

ANALYSIS OF FACTORS THAT AFFECTED MEMBER SATISFACTION LEVEL TO CREDIT UNION SERVICE

**(Case study: Karya Mandiri Serba Usaha Union
Medan Area University
North Sumatera)**

By:

**Daud Pamura
14. 822. 0079**

ABSTRACT

This research aimed to find out how service quality affected to Karya Mandiri Serba Usaha Union member's satisfaction, how reliance affected to Karya Mandiri Serba Usaha Union member's satisfaction, and how a brand image could affect Karya Mandiri Serba Usaha Union member's satisfaction. The population of this research was all 300 members of Karya Mandiri Serba Usaha Union with 30 of 10% population as the research sample. This research used *Stratified random sampling* method by dividing research sampling based on payment time span in 40 weeks and 25 weeks. The data collection method used questioner method and qualitative multiple linear regression as data analysis method. The result indicated (1) variable of service quality did not affect significantly to Karya Mandiri Serba Usaha Union member's satisfaction, (2) variable of reliance significantly affected to Karya Mandiri Serba Usaha Union member's satisfaction, (3) variable of brand image did not affected to Karya Mandiri Serba Usaha Union member's satisfaction significantly, and obtained regression equation was $Y = 2,853 - 0,214 X_1 + 1,125 X_2 + 0,400 X_3 + e$.

Keywords: *reliance, member satisfaction, Union*

摘要

摘要本研究旨在了解服务质量对KSU Mandiri-SU Work成员满意度的影响，对KSU Mandiri-SU Work的满意度影响的可信度，以及品牌对KSU Mandiri-SU Work的影响形象是会员满意度。这项研究的人口是KSU Karya Mandiri-SU的300名成员。此外，本研究以10%的人口为样本，这意味着选择了30名KSU Karya Mandiri成员。本研究采用分层随机抽样方法，根据40周和25周的支付长度选择样本。此外，本研究使用问卷作为工具和双线性回归分析基于定量分析的数据。该研究的结果表明：（1）服务质量变量对KSU Karya Mandiri-SU成员的满意度没有显著影响。（2）credibility变量显著影响着KSU Karya Mandiri-SU成员的满意度。（3）品牌变量的形象对KSU Karya Mandiri-SU成员的满意度没有显著影响。发现回归公式 $Y = 2,853 - 0,214 X1 + 1,125 X2 + 0,400 X3 + e$ 。

关键词：可信度，成员满意度，合作社

貯蓄ローン協同組合の利用に関する会員の満足度に影響する要因の分析 (ケーススタディ：
Karya Mandiri Sumatera Utara という総合協同組合)

要旨

本研究の目的は、Karya Mandiri-SU という総合協同組合員の満足度に影響を与えるサービスの質を決定することである。ゆえに Karya Mandiri-SU の会員の満足度に影響する信頼、会員の満足度に影響するブランドイメージを述べる。調査の母集団はすべて Karya Mandiri-SU の会員であり、母集団の 300 名の 10%、30 名のサンプルとした。方法は 40 および 25 週間の脆弱な支払い期間に基づいて、研究サンプルを分割することによる層別ランダムサンプリングである。データ収集方法では、アンケートを使用する。データ分析方法は、定量分析、つまり重回帰分析である。結果は、(1) サービス品質変数が会員の満足度に大きな影響を与えなかったことを示す。(2) 信頼変数は、会員の満足度に大きな影響を与える。(3) ブランドイメージ変数は、会員の満足度に大きな影響を与えない。回帰方程式は $Y = 2.853 - 0.214 X_1 + 1.125 X_2 + 0.400 X_3 + e$ である。

キーワード：信頼、会員満足度、協同組合

