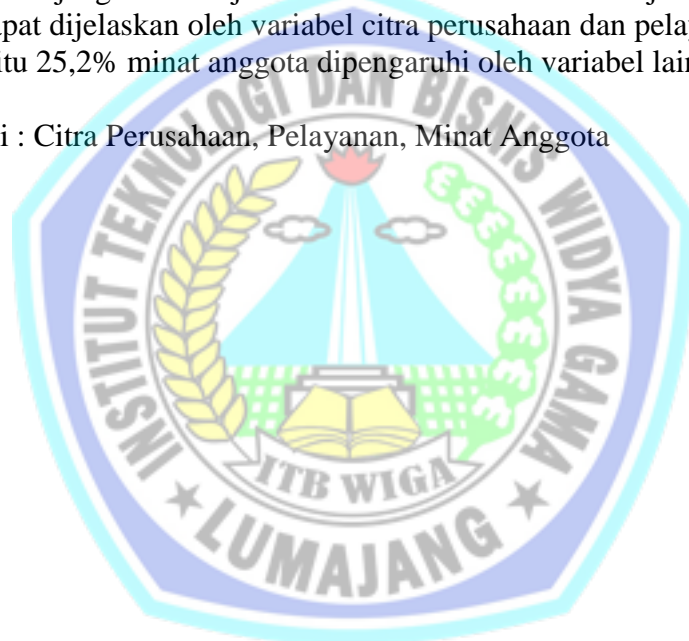


## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dan pelayanan terhadap minat anggota Koperasi di Pulo Tempeh Lumajang. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan sumber data internal dan jenis data primer. Populasi yang ditemukan dalam penelitian ini sejumlah 115 anggota. Namun terdapat teknik pengambilan sampel dengan cara *simple random sampling* yang menggunakan rumus slovin. Sehingga sampel terpilih sebanyak 53 anggota Koperasi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasilnya menunjukkan bahwa citra perusahaan dan pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat anggota Koperasi di Pulo Tempeh Lumajang. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan 74,8% minat anggota dapat dijelaskan oleh variabel citra perusahaan dan pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 25,2% minat anggota dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Pelayanan, Minat Anggota



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of corporate image and service on the interest of members of the cooperative in Pulo Tempeh Lumajang. This type of research uses quantitative with internal data sources and primary data types. The population found in this study was 115 members. However, there is a sampling technique using simple random sampling using the Slovin formula. So that the selected sample is 53 members of the Cooperative. Data collection methods using observation, interviews, questionnaires, documentation and literature study. The data analysis technique uses instrument test, classical assumption test, hypothesis test and coefficient of determination test. The results show that company image and service have a significant influence on the interest of cooperative members in Pulo Tempeh Lumajang. The results of the coefficient of determination test show that 74.8% of members' interest can be explained by the company's image and service variables. While the remaining 25.2% interest of members is influenced by other variables.*

*Keywords: Company Image, Service, Member Interest*

