembaga perekonomian kerakyatan tersebut nyaris gulung tikar karena seretnya angsuran anggota hingga memicu kredit macet. Perekonomian masyarakat saat pandemi mengalami penurunan, kondisi tersebut berdampak pada pembayaran angsuran anggota *Credit Union*. (Anton, 2021). Kasus gagal bayar *Credit Union* terus bergulir dan masih akan terjadi (Sari, 2020). Mengingat, pertumbuhan sektor riil menurun akibat pandemic Covid-19 sehingga mempengaruhi kinerja di sektor keuangan, termasuk *Credit Union* (Octaviano, 2021).

Salah satu *Credit Union* yang terkenal di masyarakat Kota Bengkayang Desa Ledo, Kecamatan Ledo adalah *Credit Union Bonaventura*. *Credit Union Bonaventura* merupakan salah satu badan usaha bidang jasa keuangan yang berdiri sejak tanggal 9 Januari 1999. *Credit Union Bonaventura Tempat Pelayanan (TP) Ledo* merupakan salah satu dari 11 (sebelas) TP yang tersebar di Kawasan Singkawang, Bengkayang, dan Sambas Provinsi Kalimantan Barat. Dimana TP Ledo berada di Kecamatan Ledo Kabupaten Bengkayang dengan Badan Hukum Nomor 80/BH/XVII.9/Kop.UKM.A, tanggal 24 Juli 2015 dengan Kantor Pusat di Nyarumkop, Singkawang. *Credit Union Bonaventura TP Ledo* sebagai koperasi simpan pinjam yang melayani masyarakat terutama masyarakat ekonomi kelas menengah ke bawah dan sebagian besar tinggal di pedesaan, diharapkan mampu memberikan layanan yang berkualitas dan memuaskan anggota. Hal ini diharapkan dapat menunjang dan memperbaiki perekonomian masyarakat pedesaan dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

1. Citra Organisasi

Citra organisasi *Credit Union Bonaventura* menjadi salah satu faktor yang diasumsikan dapat memicu terjadinya keputusan menjadi anggota karena citra merupakan pemilihan anggota tentang gambaran menyeluruh *Credit Union* berdasarkan pengalaman dan pemahaman anggota mengenai jasa, tingkat reputasi dan kredibilitas

Credit Union Bonaventura. (Septiani, 2017: 20). Citra *Credit Union* merupakan kesan publik terhadap *Credit Union* berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya (Suwatno, 2018:45). Anggota yang memiliki citra positif terhadap *Credit Union* akan lebih memungkinkan untuk melakukan keputusan menabung. Anggota cenderung menggunakan produk atau jasa yang sudah dikenal karena merasa aman dengan sesuatu yang dikenal dan memiliki persepsi bahwa *Credit Union* memiliki kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan dan dapat diandalkan. Menurut Jefkins, Soemira dan Ardianto t, 2013:114) citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta fakta atau kenyataan.

2. Kepercayaan Anggota

Kepercayaan adalah sebuah harapan orang lain, kelompok atau lembaga dengan siapa kita mendapatkan sebuah hubungan yang mempengaruhi, bekerja sama, akan bertindak dengan cara yang konduktif untuk kesejahteraan. Kepercayaan memiliki arti bahwa penabung yakin dan percaya bahwa simpanannya akan dapat ditarik kembali dari koperasi tersebut.

Indarjo dalam Khakim (2015) mendefinisikan kepercayaan pelanggan sebagai suatu kerelaan untuk bergantung kepada partner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri partner itulah diletakkan keyakinan. Dengan kata lain dapat di simpulkan bahwa kepercayaan merupakan suatu keyakinan, dimana salah satu pihak yang terlibat dalam pertukaran memiliki keandalan dan integritas yang dapat memberikan hasil yang positif. Kepercayaan menjadi sangat penting untuk menjalin hubungan karena seseorang tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Pelanggan akan cenderung menilai dan melihat apa yang sudah dirasakan dan dinikmati atau dikonsumsi.

Menurut penelitian Guspul dan Ahmad (2014), terdapat dua hal yang menyebabkan pelanggan akan percaya terhadap perusahaan jasa keuangan, diantaranya: citra perusahaan dan perhatian. Kepercayaan berkaitan dengan citra karena apabila terdapat krisis kepercayaan, maka akan terjadi penurunan citra. Ndubisi dalam (Hutama and Widowati 2018) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan bahwa janji dari seorang partner dapat diandalkan dan pihak tersebut dapat memenuhi janjinya dalam sebuah hubungan. Timbulnya kepercayaan karena hasil dari keandalan dan integritas

mitra yang ditunjukkan melalui sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, tanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian.

3. Kepuasan Anggota

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2018:30). Dalam persaingan perbankan yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Berikut definisi beberapa ahli tentang kepuasan pelanggan Menurut Bob Sabran (2019:177) menyatakan bahwa: “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Kepuasan anggota sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas dan jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang, menurut Kotler (2017). Credit Union Bonaventura selama kegiatan operasionalnya juga telah melakukan serangkaian program seperti memberikan undian berupa hadiah sepeda motor dengan tujuan untuk menarik minat anggota dan calon anggota agar menjadi anggota. Penekanan membuat program tersebut agar konsumen merasa tertarik dan puas dalam melakukan jasa sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota. (Hendro, Asiati & Sari, 2020: 93). Menurut Martilla dan James, 1977 yang dikutip oleh Tjiptono (2018:35) menyatakan bahwa Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut: Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (derived dissatisfaction). Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan

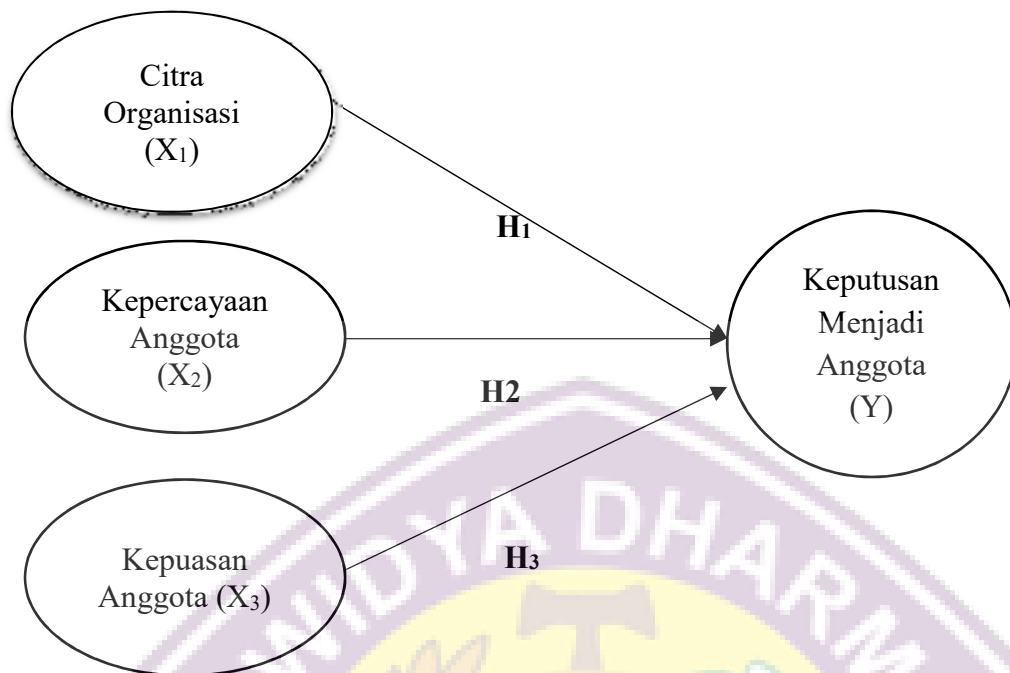
yang mereka sarankan. Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan.

4. Keputusan Menjadi Anggota

Dalam pengambilan keputusan anggota dalam mengambil keputusan adalah suatu tindakan memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Menurut Tengku Enzy Balqiah dan Hapsari. S (2014) mendefinisikan secara umum, suatu keputusan adalah seleksi dari dua atau lebih alternatif pilihan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan jasa yang ditawarkan oleh pihak organisasi.

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi yang dipakai dan digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan. Rekomendasi ini begitu besarnya pengaruh jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat keliruan atau adanya kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidakhati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah. Sedangkan pengertian pengambilan keputusan anggota dalam mengambil kredit adalah suatu tindakan memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Menurut Keputusan anggota dalam mengambil kredit adalah suatu proses yang dilakukan anggota dengan memilih satu alternatif dari alternatif yang ada.

Menurut (Gstrein & Teufel, 2014), pola pengambilan keputusan konsumen tergantung pada pola probabilitas dan keuntungan atau kerugian dari hasil yang dirasakan. Langkah-langkah dalam proses pemilihan keputusan dimulai dengan kebutuhan akan sesuatu, motif. Setelah kebutuhan ditentukan, ada seperangkat alternatif yang disebut set peluang.



GAMBAR 1
KERANGKA BERPIKIR

Sumber : Data Olahan, 20

HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dan rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2016:134).

1. Hubungan Citra Organisasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Citra adalah cerminan dari identitas organisasi atau perusahaan. Credit Union yang memiliki citra lembaga yang baik di benak anggota akan mampu untuk meningkatkan keputusan menjadi anggota pada Credit Union. Citra organisasi yang baik dan positif akan membuat anggota merasa yakin dan percaya untuk bergabung menjadi anggota di Credit Union tersebut. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah (2018) yang membuktikan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi anggota. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H1: Variabel citra organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pada Credit Union Bonaventura Cabang Ledo.

2. Hubungan Kepercayaan Anggota Terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung kepada citra organisasi. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak karena keyakinan bahwa citra organisasi tersebut akan memberikan apa yang ia harapkan. Kepercayaan melakukan simpan pinjam pada lembaga keuangan Credit Union Bonaventura merupakan keyakinan nasabah untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang artinya jika semakin tinggi kepercayaan, maka keputusan nasabah untuk melakukan simpan pinjam juga semakin tinggi atau meningkat. Penelitian yang dilakukan Prasetya et al, (2014) mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap kepercayaan serta keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa variabel kepercayaan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Baskara dan Guruh (2014) yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Anggota, Kepuasan Anggota terhadap Keputusan Menjadi Anggota” menunjukkan hasil penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H2: Variabel kepercayaan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pada Credit Union Bonaventura Cabang Ledo.

3. Hubungan Kepuasan Anggota Terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Menurut Lili. Y. ai. (2016) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Hal ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan pelanggan yang tinggi, ini disebabkan jika seorang nasabah hanya memiliki tingkat kepuasan yang sedang-sedang saja maka nasabah akan mudah berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik sedangkan pelanggan yang sangat puas terhadap suatu produk perusahaan cenderung lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap suatu produk atau jasa tertentu bukan hanya kesukaan rasional yang hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Dalam jurnal penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Angga P. Kautsar Sunu Widiyanto, Riski Abdulah Ph. D, Hesti Amalia

(2012), menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H3: Variabel kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pada Credit Union Bonaventura Cabang Ledo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra organisasi, kepercayaan anggota, kepuasan anggota terhadap keputusan menjadi anggota koperasi kredit CU Bonaventura Cabang Ledo. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kausalitas dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan rating scale dengan bantuan Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel citra organisasi, kepercayaan anggota dan kepuasan anggota secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan menjadi anggota.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh citra organisasi, kepercayaan anggota, kepuasan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada Credit Union Bonaventura Cabang Ledo. Oleh karena itu, penulis perlu mengetahui dan menganalisis tanggapan responden terhadap masing-masing indikator untuk variabel yang diukur dalam penelitian ini yang ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini.

TABEL 1
HASIL UJI STATISTIK

Keterangan	Hasil
Uji Validitas ($r_{\text{tabel}} = 0,1743$) Citra Organisasi (X_1) $X_{1.1} = 0,662$; $X_{1.2} = 0,641$; $X_{1.3} = 0,642$; $X_{1.4} = 0,566$ Kepercayaan Anggota $X_{2.1} = 0,601$; $X_{2.2} = 0,653$ Kepuasan Anggota $X_{3.1} = 0,608$; $X_{3.2} = 0,755$; $X_{3.3} = 0,686$	Valid

Keputusan Menjadi Anggota $Y_{5.1} = 0,655$; $Y_{5.2} = 0,654$; $Y_{5.3} = 0,575$; $Y_{5.4} = 0,575$; $Y_{5.5} = 0,585$ Konklusi: tiap butir pernyataan mengenai citra organisasi (X_1), kepercayaan anggota (X_2), kepuasan anggota (X_3), dan keputusan menjadi anggota (Y) dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,1743. Maka penelitian ini layak untuk dilanjutkan.	
Uji Reliabilitas Citra organisasi (X_1) = 0,759 Kepercayaan anggota (X_2) = 0,701 Kepuasan anggota (X_3) = 0,778 Keputusan menjadi anggota (Y) = 0,774	Reliabel
Keterangan	Hasil
Uji Normarlititas Nilai <i>Kolmogorov-Smirnov Asymp. Sig (2-tailed)</i> = 0,200 Konklusi; uji normalitas dengan menggunakan one sample kolmogorov-smirnov menghasilkan nilai signifikan $> 0,05$ yang artinya nilai berdistribusi normal.	0,200
Uji Multikolinearitas Nilai Tolerance = $X_1 = 0,651$; $X_2 = 0,672$; $X_3 = 0,572$ Nilai VIF = $X_1 = 1,535$; $X_2 = 1,487$; $X_3 = 1,749$ Konklusi; nilai tolerance yang dihasilkan lebih $> 0,1$ dan nilai VIF yang dihasilkan lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji Heterokedastisitas $X_1 = 0,759$; $X_2 = 0,203$; $X_3 = 0,251$ Konklusi; tidak terdapat masalah heterokedastisitas, karena nilai signifikan variabel $> 0,05$	Tidak terjadi heterokedastisitas
Keterangan	Hasil
Uji Autokorelasi $DU < DW < 4 - DU = 1,757 > 1,768 < 2,2426$ Konklusi: hasil perhitungan autokorelasi menunjukkan bahwa hasil $Du < DW < 4 - Du$, sehingga dapat dinyatakan bahwa data bebas autokorelasi.	Tidak terjadi autokorelasi
Uji Korelasi $X_1 = 0,521$; $X_2 = 0,502$; $X_3 = 0,586$ $Sig (2-tailed) = X_1 = 0,000$; $X_2 = 0,000$; $X_3 = 0,000$ Konklusi: korelasi pada variabel citra organisasi (X_1) dan kepercayaan anggota (X_2) tergolong cukup kuat terhadap variabel keputusan menjadi anggota (Y) dengan nilai signifikan $< 0,05$.	$< 0,05$
Uji Koefisien Determinasi (R^2) $R_{square} = 0,427$ Konklusi: citra organisasi (X_1) dan kepercayaan anggota (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota sebesar 42,70%	0,427

sedangkan 57,30 persen dipengaruhi variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	
Uji Regresi Linear Berganda $Y = 0,235(X_1) + 0,401(X_2) + 0,485(X_3)$ Konklusi: apabila citra organisasi naik sebesar 1 poin maka keputusan menjadi anggota akan naik sebesar 0,235; apabila kepercayaan anggota naik sebesar 1 poin maka keputusan menjadi anggota naik sebesar 0,401; apabila kepuasan anggota naik 1 poin maka keputusan menjadi anggota naik sebesar 0,485.	0,235 0,401 0,485
Uji F $F_{hitung} = 30,040$ $Sig = 0,000$ Konklusi: hasil F_{hitung} menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka dikatakan bahwa model penelitian ini layak untuk digunakan.	30,040 ; 0,000
Uji T $X_1 = 2,755$; $X_2 = 2,532$; $X_3 = 3,703$ $Sig (2-tailed) = X_1 = 0,000$; $X_2 = 0,000$ Konklusi: diperoleh t_{tabel} sebesar 1,657 maka dapat disimpulkan bahwa dapat pengaruh antar variabel karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan $< 0,05$.	2,755 2,532 3,703

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra organisasi, kepercayaan anggota, kepuasan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada *Credit Union Bonaventura Cabang Ledo*. Saran yang diberikan peneliti kepada *Credit Union Bonaventura Cabang Ledo* adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus meningkatkan kinerja yang baik dalam citra organisasi, kepercayaan serta kepuasan anggota yang baik dan memuaskan anggota karena dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota terhadap CU Bonaventura Cabang Ledo Kecamatan Ledo Kabupaten Bengkayang.
2. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel- variabel baru yang tidak digunakan dalam penelitian ini, karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu citra organisasi, kepercayaan anggota, kepuasan anggota tidak mampu menjelaskan sepenuhnya pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota. Sehingga dengan itu dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai keputusan menjadi anggota, dan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota selain dari variabel citra organisasi,

kepercayaan anggota, kepuasan anggota. Penelitian berikutnya juga disarankan menggunakan sampel yang lebih banyak dari penelitian ini, agar penelitian berikutnya dapat menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Alhumrah Gaffar, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah* (Studi Kasus Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Makasar). Makasar : universitas Hasanuddin, 2014.
- Alfabeta. Assauri, Sofjan.(2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Angga P. Kautsar Sunu Widiyanto, Riski Abdulah Ph. D, Hesti Amalia (2012), menyatakan bahwa *kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota*.
- Baskara dan Guruh (2014) yang berjudul “*Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Anggota, Kepuasan Anggota terhadap Keputusan Menjadi Anggota*”
- Beni, S. (2016). *Pengaruh Jumlah Simpanan dan Tunggakan Kredit Terhadap Kesejahteraan Anggota Koperasi Kredit (Studi Kasus Credit Union Lantang Tipo)*: Jakarta: Prosiding Seminar Nasional VII Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka.
- Bob Sabran. Jakarta :Erlangga, 2008. Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset ,2013
- Devi, Ratih., Andi Sularso dan Arie Subagio. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan dan Kepuasan Nasabah dalam Pengambilan Kredit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember*. Artikel Ilmiah UNEJ.
- KOPERASI KREDIT (CREDIT UNION) BONAVENTURA, Ketentuan Umum Tahun Buku 2020, Singkawang.
- Lili, Y. ai. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Prodi Administrasi Bisnis. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Listyaningrum, Dori Novita. 2016. *Perkembangan Koperasi di Dunia dan di Indonesia*. Jurnal Koperasi. http://www.academia.edu/14385907/jurnal_koperasi. 31 Januari 2017.
- Munaldus. (2015). *Cerdit Union OPTIMIZE PEOPLE*. Gramedia: Jakarta.
- Pengurus. (2017). *Laporan Pertanggungjawaban Tahun 2016 dan Program Kerja Tahun 2017 Koperasi Kredit (Credt Union) Bonaventura Tempat Pelayanan Ledo*. Ledo : Credit Union Boaventura
- Pustaka Baru, 2015.

- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press,
- Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. 2014 *Manajemen Komunikasi Mengebangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT
- Sunyoto, Danang. *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009. Widyawati, N. *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan*. Jurnal Ekitas, Vol.12, (2008), 159-170.
- Wibowo. 2016. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Rajawali Pres
- Widiyanti, Ninik dan Sunindhia. 2008. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Rineka Cipta
- Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta:
- Wulansari, M. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Menjadi Anggota*.

