

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN  
LAYANAN PRODUK BRILINK PADA BRI UNIT SELAYO**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
(S.Pd) Pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**NURUL HAMDI  
18053120 / 2018**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**

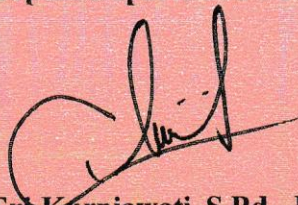


**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN  
LAYANAN PRODUK BRILINK PADA BRI UNIT SELAYO”**

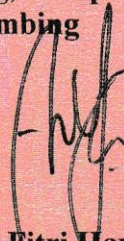
**Nama : Nurul Hamdi**  
**BP/NIM : 2018/18053120**  
**Keahlian : Tata Niaga**  
**Departemen : Pendidikan Ekonomi**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

**Disetujui oleh  
Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi**



**Tri Kurniawati, S.Pd., M.Pd**  
**NIP.19820311 200501 2 005**

**Padang, September 2023**  
**Pembimbing**



**Annur Ritri Havati, S.Pd., M.Pd**  
**NIP. 19900902 201504 2001**



**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

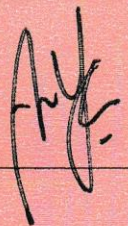

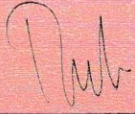
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Departemen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang*

**“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN  
LAYANAN PRODUK BRILINK PADA BRI UNIT SELAYO”**

**Nama : Nurul Hamdi**  
**BP/NIM : 2018 /i8053120**  
**Keahlian : Tata Niaga**  
**Departemen : Pendidikan Ekonomi**  
**Fakultas : Ekonomi**

**Padang, September 2023**

**Tim Penguji**

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Annur Fitri Hayati, S.Pd., M.Pd	
2.	Anggota	Dr. Rino, S.Pd., M.Pd., MM	
3.	Anggota	Nita Sofia, S.Pd., M.Pd.E	



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Hamdi  
NIM/TM : 18053120/2018  
Tempat/Tanggal Lahir : Solok /23 Oktober 2000  
Keahlian : Tata Niaga  
Departemen : Pendidikan Ekonomi  
No. HP : 082174406488  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis – Universitas Negeri Padang  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis (skripsi) saya, dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing;
2. Di dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
3. Karya tulis (skripsi) ini sah apabila telah di tanda tangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji, dan Kepala Departemen.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis (skripsi) ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Juni 2023

Yang menyatakan,



Nurul Hamdi  
NIM. 18053120

## ABSTRAK

**Nurul Hamdi (18053120/2018) : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo**

**Pembimbing : Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat selayo yang pernah melakukan transaksi menggunakan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Jumlah sampel penelitian adalah ditentukan berdasarkan rumus William Cochran, sebanyak 97 orang dan diseleksi menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Pengguna Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo dengan kriteria yang telah ditentukan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel kepercayaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. (2) Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kepercayaan yang diberikan pelanggan terhadap BRILink ketika ingin melakukan transaksi perbankan dan tidak adanya kecemasan bagi pelanggan yang ingin melakukan transaksi menggunakan BRILink serta meningkatnya tingkat kepuasan terhadap BRILink. (3) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kemudahan yang didapat maupun yang dirasakan oleh pelanggan ketika ingin ataupun setelah melakukan transaksi menggunakan BRILink berdampak pada tingkat kepuasan yang pelanggan berikan kepada BRILink. (4) Variabel Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI unit Selayo

**Kata Kunci : Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Kepuasan Pelanggan**

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo” Shalawat serta salam tidak lupa penulis ucapkan untuk nabi besar Muhammad SAW, karena beliau adalah yang telah membawa zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini beranjak zaman jahiliyah yaitu zaman kegelapan.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd selaku pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
2. Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang
3. Ibu Rani Sofya, S.Pd. M. Pd selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Ibu Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd selaku dosen pembimbing
5. Bapak Dr. Rino, S.Pd, M.Pd, MM selaku dosen penguji I dalam penelitian ini
6. Ibu Nita Sofia, S.Pd, M.Pd. E selaku dosen penguji II dalam penelitian ini
7. Bapak/Ibu Dosen staf pengajar dan staf administrasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan

8. Teristimewa untuk kedua orang tua Papa Handidat dan Mama Emirisyda beserta semua kakak tercinta yang selalu mendoakan, memberikan dorongan, serta semangat dan pengorbanan baik secara moril maupun materil hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terspesial untuk seluruh teman-teman Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, terutama teman-teman keahlian Tata Niaga dan teman-teman seper bimbingan yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi dan yang selalu memberikan semangat dan tempat bertukar pikiran hingga studi ini selesai.
10. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan dan pembuatan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan penulis, skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, sebagai pedoman dan tambahan ilmu bagi penulis dan khususnya kepada teman-teman pada umumnya.

Padang, Juni 2023

Nurul Hamdi

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	13
1. Kepuasan Pelanggan.....	13
2. Kepercayaan .....	19
3. Kemudahan Penggunaan .....	22
4. Keamanan .....	25
B. Penelitian Relevan .....	28
C. Kerangka Konseptual .....	33
D. Hipotesis .....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Jenis Data dan Sumber Data .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Variabel dan Definisi Operasional .....	40
G. Instrumen Penelitian .....	42
H. Penyusunan Instrumen.....	43



I.	Uji Coba Instrumen Penelitian .....	44
J.	Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B.	Hasil Penelitian.....	61
C.	Hasil Analisis data Penelitian .....	70
D.	Pembahasan .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
A.	Kesimpulan .....	94
B.	Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Agen BRILINK Pada BRI Unit Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok.....	2
Tabel 2. Jumlah Transaksi pada Agen BRILINK Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok.....	3
Tabel 3. Hasil Observasi Awal Mengenai Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Jasa BRILink Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok.....	5
Tabel 4. Penelitian Relevan .....	28
Tabel 5. Definisi Operasional .....	41
Tabel 6. Skala Likert.....	43
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....	45
Tabel 8. Variabel Hasil Uji Validitas Kepercayaan ( $X_1$ ).....	45
Tabel 9 Variabel Hasil Uji Validitas Kemudahan ( $X_2$ ) .....	46
Tabel 10 Variabel Hasil Uji Validitas Keamanan ( $X_3$ ) .....	46
Tabel 11. Klasifikasi Koefisien Reliabilitas .....	47
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 13. Rentang Skala TCR .....	50
Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 17. Data Deskripsi Keseluruhan Variabel .....	64
Tabel 18. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	64
Table 19. Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	66
Tabel 20. Deskripsi Variabel Kemudahan .....	67
Table 21. Deskripsi Variabel Keamanan .....	69
Tabel 22. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	71
Tabel 23. Uji Multikolinearitas –VIF .....	73
Tabel 24. Uji Heteroskedastisitas .....	74
Tabel 25. Hasil Uji Linearitas Kepercayaan .....	75
Tabel 26. Hasil Uji Linearitas Kemudahan .....	75



Table 27. Hasil Uji Linearitas Keamanan .....	76
Tabel 28. Uji Regresi Berganda .....	76
Tabel 29. Hasil Uji F .....	79
Tabel 30. Hasil Uji t .....	80
Tabel 31. Model Summary.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual .....	34
-------------------------------------	----



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perbankan sebagai lembaga intermediasi memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan akses keuangan masyarakat. Lembaga perbankan merupakan sebuah lembaga yang memiliki tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, menyalurkan uang dan memberikan pelayanan pengiriman uang, (Mardani, 2015:13). Agar masyarakat mau menyimpan uang di bank maka pihak bank perlu memberikan rangsangan berupa balas jasa kepada nasabah, seperti: memberikan bunga, hadiah, meningkatkan pelayanan, bagi hasil dan sebagainya. Adapun salah satu perbankan yang ada di Indonesia yaitu PT Bank Rakyat Indonesia (Persero).

Dalam rangka Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggandeng PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) di tahun 2015 untuk meluncurkan program bernama Laku Pandai. Laku Pandai merupakan layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif yang menyediakan layanan perbankan atau layanan keuangan melalui kerja sama dengan pihak ketiga (agen bank) dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi. Program Laku Pandai, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. juga mengembangkan strategi pemasaran produk tabungan dan layanan dengan memperkenalkan produk layanan BRILink. BRILink adalah sebuah produk layanan perpanjangan tangan dari BRI ke nasabah dengan bantuan agen. Agen BRILink merupakan pihak ketiga yang memenuhi kriteria dan persyaratan yang telah ditentukan oleh BRI sebagai agen. Selain bantuan dari dari agen, BRILink juga didukung oleh *provider* telekomunikasi yaitu Indosat diantaranya yaitu Telkomsel dan EDC (*Electronic Data Capture*) yang

nantinya dipinjamkan kepada agen BRILink. EDC (*Electronic Data Capture*) adalah mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran (*purchase*) dengan kartu kredit, kartu debit dan kartu *prepaid* yang diletakkan di *merchants*, (BRILink, 2016:5).

Tujuan utama dari agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif (*unbanked* atau *unbankable*). Melalui agen BRILink, nasabah BRI maupun masyarakat umum bisa mendapatkan pelayanan yang sama, seperti yang mereka rasakan ketika melakukan transaksi di kantor BRI.

Menurut Kotler (2000:35) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dengan harapannya. Nasabah akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan akan merasa kecewa ketika kinerja pelayanannya yang diperoleh tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan jumlah agen BRILink di wilayah Selayo Kabupaten Solok yang dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Agen BRILINK Pada BRI Unit Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok**

No	Tahun	Jumlah Agen
1	2018	3
2	2019	3
3	2020	5
4	2021	7
5	2022	10

*Sumber: BRI Unit Selayo, 2022*

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semenjak tahun 2018 sampai tahun 2022 jumlah agen BRILink mengalami peningkatan. Pada tahun 2018



sampai dengan tahun 2019 jumlah agen BRILink masih sama tidak ada perubahan. Hal ini disebabkan karena minat masyarakat masih rendah untuk menjadi agen. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan jumlah agen BRILink sebesar 66,66% sehingga jumlahnya menjadi 5 agen BRILink. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan jumlah agen sebesar 40% sehingga jumlahnya menjadi 7 agen BRILink. Pada tahun 2022 mengalami kenaikan kembali jumlah agen BRILink sebesar 42,85% sehingga jumlahnya menjadi 10 agen BRILink.

BRILink tidak hanya memberikan manfaat efisiensi operasional, namun juga memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi baik yang sudah maupun yang belum menjadi nasabah BRI (Ahmadi, 2018:215). Pada umumnya yang menggunakan jasa BRILink yaitu masyarakat yang belum memiliki rekening BRI atas nama pribadi. Kegiatan yang sering dilakukan adalah transfer dana, penarikan dana dan pembelian token listrik. Dengan adanya Agen BRILink memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan transaksi khususnya masyarakat yang berada di wilayah Selayo Kabupaten Solok. Berikut ini adalah jumlah transaksi yang dilakukan oleh agen BRILink Selayo enam bulan terakhir dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Jumlah Transaksi pada Agen BRILINK Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok**

No	Nama Agen	Transaksi 2022					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	BRILink YKS Permana	27	28	32	27	18	19
2	BRILink Khalif	22	20	24	21	17	14

No	Nama Agen	Transaksi 2022					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
3	BRILink Feri & Reni	21	15	19	15	18	17
4	BRILink Mona	32	27	42	38	22	16
5	BRILink Caya Link	34	26	37	22	28	13
6	BRILink Bumrag Batu Batuduang	29	28	32	31	23	29
7	BRILink Edmon	33	30	39	23	24	25
8	BRILink Rafa Photocopy	15	11	13	7	12	9
9	BRILink Devi Syafro	19	19	23	21	16	23
10	BRILink Wen	25	18	22	27	22	29
<b>Jumlah</b>		<b>257</b>	<b>222</b>	<b>283</b>	<b>232</b>	<b>200</b>	<b>194</b>

Sumber : Agen BRILink Selayo, 2022

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa terjadinya penurunan transaksi masyarakat dalam menggunakan BRILink di daerah Selayo yakni pada bulan Maret-April 2022 mengalami penurunan sebesar 13,61%, pada bulan Mei mengalami kenaikan sebesar 27,47%, hal ini disebabkan oleh faktor kesibukan transaksi selama hari raya. Kemudian pada bulan Juni mengalami penurunan kembali sebesar -18,02%, kemudian pada bulan Juli kembali menurun sebesar -13,79% dan pada bulan Agustus mengalami penurunan sebesar 3%. Penurunan transaksi masyarakat dalam menggunakan BRILink diperkirakan terjadi karena masyarakat kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh agen BRILink. Oleh sebab itu banyak perusahaan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dalam mengelola bisnisnya.

Kepuasan pelanggan akan memberikan dampak terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Sangadji dan Sopiah

(2013:182), kepuasan konsumen dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dapat menguntungkan perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan perbankan khususnya BRI untuk melihat seberapa besar kepuasan nasabahnya. Berdasarkan observasi mengenai kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan produk BRILink kepada 30 responden peneliti memperoleh informasi yang dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Observasi Awal Mengenai Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Jasa BRILink Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase	
					Ya	Tidak
1	Pengiriman uang yang saya lakukan di BRILink tidak pernah gagal	14	16	30	46,66%	53,33%
2	Saya tertarik untuk menggunakan BRILink dimasa yang akan datang	10	20	30	33,33%	66,66%
3	Saya berminat untuk merekomendasikan produk dan layanan BRILink kepada orang lain	12	18	30	40%	60%

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2022*

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa dari empat item pertanyaan yang diberikan kepada 30 responden tingkat kepuasan nasabah maupun masyarakat terhadap produk BRILink masih tergolong rendah. Hal ini terlihat bahwa masih banyak masyarakat yang tidak puas terhadap layanan BRILink tersebut dan masih banyak yang tidak mau mempromosikan produk tersebut kepada orang lain serta masih rendahnya tingkat keinginan masyarakat untuk menggunakan kembali BRILink dimasa yang akan datang.



Menurut Lovelock & Wirtz (2011:74) kepuasan pelanggan adalah sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapat agar perusahaan dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Jika yang diterima pelanggan lebih rendah dari apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Secara teori banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, menurut Ratnasari (dalam Kasinem 2011:331) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional( kepercayaan) dan biaya. Adapun menurut Irawan (2019: 37) adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, *emotional factor*, biaya dan kemudahan.

Teori dari Costabile (2000 : 70) yang mendefinisikan bahwa kepercayaan (*trust*) sebagai tanggapan terhadap keterandalan dari sudut pandang pelanggan yang didasarkan pada pengalaman, atau mengarah pada tahapan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan kinerja produk dan tercapainya kepuasan. Kepercayaan berkaitan dengan *emotional bonding* yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek dan produk untuk menjalankan sebuah fungsi . Kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa biasanya timbul dikarenakan pelanggan menilai kualitas produk dengan apa yang mereka lihat, pahami, atau apa yang mereka rasakan, sebab itu penting bagi perusahaan untuk membangun rasa percaya pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkannya, supaya tingkat kepercayaan pelanggan lebih tinggi terhadap perusahaan dan tercipta kepuasan pelanggan (Darwin & Kunto, 2014:1).

Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003:49). Dari pengamatan di lapangan dan hasil wawancara dengan pengguna jasa BRILink pada tanggal 15 Juli 2022, di ketahui bahwa kepercayaan pelanggan terhadap agen BRILink masih kurang. Kurangnya kepercayaan tersebut disebabkan karena masih adanya kekuatiran masyarakat dalam pengiriman uang tidak sampai kepada penerima karena salah pengiriman dan dari kesalahan tersebut pihak BRILink tidak bisa melacak rekening penerimanya dan kekuatiran lainnya yang ditakutkan oleh masyarakat yaitu agen BRILink tidak mampu menjaga informasi data yang diberikan masyarakat setelah melakukan transaksi di BRILink .

Selain faktor kepercayaan, pelanggan juga mengharapkan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi. Menurut Igbaria (dalam Amijaya 2010:252) kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan sebuah produk ataupun jasa, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan seseorang dalam penggunaan sebuah produk ataupun jasa tersebut. Dengan adanya kemudahan, pelanggan akan lebih nyaman dan efisien sehingga pelanggan akan merasa semakin puas. Menurut Irawan (2019:39), faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah salah satunya kemudahan.

Dengan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila produk yang akan diperoleh relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk

atau pelayanan. Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya (Davis, 2018:701). Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna jasa BRILink, pada pelaksanaan transaksi dengan agen BRILink, pelanggan melihat bahwa kemudahan itu belum sepenuhnya didapat dari agen BRILink. Pelanggan masih melihat adanya petugas BRILink yang belum lancar menggunakan EDC yaitu alat untuk melakukan proses transaksi secara elektronik, apabila kesalahan dalam transaksi maka transaksi bisa saja gagal. Masalah lainnya yang pernah dirasakan pengguna BRILink yaitu menunggu agen datang, dan membuat pelanggan ketika datang ke BRILink menjadi menunggu. Selain itu yang sangat diperlukan oleh pelanggan adalah keamanan dalam bertransaksi.

Keamanan dan kerahasiaan merupakan faktor utama bagi nasabah. Keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dengan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak berkepentingan. Disamping hal tersebut berbagai layanan yang ditawarkan oleh suatu Bank dapat menciptakan rasa puas bagi nasabah, saat ini kepuasan nasabah menjadi hal utama bagi Bank. (Dixit Neha, 2010: 2).

Keamanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khairunnisa dan Chusnah (2020:118) membuktikan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Menurut Casalo (dalam



Ahmad dan Pamudi 2014:5) keamanan adalah suatu kemampuan untuk melindungi data atau informasi konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan. Keamanan dalam bertransaksi merupakan permasalahan yang sering dipertimbangkan oleh nasabah sebelum memutuskan untuk menyimpan uang di Bank. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna jasa BRILink , pelanggan yang menggunakan jasa BRILink masih meragukan keamanan dari transaksi yang dilakukan seperti adanya pemberian data dan identitas kepada pihak lain baik yang disengaja maupun tidak disengaja oleh agen BRILink, karena agen BRILink tersebut bukanlah petugas yang terlatih dalam melaksanakan transaksi keuangan seperti pegawai bank pada umumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Peningkatan jumlah agen BRILink pada BRI Unit Selayo belum dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Hasil observasi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat atau pelanggan masih rendah.
3. Untuk masalah kepercayaan, masih ada kekuatiran masyarakat dalam pengiriman uang tidak sampai kepada penerima karena salah pengiriman

dan dari kesalahan tersebut pihak BRILink tidak bisa melakukan pelacakan terhadap rekening penerima.

4. Kemudahan dalam bertransaksi masih terlihat adanya petugas BRILink yang belum lancar menggunakan EDC (*Electronic Data Capture*) dan jika terjadi kesalahan dalam bertransaksi maka transaksi bisa saja gagal.
5. Pelanggan yang menggunakan jasa BRILink masih meragukan keamanan dari transaksi yang dilakukan seperti adanya pemberian data dan identitas kepada pihak lain baik yang disengaja maupun tidak disengaja oleh agen BRILink, karena agen BRILink tersebut bukanlah petugas yang terlatih dalam melaksanakan transaksi keuangan seperti pegawai bank pada umumnya.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas permasalahan masih sangat luas sehingga penulis membatasi dan memfokuskan penelitian ini pada “Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI unit selayo”.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo?

3. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo?
4. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.
4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Untuk dapat menyusun strategi pemasaran mereka guna untuk menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif produk layanan BRILink ini di masa yang akan datang dan mengembangkan inovasi baru di masa yang akan datang yang nyaman, aman, dan dengan fitur yang menarik, sehingga nasabah bank BRI dapat tetap menerima dan selalu menggunakan produk mereka.

2. Bagi peneliti yang akan datang



Dapat dijadikan sebagai referensi dan wawasan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti permasalahan yang sama.

3. Bagi penulis

- a) Sebagai tambahan ilmu, wawasan dan pengalaman bagi peneliti dalam penerapan ilmu pengetahuan yang didapat di bangku kuliah dan bagaimana penerapannya di lapangan
- b) Penelitian ini merupakan salah satu persyaratan untuk menamatkan pendidikan strata 1 (S1) pada Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja(hasil) produk yang dipikirkan terhadap inerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2007:177). Menurut Rangkuti (2017:4) seorang pelanggan yang senang atau puas terhadap layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan biasanya akan membagi kepuasannya kepada orang terdekat atau keluarganya. Tetapi jika mendapatkan kekecewaan, kemungkinan besar mereka akan mengabarkan kekecewaan tersebut kepada masyarakat .

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan kualitas pelayanan, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat, (Rangkuti, 2017:5).

Dari beberapa definisi diatas disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pada umumnya harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterima pelanggan ketika membeli atau mengkonsumsi produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah

persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk

#### **b. Elemen Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* jasa produk dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Menurut Priansa (2017:210) terdapat lima komponen mengenai kepuasan pelanggan, yaitu:

##### 1) Harapan (*Expectations*)

Harapan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum pelanggan membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, pelanggan berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menyebabkan pelanggan merasa puas.

##### 2) Kinerja (*Performance*)

Pengalaman pelanggan terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka pelanggan akan merasa puas.

##### 3) Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan sebelum

pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

#### 4) Pengalaman (*Experience*)

Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

#### 5) Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk.

### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul dari harapan pelanggan mengenai Oleh sebab itu kepuasan memang subjektif. Penilaian tergantung dengan pelanggan itu sendiri.

Menurut Ratnasari (dalam Kasinem 2011:331) ada lima faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

#### 1) Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas apabila hasil evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.

## 2) Harga

Produk yang berkualitas dan sama dengan produk lainnya, tetapi ditetapkan dengan harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap pelanggan.

## 3) Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan.

## 4) Emosional ( Kepercayaan)

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum ketika menggunakan produk tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang tinggi.

## 5) Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa.

Sedangkan menurut Irawan (20019: 37) adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila produk yang akan diperoleh relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Keamanan dan kerahasiaan merupakan faktor utama bagi nasabah. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khairunnisa dan Chusnah (2020:118) kemudahan dan keamanan merupakan faktor



yang dapat mempengaruhi kepuasan. Keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dengan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak berkepentingan. Disamping hal tersebut berbagai layanan yang ditawarkan oleh suatu Bank dapat menciptakan rasa puas bagi nasabah, saat ini kepuasan nasabah menjadi hal utama bagi Bank (Dixit Neha, 2010:2).

#### **d. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

Adapun Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (dalam Sari & Oswari 2020 :37), yaitu:

##### 1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan diungkapkan oleh kecocokan antara kinerja layanan yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini meliputi:

- a) Produk yang dirasakan oleh nasabah telah memenuhi atau melebihi harapan mereka.
- b) Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan telah memenuhi atau melebihi harapan nasabah.
- c) Fasilitas penunjang yang didapatkan telah memenuhi atau melebihi harapan nasabah.

Menurut Irawan (20019:39) kesesuaian harapan adalah seberapa jauh produk atau jasa berkualitas atau setelah pembelian suatu produk sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan tetap terus membeli dan tidak akan berpindah ke pesaing lain, asalkan dilayani dengan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

## 2) Minat Berkunjung Kembali

Jika nasabah merasa puas maka nasabah bersedia untuk mengunjungi atau menggunakan kembali layanan jasa yang diberikan. Apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan maka pelanggan akan berminat untuk memakai dan terus membeli suatu produk. Pelanggan akan bersedia membeli barang atau jasa dengan jumlah yang semakin banyak karena perasaan yang melekat pada produk/jasa.

## 3) Kesiediaan Merekomendasi

Nasabah yang puas juga akan bersedia merekomendasikan jasa yang telah digunakan kepada teman atau keluarga untuk membeli produk karena kepuasan layanan.

Dari beberapa indikator diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan itu dapat diketahui melalui kegiatan yang dilakukan seseorang seperti merekomendasikan teman atau kerabat untuk membeli produk yang disediakan dan mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan. Selain itu juga merekomendasikan teman atau kerabat untuk membeli produk yang disediakan karena fasilitas pendukung yang memadai, dan merekomendasikan

teman atau kerabat untuk membeli produk yang disediakan karena nilai atau manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa BRI Link.

## **2. Kepercayaan**

### **a. Pengertian Kepercayaan**

Kepercayaan terdiri dari dua elemen penting yaitu privasi dan keamanan. Kepercayaan merupakan keyakinan pribadi bahwa pengguna memiliki sistem untuk melaksanakan transaksi dengan aman dan dapat menjaga privasi informasi pribadi. Menurut Kazi, (2013:90) Membangun kepercayaan sangat penting untuk mengadopsi Produk BRILink. Dimana privasi dan masalah keamanan adalah dua faktor penting membangun kepercayaan yang dapat mempengaruhi nasabah perbankan untuk mengadopsinya. Kepercayaan nasabah terhadap layanan bank menunjukkan pengakuan kredibilitas bank oleh nasabah. Jika kredibilitas bank rendah maka kemungkinan resiko akan meningkat memungkinkan nasabah tidak percaya (Kazi, 2013:90).

Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan agar dapat bertahan hidup. Pihak bank harus mempunyai pelanggan yang loyal dan percaya terhadap *ekselensi* produk mereka. Seiring maraknya kejahatan transaksi, seperti: pembobolan akun faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan produk perbankan dalam transaksi perbankan.

Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa penggunaan itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Dari beberapa defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap perusahaan/ produk tersebut mampu memberikan nilai lebih melebihi harapannya dan menyakini mampu menjaga keamanan data yang diberikan. Kepercayaan dalam penggunaan layanan Produk BRILink, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari Produk BRILink. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari Produk tersebut. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah maupun pelanggan merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.

#### **b. Indikator Pengukuran Kepercayaan**

Menurut Priansa (2017:125) terdapat beberapa indikator dalam variabel kepercayaan yaitu:

- 1) Integritas (*Integrity*), berhubungan dengan kepercayaan seseorang kepada penjual demi menjaga kesepakatan yang telah dibuat bersama, artinya seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen atau pelaku dari para penyedia jasa untuk menjelaskan aktivitas bisnis yang benar-benar sesuai janji yang telah disampaikan kepada konsumen. Penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.
- 2) Niat baik (*Benevolence*) ,niat baik dilandasi dengan tumbuhnya kepercayaan antar kedua belah pihak artinya seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen atau komitmen penyedia jasa untuk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen untuk melayani kepentingan konsumen. Hal ini dapat berupa perhatian untuk memberikan pelayanan yang baik.
- 3) Kompetensi (*Competence*), kompetensi dapat dikatakan kepercayaan seseorang kepada kepemilikan kemampuannya, artinya keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut ( layanan transaksi pengiriman uang, penarikan, pembelian dll).



Berdasarkan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Produk ini karena semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pengguna layanan Produk BRILink. Jika kepercayaan pelanggan terhadap produk bank tinggi, maka pelanggan akan yakin untuk melakukan transaksi dengan aman dan tidak banyak yang perlu di khawatirkan sehingga pelanggan akan menggunakan produk itu.

### **3. Kemudahan Penggunaan**

#### **a. Pengertian Kemudahan Penggunaan**

Nasabah mengadopsi sistem pembayaran berbasis teknologi berarti nasabah merasakan hasil sesuai dengan harapan dan keinginannya dari sistem pembayaran elektronik tersebut dalam menunjang kegiatan operasional sehari-hari dengan menggunakan ukuran salah satunya yaitu kemudahan penggunaan sistem. Kemudahan penggunaan sistem memiliki arti bahwa bentuknya tidak membingungkan, jelas, dan mudah dimengerti.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat didefinisikan bahwa seseorang percaya menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami, (Tjini dan Baridwan, 2011:6). Transaksi dengan menggunakan *internet banking* lebih mudah untuk dipahami dan digunakan oleh nasabah. Selain itu, transaksi dengan

menggunakan internet banking juga dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Menurut Nurrahmanto, (2015:24) konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi yang dalam hal ini adalah minat menggunakan BRILink adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya untuk dapat menggunakannya. Apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut dalam bertransaksi. Menurut Wijana (2010:33) persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*).

Pengaruh kemudahan terhadap produk ini ialah nasabah percaya atas transaksi melalui media teknologi informasi yang dapat mudah dipahami dan dapat mengurangi usaha yang keras (waktu atau tenaga) para nasabah dalam mempelajari seluk-beluk bertransaksi melalui layanan Produk BRILink. Sehingga apabila pelanggan merasakan kemudahan dalam mengoperasikan layanan Produk BRILink maka pelanggan akan lebih sering menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah sejauh mana seseorang dapat dengan cepat menyelesaikan suatu pekerjaan atau kebutuhannya dengan menggunakan suatu sistem dan teknologi. BRILink merupakan inovasi BRI untuk kemudahan transaksi.

Dengan adanya BRILink, masyarakat bisa lebih mudah untuk melakukan transaksi pembayaran. Mengingat fungsi BRILink hampir sama dengan fungsi bank. BRILink menjadi media yang mudah dalam melakukan transaksi perbankan. Kantor BRI akan terasa dekat bagi masyarakat, karena BRILink bisa mengatasi kebutuhan transaksi perbankan. BRILink merupakan inovasi dari BRI untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi hingga pelosok negeri.

#### **b. Indikator Pengukuran Kemudahan Penggunaan**

Raies Ahmad (2013:69), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana teknologi inovatif dianggap tidak sulit untuk dipelajari, dipahami dan dioperasikan. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi (TI) dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Menurut Davis ( dalam Badaruddin, 2021:4) terdapat indikator kemudahan penggunaan suatu sistem BRILink yaitu sebagai berikut:

1) Bekerja lebih cepat ( Efisiensi waktu)

Efisiensi waktu merupakan hasil yang telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan secara optimal, dengan alat yang tepat dan dengan memperhatikan sedikit biaya dan ketepatan waktu penyelesaian.

2) Kinerja pekerjaan ( Kemampuan Transaksi)

Kemampuan transaksi tanpa adanya hambatan yang dialami selama proses transaksi berlangsung.

3) Kemudahan Operasional

Hal ini berarti bahwa sebagai pembeli atau pengguna merasa tidak mengalami kesulitan saat bertransaksi.

4) Penggunaan yang fleksibel

Maksud dari penggunaan yang fleksibel ini adalah penggunaan yang mudah diatur, dengan kata lain penggunaannya dapat menyesuaikan dalam situasi apapun sehingga dapat memudahkan penggunanya.

Berdasarkan teori menurut para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan produk BRILink ini karena semakin tinggi kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan suatu sistem itu maka pelanggan akan semakin merasa puas dalam penerimaan sistem itu sendiri. Sistem itu mudah apabila seseorang tidak akan mengalami kendala ataupun kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan BRILink. Sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan menggunakan secara tidak langsung juga mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan BRILink.

#### **4. Keamanan**

**a. Pengertian Keamanan**

Keamanan merupakan hal yang sangat penting dalam bertransaksi. Keamanan (*security*) adalah suatu situasi yang menciptakan persyaratan, kondisi atau peristiwa untuk mencegah penyebab potensial kerugian

ekonomis pada data atau sumber daya jaringan dalam bentuk perusakan, pengungkapan, pengubahan data, penolakan layanan, atau pencurian, pemborosan dan gangguan (Trivedi dan Yadav, 2020:403). Tersedianya tingkat keamanan pada jaringan *e-commerce* hal tersebut menyebabkan pelanggan untuk merasa aman untuk kembali melakukan pembelian di situs *e commerce* yang sama.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui BRILink. Pada transaksi yang dilakukan menggunakan mesin EDC pada Produk BRILink Bank rakyat Indonesia sudah terjamin keamanannya karena sebelum melakukan transaksi pengguna personal identification number atau pin yang harus dimasukkan terlebih dahulu. Kondisi pengamanan Pada BRILink juga selalu dipantau dan ditingkatkan, sejalan dengan perkembangan teknologi dan ancaman yang ada. Adanya jaminan keamanan dari pihak bank akan menimbulkan rasa percaya dan rasa kepuasan pelanggan untuk menggunakan Produk ini.

#### **b. Indikator Pengukuran Keamanan**

Keamanan dari pihak bank akan menimbulkan rasa percaya dan rasa kepuasan pelanggan menurut Raman Arasu dan Viswanathan (2011:35) indikator keamanan meliputi dua hal, yaitu:

- 1) Jaminan Keamanan



Jaminan keamanan berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

## 2) Kerahasiaan Data

Sangat penting nilai sebuah kerahasiaan data. Data yang jatuh ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Informasi yang diberikan dapat berupa informasi pribadi, untuk itu kerahasiaan data konsumen benar-benar harus dijaga.

Berdasarkan teori diatas, peneliti menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan layanan Produk ini. Implikasinya adalah jika konsumen percaya bahwa saluran pembayaran di *BRILink* tidak aman, hal ini mengurangi kepercayaan konsumen.

## B. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan nantinya adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Penelitian Relevan**

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Bondan Satrio Kinasih 2012	Pengaruh Persepsi Keamanan dan	Hasil penelitian menunjukkan adanya	Penelitian ini hanya	Memiliki variabel yang

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online	pengaruh positif persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan konsumen online. Kedua variabel tersebut bersama-sama dengan kepuasan juga bisa berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen online tersebut	membahas keamanan dan privasi terhadap kepuasan dan kepercayaan	sama berupa keamanan terhadap kepuasan
2	Nining Wahyuningsih 2018	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat	Hasil uji F menunjukkan berdasarkan hasil perhitungan F hitung sebesar 20,318 lebih besar dari Ftabel 2,77 dan angka signifikan sebesar 0,000 yaitu $< 0,05$ hal ini berarti $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Hal ini berarti variabel efisiensi (X1), kepercayaan (X2) dan kemudahan (X3) secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan nasabah.	Pada penelitian ini yang dibahas hanya tiga variabel yaitu manfaat, kenyamanan, dan keamanan	Memiliki kesamaan objek penelitian tentang BRILink dan kesamaan dalam penelitian yang berkaitan dengan kepuasan nasabah
3	Rena Deliyana 2022	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Sama –sama memiliki variabel Kemudahan, Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Tempat dan waktu penelitian yang berbeda
4	Akhmad Irwansyah Siregar 2020	Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kemudahan	Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui faktor-faktor	Penelitian yang dilakukan menggunakan	Sama-sama memiliki variabel kepercayaan dan

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah Kota Jambi	seperti integritas, kebaikan dan kompetensi. Ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik tingkat kepercayaan yang diberikan oleh Jemaah pada sebuah jasa biro perjalanan haji dan umrah, maka akan semakin meningkatkan kepuasan jamaah. Kemudahan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui faktor-faktor seperti kemudahan dalam pelayanan, kemudahan dalam memperoleh informasi, serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas. Ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyaknya kemudahan yang diberikan, maka hal ini akan diikuti pula dengan semakin meningkatnya kepuasan jamaah.	variabel kepercayaan, harga dan kemudahan serta kepuasan	kemudahan serta kepuasan
5	Kasinem 2020	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat	Hasil keseluruhan menunjukan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dapat juga dilihat bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama	Memiliki variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Kesamaan dalam penggunaan variabel kepercayaan dan kepuasan konsumen

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
			terhadap Kepuasan Konsumen		
6	Agus Supandi Soegoto 2013	Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Secara bersama persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial persepsi nilai dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Bagi pihak manajemen perusahaan PT. Pandu Express, sebaiknya kepercayaan dan kepuasan konsumen ditingkatkan nilainya dengan cara meningkatkan kualitas jasa layanan agar persepsi nilai yang positif dari konsumen dapat meningkat terhadap perusahaan.	Penelitian ini menggunakan variabel intervening yaitu loyalitas konsumen	Memiliki kesamaan variabel kepercayaan terhadap kepuasan
7	Satria Tirtayasa 2021	Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan (2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Kualitas produk berpengaruh positif	Membahas tentang Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen	Menggunakan variabel Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
			<p>dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (6) Keputusan pembelian berperan dalam memediasi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. (7) keputusan pembelian berperan dalam memediasi kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di Online shop Alanza Hijab Kota Medan.</p>		
8	G. Diza., S. Moniharapon 2016	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado)	<p>Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.</p>	Memiliki variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen	Menggunakan variabel Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen
9	Halimatussadiyah Marpaung 2022	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada	secara parsial kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang	Membahas faktor –faktor yang mempengaruhi kepuasan	Sama-sama memiliki faktor kepercayaan yang mempengaruhi

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		Agen BRILink Purwanto Care Di Desa Persatuan Kecamatan Pulau Rakyat	dihasilkan oleh seluruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 51,1%.	nasabah	kepuasan nasabah
10	Fanny Setiyo Saputri, 2022	Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada E-Commerce Shopee)	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan website, kemudahan penggunaan website, dan keamanan website berpengaruh positif dan langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan langsung terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan website, kemudahan penggunaan website, dan keamanan website terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa apabila website/aplikasi shopee yang memiliki kualitas layanan yang unggul, mudah digunakan oleh pengguna, serta memiliki kemampuan menjaga privasi data pengguna, maka para pengguna shopee akan puas saat belanja. Selain itu, mereka akan terus menggunakan aplikasi shopee	Membahas kepuasan pelanggan tentang website	Membahas kepuasan pelanggan tentang BRILink

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
			tersebut karena mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.		

### C. Kerangka Konseptual

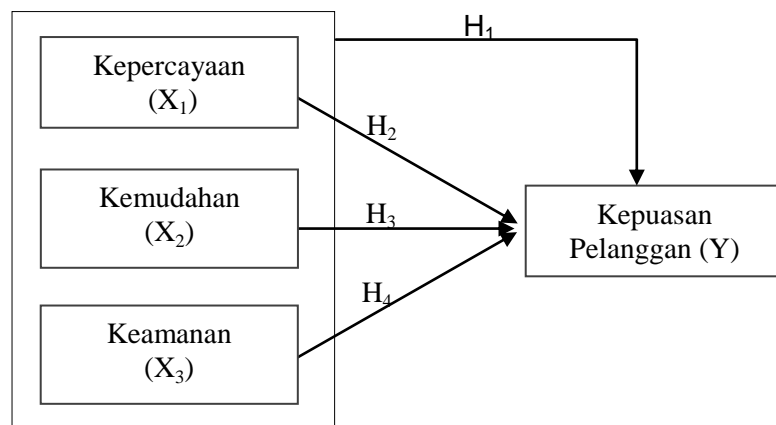
Kepuasan pelanggan merupakan hasil atau persepsi yang dirasakan oleh pelanggan yang sesuai dengan harapan atau yang diekspektasikan oleh pelanggan. Jika hasil yang diharapkan dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa, begitu juga sebaliknya dimana pelanggan akan merasa puas apabila transaksi yang digunakan dapat terlaksana dengan keinginan pelanggan.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada pelaksanaan transaksi. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Kemudahan merupakan salah satu faktor pendorong dari kepuasan pelanggan adalah salah satunya biaya dan kemudahan. Dengan biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila transaksi yang akan diperoleh relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan layanan atau transaksi keuangan tersebut.

Keamanan dapat menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam transaksi terutama tergantung pada evaluasi berbagai atribut kinerja, yang di

antaranya adalah pada aspek keamanan dan privacy yang dirasakan oleh konsumen. Keamanan dan privacy juga dapat berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Keamanan mengarah pada pertimbangan konsumen mengenai tindak penipuan dalam bertransaksi, privacy mengarah pada perlindungan informasi pribadi. Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

### A. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2016:71). Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan maka disusunlah variabel hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Hipotesis 1

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo



$H_1$  : Terdapat pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

2. Hipotesis 2

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

3. Hipotesis 3

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

4. Hipotesis 4

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausatif. Sugiyono (2012:59), menyatakan bahwa penelitian kausatif berguna untuk menganalisis hubungan antar dua variabel atau lebih atau hubungan kausal yang bersifat sebab akibat. Penelitian kausal meneliti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal menjelaskan pengaruh perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variabel variasi nilai variabel lain. Dimana penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dari pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk BRILink.

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian yang akan dilaksanakan nantinya yaitu di wilayah kerja BRI Unit Selayo khususnya pada agen BRILink yang berada di Selayo. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-April 2023.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Rochaety dkk. (2016:35) populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu. Pada penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang menggunakan layanan produk BRILink di wilayah kerja BRI Unit Selayo yang berada di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok. Pada penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti Riduwan, (2015:56), Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016: 85). Kriteria pengambilan sampel pada penelitian *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

- 1) Responden telah menggunakan jasa BRILink pada agen BRILink di wilayah kerja BRI Unit Selayo
- 2) Responden yang berdomisili di wilayah Selayo Kabupaten Solok.

Untuk menentukan jumlah populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus William G. Cochran dalam Sugiyono (2017:139) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Dimana :

N = jumlah sampel

Z = Nilai pada kurva normal  $1-\alpha=95\%$  (1,96)

p = proporsi estimasi dari kejadian pada populasi (0,5)

q =  $1-p$  ( $1-0,5=0,5$ )

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)10%

Untuk memudahkan dalam penelitian ini maka jumlah sampel akan digunakan 97 responden. Menurut Sugiyono (2012:126) semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya semakin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).

#### **D. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 8), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:222) Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (pelanggan

pengguna layanan produk BRILink Kecamatan Kubung Kabupaten Solok) berupa data mentah dengan skala Likert untuk mengetahui respon dari responden yang ada mengenai kepercayaan kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan layanan produk BRILink.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Kuesioner**

Dalam melakukan penelitian, data yang diperoleh akan digunakan untuk memecahkan dan menganalisis masalah yang ada, sehingga data tersebut harus berupa data yang real dan sesuai dengan fakta dilapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, yaitu berupa daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden atau masyarakat yang telah pernah menggunakan layanan BRILink pada Bank BRI Unit Selayo. Dalam kuesioner ini tertuang rancangan pertanyaan yang secara logis yang berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan mengandung jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis penelitian.

### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang bersumber dari buku-buku, jurnal, internet dan data yang dirasa memiliki hubungan dengan penelitian ini, sehingga dapat menjadi data pendukung dalam penyelesaian penelitian ini kedepannya.

## **F. Variabel dan Definisi Operasional**

### **1. Variabel Penelitian**

Menurut Umi Narimawati (2008:30) pengertian operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut: Operasionalisasi variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor.

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menggunakan layanan produk BRILink pada Bank BRI Unit Selayo, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Variabel Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, pada penelitian ini variabel kepercayaan tidak dapat dipengaruhi oleh variabel apapun. Oleh sebab itu maka variabel kepercayaan disebut juga sebagai variabel ( $X_1$ )

#### **b. Variabel Kemudahan**

Kemudahan merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, pada penelitian ini variabel kemudahan tidak dapat dipengaruhi oleh variabel apapun. Oleh sebab itu maka variabel kemudahan disebut juga sebagai variabel ( $X_2$ )

### c. Variabel Keamanan

Keamanan merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, pada penelitian ini variabel keamanan tidak dapat dipengaruhi oleh variabel apapun. Oleh sebab itu maka variabel keamanan disebut juga sebagai variabel ( $X_3$ )

### d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen yang dapat dipengaruhi oleh variabel kepercayaan, variabel kemudahan dan variabel keamanan, pada penelitian ini variabel kepuasan pelanggan tidak dapat mempengaruhi variabel yang lainnya. Oleh sebab itu maka variabel kepuasan pelanggan disebut juga sebagai variabel (Y)

## 2. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan pada setiap variabel penelitian ini, maka penulis memberikan definisi operasional yang dapat dilihat pada berikut :

**Tabel 5. Definisi Operasional**

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sumber	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah suatu gambaran dimana pelanggan merasakan rasa puas atau tidak terhadap produk BRILink	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Minat berkunjung kembali</li> <li>3. Kesiediaan merekomendasikan</li> </ol>	Tjiptono (2008:37)	Likert
2	Kepercayaan ( $X_1$ )	Kepercayaan nasabah terhadap sebuah layanan bank menunjukkan pengakuan kredibilitas bank oleh nasabah dalam penggunaan jasa BRILink	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Benevolence</i> (niat baik)</li> <li>2. <i>Integrity</i> (integritas)</li> <li>3. <i>Competence</i> (kompetensi)</li> </ol>	Priansa (2017:125)	Likert
3	Kemudahan	Kemudahan dalam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efisiensi</li> </ol>	Davis	Likert

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sumber	Skala
	(X <sub>2</sub> )	bertransaksi dalam mengoperasikan aplikasi BRILink	waktu 2. Kemampuan melakukan transaksi 3. Kemudahan operasional 4. Penggunaan yang fleksibel	(2021:19 )	
4	Keamanan (X <sub>3</sub> )	Keamanan yang diharapkan pelanggan adalah bagaimana jaminan keamanan transaksi dan terjaganya kerahasiaan data dalam bertransaksi menggunakan jasa BRILink	1. Jaminan keamanan 2. Kerahasiaan data	Raman&Vi swanathan (2011:54)	<i>Likert</i>

### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Instrumen penelitian berfungsi untuk memeriksa dan menyelidiki suatu masalah yang diteliti( Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner atau angket yang ditata dengan menggunakan skala likert. Teknik pengukuran yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah berdasarkan rangking atau peringkat yang dinyatakan untuk variabel dependen maupun variabel independen.

Sugiyono (2017:94) mengatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial. Skala likert terdiri dari lima pilihan jawaban yang menyatakan persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan (statement). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau



sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, penulis menggunakan skala Likert (*Likert Summated Ratings*).

**Tabel 6. Skala Likert**

<b>Bobot</b>	<b>Kategori</b>
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Kurang Setuju (KS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

#### **H. Penyusunan Instrumen**

Menurut Umar dan Miftachul (2019:163) menyusun instrumen merupakan hal penting dalam prosedur penelitian, hal ini dilakukan untuk menjaga kesinambungan data yang dikumpulkan dengan pokok permasalahan yang dibuat dalam rangka pengujian terhadap hipotesa yang dibuat. Menyusun instrumen penelitian masing-masing variabel dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1 Membuat kisi-kisi berdasarkan indikator masing-masing variabel yang akan diteliti.
- 2 Menyusun butir-butir pernyataan dengan indikator masing-masing variabel
- 3 Melakukan analisis rasional untuk melihat kesesuaian butir-butir kuesioner berdasarkan indikator serta kesepakatan menyusun butir-butir kuesioner dari segi aspek yang akan diukur

- 4 Mengkonsultasikan dengan pembimbing untuk memperoleh hasil yang kontras.

## I. Uji Coba Instrumen Penelitian

Untuk menguji apakah konstruk yang telah dirumuskan reliabel dan valid, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Menurut Sugiyono (2016:177) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut (Suliyanto,2011:17,) Instrumen penelitian dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan dapat dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

Mencari nilai validitas di sebuah item mengkorelasikan skor item dengan total item-item dapat dilakukan dengan rumus korelasi berdasarkan korelasi *Product Moment* dengan bantuan SPSS versi 20. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Jika  $n=30$  maka terdapat  $r_{tabel}$  0,361 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dicari dengan menggunakan aplikasi SPSS yang menghasilkan *print out* nilai CICT(*Corrected Item-Total Correlation*) di SPSS versi 20.

Berdasarkan uji coba instrumen penelitian yaitu masyarakat yang pernah menggunakan BRILink pada wilayah kerja BRI Unit Selayo

Kabupaten Solok, maka di dapat dilihat hasil uji coba validitas seperti pada tabel 7.

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
Kesesuaian Harapan	1	0,505	0,361	Valid
	2	0,422	0,361	Valid
Minat Menggunakan Kembali	3	0,527	0,361	Valid
	4	0,470	0,361	Valid
	5	0,418	0,361	Valid
Kesediaan Merekomendasikan	5	0,635	0,361	Valid
	7	0,442	0,361	Valid
	8	0,635	0,361	Valid

*Sumber Data : Data primer diolah 2023*

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa hasil uji coba validitas dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari 8 item pertanyaan dinyatakan seluruh item dikatakan valid.

**Tabel 8. Variabel Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X<sub>1</sub>)**

<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Benevolence</i> (niat baik)	9	0.884	0,361	Valid
	10	0.868	0,361	Valid
<i>Integrity</i> (integritas)	11	0.845	0,361	Valid
	12	0.754	0,361	Valid
<i>Competence</i> (kompetensi)	13	0.890	0,361	Valid
	14	0.798	0,361	Valid
	15	0.779	0,361	Valid

*Sumber Data : Data primer diolah 2023*

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa hasil uji coba validitas dari variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) yang terdiri dari 7 item pertanyaan dinyatakan seluruh item dikatakan valid.

**Tabel 9. Variabel Hasil Uji Validitas Kemudahan ( $X_2$ )**

Indikator	Item	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
Efisiensi Waktu	16	0.832	0,361	Valid
	17	0.836	0,361	Valid
	18	0.901	0,361	Valid
Kemampuan Melakukan Transaksi	19	0.817	0,361	Valid
	20	0.779	0,361	Valid
Kemudahan operasional	21	0.720	0,361	Valid
	22	0.836	0,361	Valid
	23	0.854	0,361	Valid
Penggunaan yang Fleksibel	24	0.652	0,361	Valid
	25	0.684	0,361	Valid

*Sumber Data : Data primer diolah 2023*

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa hasil uji coba validitas dari variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) yang terdiri dari 10 item pertanyaan dinyatakan seluruh item dikatakan valid.

**Tabel 10. Variabel Hasil Uji Validitas Keamanan ( $X_3$ )**

Indikator	Item	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
Efisiensi Waktu	26	0.412	0,361	Valid
	27	0.426	0,361	Valid
Kemampuan Melakukan Transaksi	28	0.467	0,361	Valid
	29	0.514	0,361	Valid

*Sumber Data : Data primer diolah 2023*

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa hasil uji coba validitas dari variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) yang terdiri dari 4 item pertanyaan dinyatakan seluruh item dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Sugiyono (2017:87) menyatakan bahwa instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Tingkat Reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala 0 (nol) sampai 1 (satu). Pada penelitian ini uji reliabilitas dihitung dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 20. Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila rata-rata hasilnya mendekati angka satu. Sebagai tolak ukurnya, menurut Sugiyono (2012:113) kriteria besarnya koefisien reliabilitas dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut:

**Tabel 11. Klasifikasi Koefisien Reliabilitas**

Koefisien Reliabilitas	Imterpretasi
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Sedang
0,21 – 0,41	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

*Sumber : Sugiyono (2012:113)*

Menurut siregar (2014:90-94) Variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  maka reliabel, dan sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\leq 0,60$  maka tidak reliabel.

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan menggunakan SPSS versi 20. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 12.

**Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan	Interpretasi
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,786	Reliebel	Tinggi
2	Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	0,948	Reliebel	Sangat Tinggi
3	Kemudahan (X <sub>2</sub> )	0,948	Reliebel	Sangat Tinggi
4	Keamanan (X <sub>3</sub> )	0,662	Reliebel	Tinggi

Berdasarkan tabel 12 hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa seluruh data termasuk dalam kategori reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  dimana kepercayaan termasuk dalam kategori sangat tinggi yaitu 0,948 ,variabel kemudahan termasuk dalam kategori sangat tinggi yaitu 0,948 ,variabel keamanan termasuk dalam kategori tinggi yaitu 0,662 dan variabel kepuasan pelanggan termasuk kedalam kategori tinggi yaitu 0,786. Oleh karena itu dapat dikatakan semua data reliabel.

#### **J. Teknik Analisis Data**

Pelaksanaan penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, karena jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, maka analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian

ke dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala rasio (*ratio scale*) dan skala likert 5 point (*5-point likert scale*).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 20. Alasan penggunaan alat analisis regresi linier berganda adalah karena kemudahan penggunaannya. Disamping itu, alasan penggunaan alat analisis regresi SPSS adalah karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang mana hal tersebut cocok untuk digunakannya alat analisis regresi SPSS versi 20. Beberapa langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

## **1. Analisis Deskriptif**

### **1) Verifikasi Data**

Yaitu dengan memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

### **2) Menghitung Nilai Jawaban**

1) Menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan yang diajukan (Riduwan, 2011:23),.

$$P = \frac{F}{N}$$

Dimana :

P = Persentase hasil yang diperoleh

F = Frekuensi hasil yang diperoleh

N = Jumlah konsumen yang menjadi sampel

## 2) Menghitung nilai Rata-rata

Untuk menghitung nilai rata-rata jawaban responden dengan menggunakan rumus :

$$X = \frac{\sum xi}{n}$$

Dimana :

X = Rata-rata

$\sum xi$  = Skor total

N = Total Frekuensi

## 3) Menghitung Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk menghitung TCR Menurut Riduwan (2011:23), pada masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel, dengan menggunakan rumus:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Dimana :

TCR = Tingkat capaian responden

Rs = Skor rata-rata jawaban responden

n = Nilai skor jawaban

Menurut Riduwan (2011:23), nilai persentase dimasukkan ke dalam kriteria sebagai berikut :

**Tabel 13. Rentang Skala TCR**

No	Angka	Keterangan
1	0-2%	Sangat Lemah
2	21-40%	Lemah
3	41-60%	Cukup
4	61-80%	Kuat
5	81-100%	Sangat Kuat



## 2. Analisis Induktif

### a. Uji Persyaratan Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018). Selain itu juga bisa menggunakan uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distributif kumulatif. Menurut (Siregar, 2014:157) untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat dilakukan dengan metode Kolmogorov *Smirnov* dengan kriteria pengujian sebagai melebihi  $(\alpha) = 0,05$

- a. Jika nilai Sig *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,05$  berarti distribusi data sampel normal.
- b. Jika nilai Sig *Kolmogorov-Smirnov*  $\leq 0,05$  berarti distribusi data sampel tidak normal

#### 2) Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel independen atau tidak. Jika dalam model yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel independen maka model

tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinieritas (Suliyanto, 2011:81).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Menurut (Suliyanto, 2011:90) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF diatas 10 maka terdapat gejala multikolinear
2. Jika nilai VIF dibawah 10 tidak terdapat gejala multikolinear

Untuk menguji gejala multikolinier dengan melihat nilai *tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF) dengan menggunakan SPSS.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji *Heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya penyimpangan-penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas* dimana varian residualnya tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain (Idris, 2016:185). Cara mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan metode uji glejser, dengan kriteria Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ( $\text{sig} > 0,05$ ), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas begitupun sebaliknya (Suliyanto, 2011:102).

#### 4) Uji Linearitas

Menurut Suliyanto (2011:145) uji linear dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah model yang dibuktikan merupakan model linear atau non linear. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan antar dua variabel yang sedang diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan, dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Siregar,2011:402)

1. Jika nilai sig > 0,05 berarti terdapat hubungan yang linear
2. Jika nilai sig ≤ 0,05 berarti tidak terdapat hubungan yang linear

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilitas. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). (Sugiyono, 2017). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda, yakni:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Pelanggan
$\alpha$	: Konstanta
$b_1, b_2, b_3$	: Koefisien Regresi
$X_1$	: Kepercayaan
$X_2$	: Kemudahan
$X_3$	: Keamanan
e	: Error

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji F

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017:208). Pada penelitian ini variabel independen yaitu Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ) dan variabel Keamanan ( $X_3$ ) yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y).

Hasil pengolahan data pada SPSS untuk uji F digunakan untuk menguji apakah model yang digunakan sudah benar atau tidak. Pengujian ini terdapat pada hipotesis pertama yaitu:

$H_0$  :Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_1$  :Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Patokan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikan yang didapat dengan  $\alpha = 0,05$  hasil uji F dapat dilihat pada tabel anova. Menurut Siregar (2014:402), Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan

2) Apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

**b) Uji t**

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan (Sugiyono, 2017:119).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan SPSS versi 20. Uji t dalam penelitian ini untuk menguji  $H_0$  dan  $H_1$ , pada output SPSS uji parsial dengan t-test dilihat pada tabel *Coefficients*, yaitu jika *P-value* (pada kolom sig) pada masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini terdapat pada hipotesis sebagai berikut:

1) Hipotesis Kedua

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan  
( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_1$ )  
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

2) Hipotesis Ketiga

$H_0$  :Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kemudahan  
( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kemudahan ( $X_2$ )  
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

3) Hipotesis Keempat

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Keamanan ( $X_3$ )  
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Keamanan ( $X_3$ )  
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Siregar, (2014:404-405) Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau jika nilai  $sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  atau jika nilai  $sig \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2011:97) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen. Nilai  $R^2$  kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Apabila teknik analisis datanya terdiri dari satu sampai dua variabel bebas kita menggunakan *R square*, tetapi apabila jumlah variabel bebasnya lebih dari dua variabel maka akan lebih baik menggunakan *adjusted R square* yang nilainya selalu lebih kecil dari *R square*, Ghozali, (2011:97).

Dalam penelitian ini pengujian koefisien determinasi menggunakan *adjusted R square*, karena variabel dalam penelitian ini lebih dari dua.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1. Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wirjaatmadja dengan nama *Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren* atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pendiri Bank Rakyat Indonesia Raden Aria Wirjaatmadja Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Adanya situasi perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

#### **2. Visi dan Misi Perusahaan**

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga *intermediary*, agar dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya tercapai apa yang telah ditargetkan, berikut ini adalah visi dan misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah:



- a. Visi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah yang ada diseluruh indonesia agar selalu mempercayai BRI sebagai Bank terbaik di Indonesia.
- b. Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
  1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
  2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek good corporate governance.
  3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.
- c. BRILink

PTBank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk. mengembangkan strategi pemasaran produk tabungan dan layanan dengan memperkenalkan produk layanan BRILink. Dengan BRILink, BRI bisa mencapai nasabahnya yang berada di area yang terpencil, tanpa harus membangun kantor di area tersebut. Hal ini tentu sangat menguntungkan bagi BRI karena BRI memiliki nasabah di seluruh Indonesia hingga ke daerah pelosok negeri. BRILink adalah sebuah produk layanan perpanjangan tangan dari BRI ke

nasabah dengan bantuan agen. Individu yang melayani usaha BRILink inilah yang dinamakan dengan Agen BRILink. Agen BRILink adalah masyarakat biasa, bukan pegawai Bank BRI. Adapun persyaratannya adalah sebagai berikut:

- 1) Warga Negara Indonesia, yang sudah menjadi nasabah Bank BRI
- 2) Berdomisili di wilayah yang sama dengan kantor wilayah dimana ingin mengajukan permohonan. Jika nasabah tinggal di Selayo maka nasabah dapat mendaftarkan diri di kantor wilayah bank BRI di Selayo.
- 3) Mempunyai usaha yang sudah berjalan minimal 1 tahu
- 4) Memiliki Surat Izin Usaha
- 5) Status tempat usaha adalah milik sendiri. jika nasabah menyewa toko, lama waktu sewa yang nasabah ambil adalah minimal satu tahun, dan jika kurang dari satu tahun, nasabah harus melampirkan surat perpanjangan sewa sehingga minimal menempati tempat tersebut selama satu tahun.
- 6) Mengisi formulir permohonan dan menandatangani Surat Perjanjian
- 7) Memiliki rekening dan ATM BRI yang diisi sejumlah saldo yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi
- 8) Transaksi agen BRILink dapat dilakukan melalui mesin EDC (*Electronic Data Capture*)

Melalui agen BRILink, nasabah Bank BRI dapat melakukan berbagai transaksi seperti :

1. Isi ulang pulsa
2. Pembayaran listrik pra bayar
3. Pembayaran finance FIF, BAF, WOM, dan OTO
4. Setor uang tunai
5. Tarik uang tunai (menggunakan kartu ATM).

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan dapat dikelompokkan bahwa profil umum yang dimiliki responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yaitu:

#### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 9 karakteristik berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1	Laki-Laki	28	28,87
2	Perempuan	69	71,13
Jumlah		97	100

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (diolah) 2023*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengelompokan sampel dari 97 sampel yang disajikan pada tabel dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis kelamin terlihat proporsi responden perempuan yaitu sebanyak 69 responden atau 71,13% dan responden laki-laki yaitu

sebanyak 28 responden atau 28,87 %. Hal ini membuktikan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Data mengenai responden berdasarkan tahun masuk dapat dilihat pada tabel 15 karakteristik responden berdasarkan usia.

**Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	15-20 Tahun	9	9,28
2.	21 - 30 Tahun	24	24,74
3.	31 - 40 Tahun	24	24,74
4.	41 - 50 Tahun	26	26,80
5.	> 50 Tahun	14	14,43
Jumlah		97	100

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (diolah) 2023*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengelompokan sampel dari 97 sampel berdasarkan usia terlihat proporsi responden terbesar adalah pada rentang usia 41-50 tahun yaitu sebanyak 26 orang atau sebesar 26,8% dan responden terkecil adalah rentan usia 15-20 tahun sebanyak 9 orang atau sebesar 9,28%.

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Data mengenai responden berdasarkan tahun masuk dapat dilihat pada tabel 16 karakteristik responden berdasarkan usia.

**Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	12	12,37
2	PNS	8	8,24
3	Wiraswasta	28	28,87
4	Ibu Rumah Tangga	27	27,84
5	Lainnya	22	22,68
Jumlah		97	100

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (diolah) 2023*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengelompokan sampel dari 97 sampel berdasarkan pekerjaan terlihat proporsi responden terbesar adalah pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 28 orang atau sebesar 28,87% dan untuk responden terkecil yaitu pekerjaan PNS( Pegawai Negeri Sipil) sebanyak 8 orang atau sebesar 8,24%.

## **2. Deskripsi Variabel Penelitian**

Variabel ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Penyajian data masing-masing variabel yaitu dalam bentuk distribusi frekuensi yang mana masing-masing responden memberi penilaian sesuai keadaan sebenarnya. Berikut hasil analisis deskriptif keseluruhan variabel penelitian.

**Tabel 17. Data Deskripsi Keseluruhan Variabel**

No	Variabel	Skor	Mean	TCR	Kriteria
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	3104	3,98	79,62 %	Kuat
2	Kepercayaan (X1)	2729	4,04	80,84 %	Sangat Kuat
3	Kemudahan (X2)	3871	3,99	79,80 %	Kuat
4	Keamanan (X3)	1393	3,59	71,80 %	Kuat

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (diolah) 2023

Untuk lebih jelas deskriptif masing-masing variabel dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini:

#### a. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 3 indikator dan terdapat 8 item pernyataan. Deskripsi masing-masing item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 18. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan**

No	Pertanyaan	Skor	Mean	TCR	Kriteria
<b>Kesesuaian Harapan</b>					
1	Pengiriman uang yang saya lakukan di BRILink tidak pernah gagal	363	3,74	74,85	Kuat
2	Agen BRILink mampu memberikan pelayanan terbaik kepada saya	380	3,92	78,35	Kuat
<b>Rata-Rata</b>		371,50	3,83	76,60	Kuat
<b>Minat Menggunakan Kembali</b>					
3	Saya sering menggunakan layanan BRILink dalam melakukan transaksi ( tarik tunai, setor tunai dll)	401	4,13	82,68	Sangat Kuat
4	Saya tertarik untuk menggunakan BRILink dimasa yang akan datang	383	3,95	78,97	Kuat
5	Saya tertarik menggunakan kembali BRILink karena puas	402	4,14	82,89	Sangat Kuat

No	Pertanyaan	Skor	Mean	TCR	Kriteria
	akan layanan yang diberikan agen				
<b>Rata-Rata</b>		395,33	4,08	81,51	Sangat Kuat
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>					
6	Saya berminat untuk merekomendasikan produk dan layanan BRILink kepada orang lain	379	3,91	78,14	Kuat
7	Saya menceritakan hal baik terkait dengan BRILink kepada orang lain	401	4,13	82,68	Sangat Kuat
8	Saya lebih memilih melakukan transaksi melalui BRILink daripada langsung ke Bank	395	4,07	81,44	Sangat Kuat
<b>Rata-Rata</b>		391,67	4,04	80,76	Sangat Kuat

Berdasarkan pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan, dapat diketahui bahwa pernyataan memiliki skor tertinggi adalah tentang Saya tertarik menggunakan kembali BRILink karena puas akan layanan yang diberikan agen memiliki skor 402 dengan nilai capaian responden 82,89% dengan kriteria sangat kuat, artinya adalah agen dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, karena agen menyadari bahwa pelanggannya sangat membutuhkan pelayanan dalam transaksi jasa BRILink.

Selanjutnya untuk pernyataan yang terendah adalah tentang pengiriman uang yang saya lakukan di BRILink tidak pernah gagal yang memiliki skor 363 dengan nilai capaian responden 74,85% dengan kriteria kuat, artinya adalah pelanggan tidak pernah mengalami kegagalan dalam pengiriman uang, hal ini bahwa pelanggan telah yakin dengan kemampuan agen dalam bertransaksi.

## b. Deskripsi Variabel Kepercayaan

Variabel kepercayaan terdiri dari 3 indikator dan terdapat 7 item pernyataan. Deskripsi masing-masing item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Table 19. Deskripsi Variabel Kepercayaan**

No	Pertanyaan	Skor	Mean	TCR	Kriteria
<b><i>Benevolence (niat baik)</i></b>					
1	Agen BRILink bersedia untuk melayani kepentingan pelanggan dengan baik	388	4,00	80,00	Kuat
2	Agen BRILink mampu memenuhi kesepakatan yang telah dibuat bersama pelanggan	399	4,11	82,27	Sangat Kuat
<b>Rata-Rata</b>		393,5	4,06	81,13	Sangat Kuat
<b><i>Integrity (integritas)</i></b>					
3	Agen BRILink mampu memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dalam setiap transaksi	370	3,81	76,29	Kuat
4	Agen BRILink mampu menjaga kepercayaan saya dalam menggunakan produk atau layanan	402	4,14	82,89	Sangat Kuat
<b>Rata-Rata</b>		386,00	3,98	79,59	Kuat
<b><i>Competence (kompetensi)</i></b>					
5	Agen BRILink memiliki kemampuan untuk menangani transaksi yang saya butuhkan	390	4,02	80,41	Sangat Kuat
6	Kualitas pelayanan yang diberikan agen BRILink baik	405	4,18	83,51	Sangat Kuat
7	Agen BRILink mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada saya	395	4,07	81,44	Sangat Kuat
<b>Rata-Rata</b>		396,67	4,09	81,79	Sangat Kuat

Pernyataan pada variabel kepercayaan, dapat diketahui bahwa pernyataan memiliki skor tertinggi adalah tentang Kualitas pelayanan yang diberikan agen BRILink baik memiliki skor 405 dengan nilai capaian



responden 83,51% dengan kriteria sangat kuat, artinya adalah agen dapat menjamin Kualitas pelayanan yang diberikan agen BRILink baik . Karena Agen BRILink juga telah mendapatkan arahan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh BRI Unit selayo.

Selanjutnya untuk pernyataan yang terendah adalah tentang Agen BRILink mampu memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dalam setiap transaksi 370 dengan nilai capaian responden 76,29% dengan kriteria kuat, artinya adalah pelanggan belum sepenuhnya percaya akan keamanan data yang diberikan .

### c. Deskripsi Variabel Kemudahan

Variabel kemudahan terdiri dari 4 indikator dan terdapat 10 item pernyataan. Deskripsi masing-masing item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 20. Deskripsi Variabel Kemudahan**

No	Pertanyaan	Skor	Mean	TCR	Kriteria
<b>Efisiensi Waktu</b>					
1	Menggunakan BRILink dapat menghemat waktu saya karena tidak perlu mengantri di Bank	407	4,20	83,92	Sangat Kuat
2	Jam operasional BRILink lebih lama dibandingkan bank, sehingga dapat memudahkan saya untuk melakukan transaksi	407	4,20	83,92	Sangat Kuat
3	Proses kerja BRILink lebih cepat sehingga pelanggan tidak harus melakukan antrian yang lama	380	3,92	78,35	Kuat
	<b>Rata-Rata</b>	398,00	4,10	82,06	Sangat Kuat
<b>Kemampuan Melakukan Transaksi</b>					
4	BRILink dapat melakukan segala macam transaksi yang saya butuhkan	383	3,95	78,97	Kuat

No	Pertanyaan	Skor	Mean	TCR	Kriteria
5	Setiap saya melakukan transaksi di BRILink agen tidak melakukan kesalahan berupa salah pengiriman	375	3,87	77,32	Kuat
<b>Rata-Rata</b>		379,00	3,91	78,14	Kuat
<b>Kemudahan Operasional</b>					
6	Saya merasa tidak mengalami kesulitan saat melakukan transaksi di BRILink	382	3,94	78,76	Kuat
7	Saya tidak perlu membawa buku tabungan setiap ingin melakukan transaksi penarikan di BRILink	376	3,88	77,53	Kuat
8	Saya tidak perlu mengisi slip setoran saat melakukan transaksi setoran di BRILink	372	3,84	76,70	Kuat
<b>Rata-Rata</b>		376,67	3,88	77,66	Kuat
<b>Penggunaan yang Fleksibel</b>					
9	Saya dapat melakukan transaksi menggunakan BRILink kapan saja	390	4,02	80,41	Sangat Kuat
10	BRILink mudah untuk ditemukan	399	4,11	82,27	Sangat Kuat
<b>Rata-Rata</b>		394,50	4,07	81,34	Sangat Kuat

Berdasarkan pernyataan pada variabel kemudahan, dapat diketahui bahwa pernyataan memiliki skor tertinggi adalah tentang Menggunakan BRILink dapat menghemat waktu saya karena tidak perlu mengantri di Bank dan pernyataan Jam operasional BRILink lebih lama dibandingkan bank, sehingga dapat memudahkan saya untuk melakukan transaksi memiliki skor 407 dengan nilai capaian responden 83,92% dengan kriteria sangat kuat, artinya adalah pelanggan merasa lebih mudah dan hemat waktu dalam bertransaksi, beda halnya apabila kegiatan ini langsung dilaksanakan di Bank.

Selanjutnya untuk pernyataan yang terendah adalah tentang Saya tidak perlu mengisi slip setoran saat melakukan transaksi setoran di BRILink yang

memiliki skor 372 dengan nilai capaian responden 76,70% dengan kriteria kuat, artinya adalah pelanggan tidak perlu mengisi blanko isian transaksi, cukup dengan mempercayakan kepada Agen BRILink.

#### d. Deskripsi Variabel Keamanan

Variabel keamanan terdiri dari 2 indikator dan terdapat 4 item pernyataan. Deskripsi masing-masing item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Table 21. Deskripsi Variabel Keamanan**

No	Pertanyaan	Skor	Mean	TCR	Kriteria
<b>Jaminan Keamanan</b>					
1	Saya merasa aman ketika melakukan transaksi menggunakan BRILink	360	3,71	74,23	Kuat
2	Adanya jaminan keamanan dari agen BRILink bahwa uang yang ditransfer sampai pada tujuan yang tepat	333	3,43	68,66	Kuat
<b>Rata-Rata</b>		346,50	3,57	71,44	Kuat
<b>Kerahasiaan Data</b>					
3	Saya merasa aman memberikan data pribadi karena terlindungi oleh bank	331	3,41	68,25	Kuat
4	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin ketika melakukan transaksi di BRILink	369	3,80	76,08	Kuat
<b>Rata-Rata</b>		350,00	3,61	72,16	Kuat

Berdasarkan pernyataan pada variabel keamanan, dapat diketahui bahwa pernyataan memiliki skor tertinggi adalah tentang Kerahasiaan data pribadi saya terjamin ketika melakukan transaksi di BRILink memiliki skor 369 dengan nilai capaian responden 76,08% dengan kriteria sangat baik, artinya adalah Kerahasiaan data pelanggan terjamin ketika melakukan

transaksi di BRILink. Ini merupakan prioritas utama bagi agen BRILink dalam melaksanakan transaksi.

Selanjutnya untuk pernyataan yang terendah adalah tentang Saya merasa aman memberikan data pribadi karena terlindungi oleh bank yang memiliki skor 331 dengan nilai capaian responden 68,25% dengan kriteria kuat, artinya adalah pelanggan merasa aman dalam membagikan data transaksi kepada agen BRILink, karena pelanggan merasa agen BRILink dapat dipercaya dalam bertransaksi.

### **C. Hasil Analisis Data Penelitian**

#### **1. Uji Persyaratan Analisis Asumsi Klasik**

Sebelum melihat pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ) dan Keamanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo, maka dilakukan uji asumsi klasik sebagai syarat utama dalam melakukan pengajuan hipotesis koefisien regresi secara parsial maupun menyeluruh terhadap persamaan regresi. Berikut ini hasil uji asumsi klasik dengan menggunakan SPSS 20:

##### **a) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah terstandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya (Suliyanto, 2011:69). Selain itu juga bisa menggunakan uji statistik parametrik *kolmogorov-smirnov* merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distributif kumulatif. Uji normalitas merupakan persyaratan yang penting yang harus terpenuhi

dalam analisis regresi. Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi secara normal atau tidak. Menurut (Siregar, 2014:157) untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat dilakukan dengan metode Kolmogorov Smirnov dengan kriteria pengujian sebagai melebihi ( $\alpha$ ) = 0,05

- 1) Jika nilai Sig Kolmogorov-Smirnov > 0,05 berarti distribusi data sampel normal.
- 2) Jika nilai Sig Kolmogorov Smirnov  $\leq$  0,05 berarti distribusi data sampel tidak normal

Hasil uji normalitas pada *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel 22.

**Tabel 22. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters A <sup>b</sup>	0E-7	0E-7
	2,65163372	2,66153516
	,062	,068
Most Extreme Differences	,062	,068
	-,042	-,041
Kolmogorov-Smirnov Z		,611
Asymp. Sig. (2-tailed)		,849

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Olahan Data SPSS versi 20, 2023*

Dari tabel 22 diatas terlihat bahwa uji normalitas dengan nilai signifikan 0,611 > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel datanya berdistribusi normal.

### **b) Uji Multikolinearitas**

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel independen atau tidak. Jika dalam model yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel independen maka model tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinieritas (Suliyanto, 2011:81).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas. Menurut (Suliyanto, 2011:90) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF diatas 10 maka terdapat gejala multikolinear
- 2) Jika nilai VIF dibawah 10 tidak terdapat gejala multikolinear

Untuk menguji gejala multikolinier dengan melihat nilai tolerance and *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan menggunakan SPSS. Hasil uji multikolinieritas terhadap variabel bebas dari penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel 22.

**Tabel 22. Uji Multikolinearitas –VIF**

Model		Coefficients						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,745	4,862		,976	,332		
	Kepercayaan	,239	,115	,194	2,086	,040	,888	1,126
	Kemudahan	,353	,080	,410	4,416	,000	,889	1,125
	Keamanan	,444	,219	,178	2,030	,045	,996	1,004

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Olahan Data SPSS versi 20, 2023

Dari tabel 18 dapat dilihat perhitungan nilai VIF. Dimana nilai VIF untuk variabel kepercayaan  $1,126 < 10$ , variabel kemudahan  $1,125 < 10$  dan variabel keamanan  $1,004 < 10$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

### c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan) (Suliyanto, 2011:95). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya penyimpangan-penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas dimana varian residualnya tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ( $\text{sig} > 0,05$ ), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas begitupun sebaliknya (Suliyanto, 2011:102)

Hasil uji heteroskedastisitas terhadap variabel bebas dari penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel 24.

**Tabel 24. Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,012	2,724		1,840	,069
	Kepercayaan	-,005	,064	-,009	-,083	,934
	Kemudahan	-,047	,045	-,115	-1,056	,294
	Keamanan	-,055	,122	-,047	-,452	,652

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Olahan Data SPSS versi 20, 2023

Berdasarkan tabel 23 terlihat bahwa signifikan variabel kepercayaan sebesar 0,934, variabel penjualan kemudahan 0,294 dan variabel keamanan 0,652 . Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kepercayaan variabel kemudahan dan variabel keamanan  $> 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau persamaan regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan data ini dapat digunakan untuk penelitian tanpa keraguan.

#### d) Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara masing-masing variabel independen (Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan pelanggan). Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan antar dua variabel yang sedang diteliti apakah terdapat hubungan yang linear dan signifikan antara variabel tersebut. Adapun Teknik analisisnya yaitu dengan menggunakan nilai signifikan pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) hal ini dapat dilihat dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Siregar,2011:402)



- 1) Jika nilai sig > 0,05 berarti terdapat hubungan yang linear
- 2) Jika nilai sig  $\leq$  0,05 berarti tidak terdapat hubungan yang linear

Hasil uji linearitas pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel 25

**Tabel 25. Hasil Uji Linearitas Kepercayaan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	182,281	13	14,022	2,648	,004
		Linearity	70,215	1	70,215	13,260	,000
		Deviation from Linearity	112,066	12	9,339	1,764	,068
	Within Groups		439,492	83	5,295		
	Total		621,773	96			

Sumber : Olahan Data SPSS versi 20, 2023

Berdasarkan tabel 24 menunjukkan hasil uji linearitas pada variabel kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dapat dilihat pada *Deviation from Linearity* yaitu sebesar 0,068 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan linear. Hasil uji linieritas untuk variabel kemudahan dapat dilihat pada tabel 26

**Tabel 26. Hasil Uji Linearitas Kemudahan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kemudahan * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	450,293	13	34,638	3,490	,000
		Linearity	279,773	1	279,773	28,185	,000
		Deviation from Linearity	170,520	12	14,210	1,432	,168
	Within Groups		823,872	83	9,926		
	Total		1274,165	96			

Sumber : Olahan Data SPSS versi 20, 2023

Berdasarkan tabel 21 menunjukkan hasil uji linearitas pada variabel kemudahan ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dapat dilihat

pada *Deviation from Linearity* yaitu sebesar  $0,168 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kemudahan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan linear. Hasil uji linieritas untuk variabel keamanan dapat dilihat pada tabel 27

**Table 27. Hasil Uji Linearitas Keamanan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keamanan * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	24,466	13	1,882	1,221	,279
		Linearity	4,595	1	4,595	2,982	,088
		Deviation from Linearity	19,871	12	1,656	1,075	,392
	Within Groups		94,896	127,905	1,541		
	Total		132,124	152,371			

Sumber : Olahan Data SPSS versi 20, 2023

Berdasarkan tabel 26 menunjukkan hasil uji linearitas pada variabel keamanan ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dapat dilihat pada *Deviation from Linearity* yaitu sebesar  $0,392 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keamanan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan linear.

## 2. Analisis Regresi Berganda

### a. Uji Regresi Berganda

Hasil uji regresi berganda pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel 28.

**Tabel 28. Uji Regresi Berganda**

Coefficients						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,745	4,862		,976	,332
	Kepercayaan	,239	,115	,194	2,086	,040
	Kemudahan	,353	,080	,410	4,416	,000
	Keamanan	,444	,219	,178	2,030	,045

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : *Olahan Data SPSS versi 20, 2023*

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4,745 + 0,239 X_1 + 0,353 X_2 + 0,444 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

$\alpha$  = Koefisien Konstanta

b1 = Koefisien persamaan Regresi variabel kepercayaan

b2 = Koefisien persamaan Regresi variabel kemudahan

b3 = Koefisien persamaan Regresi variabel keamanan

X1 = Kepercayaan

X2 = Kemudahan

X3 = Keamanan

e = Epison (variabel-variabel independen lain yang tidak diukur dalam penelitian yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen).

Hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar 4,745 Menunjukkan bahwa tanpa ada pengaruh dari variabel bebas yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), keamanan ( $X_3$ ) maka kepuasan pelanggan pada dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo mencapai nilai konstanta sebesar 4,745.
- b) Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 0,239 dengan arah positif. Artinya terjadi pengaruh yang positif antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Apabila nilai variabel kepercayaan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan(Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,239. Hal ini menunjukkan jika

kepercayaan meningkat maka kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo juga akan meningkat.

- c) Nilai koefisien regresi variabel kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 0,353 dengan arah positif. Artinya terjadi pengaruh yang positif antara variabel kemudahan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Apabila nilai variabel kemudahan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,353. Hal ini menunjukkan jika kemudahan meningkat maka kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo juga akan meningkat.
- d) Nilai koefisien regresi variabel keamanan ( $X_3$ ) sebesar 0,444 dengan arah positif. Artinya terjadi pengaruh yang positif antara variabel keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Apabila nilai variabel keamanan ( $X_3$ ) mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,444. Hal ini menunjukkan jika keamanan meningkat maka kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo juga akan meningkat.

## **b. Uji Hipotesis**

### **1) Uji F**

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui semua pengaruh variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 29.

**Tabel 29. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	273,009	3	91,003	12,538	,000 <sup>b</sup>
Residual	674,991	93	7,258		
Total	948,000	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan

Sumber : *Olahan Data SPSS versi 20, 2023*

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ), Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ), Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 29 diperoleh nilai  $F_{Hitung}$  sebesar 12,538 >  $F_{Tabel}$  (3,941) dengan nilai sig 0,000 < 0,05 berarti  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

## 2) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) sebagai variabel independen secara terpisah dalam mempengaruhi variabel

kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau jika nilai  $sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  atau jika nilai  $sig \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 30.

**Tabel 30. Hasil Uji t**

Coefficients						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,745	4,862	,976	,332	
	Kepercayaan	,239	,115	,194	2,086	,040
	Kemudahan	,353	,080	,410	4,416	,000
	Keamanan	,444	,219	,178	2,030	,045

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Olahan Data SPSS versi 20, 2023

a) **Hipotesis 2**

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 29 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,086 > t_{tabel}$  (1,984) dengan nilai  $sig$   $0,040 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

**b) Hipotesis 3**

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kemudahan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kemudahan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 29 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,416 > t_{tabel}$  (1,984) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

**c) Hipotesis 4**

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Keamanan ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Keamanan ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 29 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,030 > t_{tabel}$  (1,984) dengan nilai sig  $0,045 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo.

### 3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ) dan keamanan ( $X_3$ ) secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda maka determinasinya dapat dilihat dari *Adjusted R Square* dengan menggunakan SPSS versi 20. Hasil Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 31.

**Tabel 31. Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,537 <sup>a</sup>	,288	,265	2,694

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan  
 Sumber : *Olahan Data SPSS versi 20, 2023*

Dari tabel 30 hasil perhitungan untuk nilai *Adjusted R Square* dengan bantuan aplikasi SPSS diperoleh angka *Adjusted R Square* = 0,265 atau sebesar 26,5%. Hal ini berarti kemampuan variabel-variabel independen dari kepercayaan, kemudahan dan keamanan dalam mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo sebesar 26,5%, sedangkan sisanya sebesar 73,5% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### D. Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ditunjukkan untuk menerangkan dan menginterpretasikan hasil penelitian.



**a. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), dan keamanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata skor untuk variabel kepercayaan memiliki jumlah skor 2729 dengan capaian responden 80,84% pada kategori sangat kuat. Untuk variabel kemudahan memiliki jumlah skor 3871 dengan capaian responden 79,80% pada kategori kuat. Untuk variabel keamanan memiliki jumlah skor 1393 dengan capaian responden 71,80 % pada kategori kuat dan variabel kepuasan pelanggan memiliki jumlah skor 3104 dengan capaian responden 79,62% pada kategori kuat

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, diketahui bahwa kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), dan keamanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo, Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai  $F_{Hitung}$  sebesar  $12,583 > F_{Tabel}$  (3,941) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo. Selain itu didukung dengan analisis koefisien determinasi melalui *Adjusted R Square* dengan bantuan aplikasi SPSS diperoleh angka *Adjusted R Square* = 0,265 atau sebesar 26,5%. Hal ini berarti kemampuan variabel-variabel

independen dari kepercayaan, kemudahan dan keamanan dalam mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo sebesar 26,5%, sedangkan sisanya sebesar 73,5% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kepercayaan yang dapat diberikan oleh agen BRILink kepada masyarakat khususnya bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi menggunakan BRILink ini jika dilakukan dengan sangat baik oleh agen, maka masyarakat akan merasa percaya dan puas ketika melakukan transaksi di BRILink. Kemudahan yang diberikan agen ketika melakukan transaksi di BRILink serta adanya jaminan keamanan yang ditawarkan maka juga dapat meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap BRILink, dengan demikian ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan BRILink pada wilayah Selayo.

Kepercayaan konsumen terhadap salah satu produk bank yaitu BRILink ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen atau pelanggan tersebut. Kepercayaan merupakan keyakinan pribadi bahwa pengguna memiliki sistem untuk melaksanakan transaksi dengan aman dan dapat menjaga privasi informasi pribadi. Membangun kepercayaan sangat penting untuk mengadopsi Produk BRILink yang merupakan salah satu produk bank. Kepercayaan nasabah terhadap layanan bank menunjukkan pengakuan kredibilitas bank oleh nasabah. Jika kredibilitas bank rendah maka kemungkinan resiko akan meningkatkan kemungkinan nasabah tidak percaya (Hassan, dalam Kazi, 2013:90).

Kemudahan penggunaan BRILink yang dilakukan agen untuk pelanggan dalam mendapatkan pelayanan BRILink merupakan hal yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen ataupun pelanggan. Jika konsumen merasa adanya kemudahan dan tidak mengalami kesulitan maka akan timbul rasa puas. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keamanan berarti bahwa penggunaan itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khairunnisa dan Chusnah (2020:118) membuktikan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian lain yang dilakukan Marini(2022:84), membuktikan bahwa kemudahan, kepercayaan dan keamanan bersama-sama dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Oleh karena itu, semakin percaya masyarakat, dan mudah digunakan serta terjamin keamanan maka kepuasan

pelanggan semakin meningkat dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo.

**b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata skor untuk variabel kepercayaan memiliki jumlah skor 2729 dengan capaian responden 80,84% pada kategori sangat kuat, yang berarti bahwa kepercayaan yang dirasakan masyarakat terhadap agen BRILink baik dan agen BRILink mampu membuat masyarakat percaya untuk menggunakan transaksi perbankan menggunakan BRILink. Oleh karena itu, agen BRILink harus terus mampu mempertahankan kepercayaan yang agar terus dapat menarik perhatian masyarakat untuk melakukan transaksi menggunakan BRILink.

Berdasarkan analisis regresi berganda dan uji hipotesis, ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh yaitu sebesar 2,086 dan nilai signifikansi sebesar  $0,040 < 0,05$  dengan koefisien sebesar 0,194 yang artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Agen BRILink harus dapat melakukan pendekatan dengan para pelanggannya, salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan adalah dengan meningkatkan kepercayaan dengan memperlihatkan niat baik kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik, meningkatkan integritas seperti

memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dalam setiap transaksi yang telah dilakukan.

Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif atau memiliki hubungan yang searah yang berarti apabila kepercayaan pelanggan semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya. Kepercayaan pelanggan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan pelanggan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan.

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari suatu bisnis. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Menurut Noorhermaya dan Soesanto (2016), membentuk kepercayaan pelanggan merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Menurut Danesh, Nasab, dan Ling (2012), kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi kepercayaan atau terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain

tersebut. Kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan, seperti Widiyanto yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan (trust) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely, 2016, p. 63).

Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhmad Irwansyah (2020) hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan jemaah pada biro perjalanan haji dan umroh kota Jambi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kasinem (2020) mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bukit serelo lahat yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga dapat membuktikan teori dari Costabile (2000:70), yang mendefinisikan bahwa kepercayaan (trust) sebagai tanggapan terhadap keterandalan dari sudut pandang pelanggan yang didasarkan pada pengalaman, atau mengarah pada tahapan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan kinerja produk dan tercapainya kepuasan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo.

**c. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata skor untuk variabel kemudahan memiliki jumlah skor 3871 dengan capaian responden 79,80% pada kategori kuat, yang berarti bahwa kemudahan yang diberikan dan ditawarkan oleh agen BRILink kepada pelanggannya sangat bagus dan baik. Agen BRILink mampu memberikan kemudahan bagi pelanggannya baik yang sudah menggunakan maupun yang baru ingin menggunakan BRILink tersebut dengan kemudahan-kemudahan yang akan dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan analisis regresi berganda dan uji hipotesis, ditarik kesimpulan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh yaitu sebesar 4,416 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan koefisien sebesar 0,410 yang artinya semakin tinggi tingkat kemudahan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh agen BRILink seperti menghemat waktu pelanggan karena jika bertransaksi di BRILink tidak perlu membutuhkan waktu yang lama dan jam operasional BRILink tidak sama dengan kantor bank pada umumnya. Bagi masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari kantor bank dengan adanya BRILink masyarakat tidak perlu lagi pergi jauh untuk melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa BRILink yaitu dapat memberikan efisiensi waktu. Efisiensi waktu merupakan hasil yang telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan secara optimal, dengan alat yang tepat dan dengan memperhatikan sedikit biaya dan ketepatan waktu penyelesaian. Selain itu agen BRILink juga dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Kemampuan transaksi tanpa adanya hambatan yang dialami selama proses transaksi berlangsung.

Kemudahan dalam kegiatan Operasional hal ini berarti bahwa sebagai pembeli atau pengguna merasa tidak mengalami kesulitan saat bertransaksi. Selain itu juga penggunaan yang fleksibel. Penggunaan yang fleksibel ini adalah penggunaan yang mudah diatur, dengan kata lain penggunaannya dapat menyesuaikan dalam situasi apapun sehingga dapat memudahkan penggunaannya.

Semakin tinggi kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan suatu sistem itu maka pelanggan akan semakin merasa puas dalam penerimaan sistem itu sendiri. Dikatakan bahwa suatu sistem itu mudah, jika seseorang tidak akan mengalami kendala ataupun kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan BRILink. Sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan menggunakan secara tidak langsung juga mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan BRILink.

Kemudahan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan karena menggunakan BRILink dapat menghemat waktu pelanggan karena tidak



perlu mengantri di Bank. Selain itu jam operasional BRILink lebih lama dibandingkan bank, sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi. Kemudahan lainnya yang dirasakan pelanggan

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fanny Setiyo (2022), hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan website berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Irwansyah (2020), yaitu kemudahan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga dapat membuktikan teori Irawan(2009:37), bahwa salah satu faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah kemudahan. Maka dapat disimpulkan variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo.

#### **d. Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata skor untuk variabel kemudahan memiliki jumlah skor 1393 dengan capaian responden 71,80% pada kategori kuat, yang berarti bahwa keamanan yang diberikan dan ditawarkan oleh agen BRILink kepada pelanggannya cukup baik. Agen BRILink mampu memberikan keamanan bagi pelanggannya baik yang sudah menggunakan maupun yang baru ingin menggunakan BRILink tersebut ketika melakukan transaksi menggunakan BRILink. Perusahaan perbankan harus dapat memberikan jaminan keamanan bagi para nasabahnya, begitu juga dengan BRILink. Keamanan yang baik akan dapat

menarik calon pelanggan untuk dapat melakukan transaksi dan merasakan kepuasan setelah transaksi dilakukan.

Berdasarkan analisis regresi berganda dan uji hipotesis, ditarik kesimpulan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh yaitu sebesar 2,030 dan nilai signifikansi sebesar  $0,045 < 0,05$  dengan koefisien sebesar 0,178 yang artinya semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Keamanan yang diberikan agen BRILink dapat berupa jaminan keamanan ketika melakukan transaksi dan memberikan jaminan kerahasiaan data yang diberikan pelanggan ketika melakukan transaksi di BRILink. Keamanan sangat dibutuhkan bagi pelanggan dalam bertransaksi perbankan, tanpa adanya keamanan maka pelanggan tidak akan tertarik untuk melakukan transaksi, maka dari itu agen BRILink harus menjaga tingkat keamanan yang diberikan.

Jaminan keamanan berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

Kerahasiaan data sangat penting nilai sebuah kerahasiaan data. Data yang jatuh ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Informasi yang diberikan dapat berupa informasi pribadi, untuk

itu kerahasiaan data konsumen benar-benar harus dijaga. Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan layanan Produk ini . Implikasinya adalah jika konsumen percaya bahwa saluran pembayaran di *BRILink* tidak aman, hal ini mengurangi kepercayaan konsumen.

Akibatnya mereka malas melakukan transaksi di BRILink. Bank akan dipercaya oleh nasabahnya ataupun pelanggan lain, jika bank mampu meyakinkan nasabahnya bahwa keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah terjamin. Jika nasabah sudah percaya bahwa saluran pembayaran itu aman, serta percaya bahwa pihak bank tidak akan membocorkan informasi rahasia personal mereka atau menjualnya pada pihak lain tanpa mengkonsultasikannya terlebih dahulu, maka kondisi ini merupakan daya tarik calon nasabah atau pelanggan untuk menggunakan *produk* BRILink. Jadi Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dirasakan dalam menggunakan produk BRILink itu.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Bondan Satrio (2012) dimana keamanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen online. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Khairunnisa dan Chusnah(2020) membuktikan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo. Hal ini dapat menunjukkan bahwa BRILink ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususnya yang berada di wilayah kerja BRI Selayo dan masyarakat merasa puas dan terbantu dengan adanya BRILink di kawasan Selayo, serta ini juga berpengaruh terhadap bank BRI untuk dapat terus mengembangkan produk-produk lainnya. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari pelayanan yang diberikan.
2. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan BRILink pada BRI unit Selayo. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kepercayaan yang diberikan pelanggan terhadap BRILink ketika ingin melakukan transaksi perbankan dan tidak adanya kecemasan bagi pelanggan yang ingin melakukan transaksi menggunakan BRILink serta meningkatnya tingkat kepuasan terhadap BRILink.
3. Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan BRILink pada BRI unit Selayo. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kemudahan yang didapat maupun

yang dirasakan oleh pelanggan ketika ingin ataupun setelah melakukan transaksi menggunakan BRILink berdampak pada tingkat kepuasan yang pelanggan berikan kepada BRILink.

4. Variabel Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink pada BRI unit Selayo. keamanan merupakan prioritas utama dalam pelayanan. Adanya keamanan dalam suatu produk ataupun jasa maka tidak akan ada kekhawatiran masyarakat terhadap jasa yang diberikan. Bagi sebuah bank, keamanan sangatlah penting untuk menarik nasabahnya, dengan adanya keamanan yang diberikan agen BRILink kepada pelanggannya maka hal tersebut dapat menarik pelanggan untuk melakukan transaksi menggunakan BRILink.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi Agen BRILink
  - a) Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa variabel yang memiliki pengaruh rendah terdapat pada variabel Keamanan ( $X_3$ ) dengan TCR sebesar 71,80%. TCR terendah terdapat pada indikator “Kerahasiaan Data” yaitu dengan pernyataan “saya merasa aman memberikan data pribadi karena terlindungi oleh bank”. Untuk itu disarankan agar agen BRILink dapat meyakinkan penggunanya jika melakukan transaksi di BRILink data yang telah diberikan akan aman karena BRILink juga diawasi oleh pihak bank. Agen BRILink tidak akan membagikan data

pribadi penggunaanya karena juga akan berpengaruh kepada perusahaan BRI terutama BRI Unit Selayo. Bagi perusahaan perbankan keamanan sangatlah penting untuk dapat menarik nasabahnya, untuk itu agen BRILink harus dapat meningkatkan keamanan yang dimiliki.

- b) Berdasarkan penelitian dilihat dari hasil koefisien beta yaitu sebesar 0,410 atau 41,0 % dalam hasil uji-t bahwa variabel yang paling dominan adalah variabel kemudahan. Sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan khususnya bagi agen BRILink untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas yang dimiliki agen agar pengguna BRILink dapat merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi. BRI harus terus mengembangkan BRILink dan memiliki agen-agen yang tersebar di berbagai pelosok daerah terkhususnya pada wilayah BRI Unit Selayo, agar masyarakat yang jauh dari kantor BRI dapat melakukan transaksi perbankan di BRILink terdekat.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a) Pada peneliti hanya menguji pengaruh variabel independen kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu saran penelitian selanjutnya adalah dapat melakukan penelitian yang serupa dengan menambahkan variasi variabel independen lainnya. Diharapkan adanya pengembangan penelitian mengenai variabel bebas lain yang akan diteliti untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, karena dari perhitungan nilai *Adjusted R Square* variabel kepercayaan, kemudahan dan keamanan pada penelitian ini hanya berpengaruh 0,265 atau sebesar

26,5%. Hal ini berarti kemampuan variabel-variabel independen dari kepercayaan, kemudahan dan keamanan dalam mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo sebesar 26,5%, sedangkan sisanya sebesar 73,5% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- b) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan sampel yang lebih besar yang dapat mewakili populasi, sehingga akan lebih menambah konsistensi hasil penelitian dan dapat memperluas cakupan yang diteliti dengan hasil yang dicapai lebih optimal lagi.

### 3. Bagi Pihak Bank

1. Supaya pihak Bank selalu melakukan pengawasan terhadap kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh agen BRILink.
2. Pihak Bank harus lebih memperhatikan dan mengevaluasi kegiatan transaksi yang dilakukan oleh agen BRILink.
3. Pihak Bank harus lebih menjalin hubungan yang baik dengan agen maupun pelanggan atau nasabah.
4. Supaya pihak Bank dapat kepercayaan dari nasabah, dan memberikan kemudahan dan keamanan dalam menggunakan produk BRILink supaya nasabah merasa puas dari transaksi Produk BRILink

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Nurrahmanto, Prasetyo. (2015). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual beli Online BUKALAPAK.COM (Studi Empiris Pengguna Internet yang ada di Indonesia).
- Ahmad, & Pamudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Journal of Management Studies* Vol 8, No 1, 1-11.
- Ahmadi, H.(2018). Analisis Penerapan BRILink di Bank BRI Kota Madiun sebagai Upaya Mendorong *Financial Inclusion*.*Inventory:Jurnal Akuntansi*, 2(1), 211-247.
- Amijaya, G.R. 2010. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”.
- Arastika, I. P. dan Khairunnisa. (2020). Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JAWARA: Jurnal Wawasan dan Riset Akuntansi* Vol. 7, No. 2, Maret 2020 hal. 125-133
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Baharuddin dan Risma (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Vol. 1, No.1
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi
- BRI Corporate University. 2016. *Petunjuk Pelaksanaan BRILink EDC*. Dokumentasi BRI Unit BAE: Kudus
- Costabile, M., Raimondo, M.A. & Miceli, G. 2000. A Dynamic Model of Customer Loyalty. *Proceedings of the 31st Annual Conference of the European Marketing Academy*, 28-31 May, Braga.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Davis, Fred D. 2018. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quartely*. Vol.13
- Dixit Neha 2010, “Acceptance of E – banking Among Audit Customers : An Empirical Investigation in India”. *Journal of Internet Banking and Commerce*.Vol.15 (August). Pp 1 – 17.



- Fandy, Tjiptono. 2011. Pemasaran Jasa. Edisi Pert. Malang: Bayu Media Publishing.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Husein, Umar. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Irawan, H. (2019). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Edisi Kedua. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasinem, (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat No 4/Vol 17
- Kazi, Abdul Kabeer. (2013). An Empirical Study Of Factor Influencing Adoption Of Internet Banking Among Students Of Higher Education From Pakistan. Journal of Financial and Banking Studies No. 2/ Vol2
- Khairunnisa Tri Indriana dan Chusnah. ( 2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech No.1/ Vol 3
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lne Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”. Jakarta : Erlangga.
- Mardani. Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia. Jakarta: KENCANA.2015.
- Nadya Eka Sari dan Teddy Oswari. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online TokoPedia No.2/Vol 3
- Priansa, D. (2017) Perilaku Konsumen: dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung:Alfabeta
- Raies Ahmad, Rifat Arad and Dr. Altaf., “Customer Attitude and Factors Influencing Users Acceptance of E-Banking in J&K”. International Journal of Business and Management Invention. Vol 2, July, 2013.
- Raman, Arasu dan Viswanathan, A. (2011). Web Services and eShopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue
- Rangkuti, Freddy. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta: PT Gramedia pustaka utama
- Ratnasari dan Aksa (2011) Manajemen Pemasaran Jasa *teori dan kasus* Ciawi-Bogor: Ghalia Indonesia
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Riduwan. (2015). Dasar-Dasar Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Sunarto. (2011). Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.

- Rochaety, Ety, dkk. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopia. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* .
- Tjini, dan Baridwan. (2011). “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan Internet Banking”. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Trivedi, Shrawan Kumar; and Yadav, Mohit. 2020. Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 38 No. 4, pp. 401-415
- Umi Narimawati. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Medi.
- Umar Sidiq & Muhammad Miftachyl Choiri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif diBidang Pendidikan*. Ponorogo: CV.Nata Karya
- Wijana, I. Dewa Putu & Muhammad Rohmadi. 2010. *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka

# LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kisi – kisi Instrumen Penelitian Uji Coba**  
**Tabel Kisi-kisi Instrumen Uji Coba**

No	Variabel	Indikator	No. Pernyataan	Jumlah Pernyataan	Skala
1	Kepuasan Pelanggan	a. Kesesuaian Harapan	1,2	2	Likert
		b. Minat Menggunakan Kembali	3,4,5	3	
		c. Kesiediaan Merekomendasikan	6,7,8	3	
2	Kepercayaan	a. <i>Benevolence</i> (niat baik)	9,10	2	
		b. <i>Integrity</i> ( integritas)	11,12	2	
		c. <i>Competence</i> (kompetensi)	13,14,15	3	
3	Kemudahan	a. Bekerja lebih cepat ( efisiensi waktu)	16,17,18	3	
		b. Kinerja pekerjaan (kemampuan transaksi)	19,20,21	3	
		c. Kemudahan Operasional	22,23	2	
		d. Penggunaan yang Fleksibel	24,25	2	
4	Keamanan	a. Jaminan Keamanan	26,27	2	
		b. Kerahasiaan Data	28,29	2	

**Lampiran 2, Angket Uji Coba****UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS EKONOMI**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Barat, Padang.  
(0751) 445089, Fax (0751) 447369, Email [feunppdg@telkom.net](mailto:feunppdg@telkom.net),  
[feunppdg@yahoo.com](mailto:feunppdg@yahoo.com)

---

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Responden yang terhormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Hamdi  
NIM/BP : 18053120/2018  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo**”. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka penulisan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNP. Oleh karena itu saya bermohon dengan hormat kepada Saudara/i untuk menjawab beberapa pertanyaan pada angket yang telah disediakan. Jawaban Saudara/i diharapkan objektif dan diisi apa adanya.

Berikut ini adalah sejumlah pertanyaan mengenai hal tersebut di atas. Atas perhatian dan bantuan Saudara/i berikan, terlebih dahulu saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Saya,

**Nurul Hamdi**  
**18053120**

**Screening Question:**

- Apakah saudara/i pernah melakukan transaksi di BRILink ?

Ya   Tidak

**IDENTITAS RESPONDEN**

Berikut merupakan karakteristik untuk responden yang ikut serta dalam penelitian ini. Berilah tanda checklist (√) pada setiap pilihan jawaban yang telah disediakan pada identitas responden di bawah ini:

1. Nama :
  2. Umur :
  3. Alamat :
  4. Jenis kelamin : Pria  Wanita
  5. Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa
- PNS
- Wiraswasta
- Ibu Rumah Tangga
- Lainnya

**Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda (√) pada salah satu kolom jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

KS = Kurang Setuju (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

1. **Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Kesesuaian Harapan</b>						
1	Pengiriman uang yang saya lakukan di BRILink tidak pernah gagal					
2	Agen BRILink mampu memberikan pelayanan terbaik kepada saya					
<b>Minat Menggunakan Kembali</b>						
3	Saya sering menggunakan layanan BRILink dalam melakukan transaksi ( tarik tunai, setor tunai dll)					
4	Saya tertarik untuk menggunakan BRILink dimasa yang akan datang					
5	Saya tertarik menggunakan kembali BRILink karena puas akan layanan yang diberikan agen					
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>						
6	Saya berminat untuk merekomendasikan produk dan layanan BRILink kepada orang lain					
7	Saya menceritakan hal baik terkait dengan BRILink kepada orang lain					
8	Saya lebih memilih melakukan transaksi melalui BRILink daripada langsung ke Bank					

2. **Kepercayaan (X<sub>1</sub>)**

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b><i>Benevolence (niat baik)</i></b>						
9	Agen BRILink bersedia untuk melayani kepentingan pelanggan dengan baik					
10	Agen BRILink mampu memenuhi kesepakatan yang telah dibuat bersama pelanggan					
<b><i>Integrity (integritas)</i></b>						
11	Agen BRILink mampu memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dalam setiap transaksi					
12	Agen BRILink mampu menjaga kepercayaan saya dalam menggunakan produk atau layanan					
<b><i>Competence (kompetensi)</i></b>						
13	Agen BRILink memiliki kemampuan untuk menangani transaksi yang saya butuhkan					
14	Kualitas pelayanan yang diberikan agen BRILink sangat baik					
15	Agen BRILink mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada saya					

3. Kemudahan (X<sub>2</sub>)

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Efisiensi Waktu</b>						
16	Menggunakan BRILink dapat menghemat waktu saya karena tidak perlu mengantri di Bank					
17	Jam operasional BRILink lebih lama dibandingkan bank, sehingga dapat memudahkan saya untuk melakukan transaksi					
18	Proses kerja BRILink lebih cepat sehingga pelanggan tidak harus melakukan antrian yang lama					
<b>Kemampuan Melakukan Transaksi</b>						
19	BRILink dapat melakukan segala macam transaksi yang saya butuhkan					
20	Setiap saya melakukan transaksi di BRILink agen tidak melakukan kesalahan berupa salah pengiriman					
<b>Kemudahan Operasional</b>						
21	Saya merasa tidak mengalami kesulitan saat melakukan transaksi di BRILink					
22	Saya tidak perlu membawa buku tabungan setiap ingin melakukan transaksi penarikan di BRILink					
23	Saya tidak perlu mengisi slip setoran saat melakukan transaksi setoran di BRILink					
<b>Penggunaan yang Fleksibel</b>						
24	Saya dapat melakukan transaksi menggunakan BRILink kapan saja					
25	BRILink mudah untuk ditemukan					

4. Keamanan (X<sub>3</sub>)

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Jaminan Keamanan</b>						
26	Saya merasa aman ketika melakukan transaksi menggunakan BRILink					
27	Adanya jaminan keamanan dari agen BRILink bahwa uang yang ditransfer sampai pada tujuan yang tepat					
<b>Kerahasiaan Data</b>						
28	Saya merasa aman memberikan data pribadi karena terlindungi oleh bank					
29	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin ketika melakukan transaksi di BRILink					



**Lampiran 3. Hasil Tabulasi Uji Coba**

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan (X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)									
	1	2	3	4	5	6	7	Σ	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Σ	18	19	20	21	Σ	22	23	24	25	26	27	28	29	Σ
1	4	4	4	3	4	4	3	26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	4	3	4	4	15	3	4	4	4	4	4	3	4	30	
2	3	3	4	4	4	4	4	26	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	41	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	4	33	
3	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	5	5	5	5	20	2	4	4	5	4	4	4	31	
4	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	3	4	30
5	4	4	3	3	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	41	4	2	3	3	12	3	4	4	3	3	4	3	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4	5	5	4	18	4	4	4	4	5	4	4	4	33	
7	4	4	4	4	5	3	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	4	4	14	4	4	4	4	4	4	3	4	31
8	4	4	3	3	4	3	4	25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	4	4	4	4	16	4	5	4	4	5	4	3	4	33	
9	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4	5	3	4	16	3	4	4	5	4	4	4	4	32	
10	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	4	15	4	4	4	3	4	4	4	4	31	
11	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	4	4	31	
12	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	17	3	4	4	4	4	4	4	4	31	
13	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	5	3	4	16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
14	3	3	3	3	3	3	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	5	5	18	5	5	4	4	5	4	4	4	35	
15	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	3	4	4	4	15	5	5	5	5	5	5	4	5	39	
16	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	5	5	4	5	19	4	4	3	4	5	3	3	3	29	
17	4	4	5	3	4	5	4	29	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	42	4	4	4	4	16	2	3	4	5	5	5	4	5	33
18	5	4	5	4	5	5	4	32	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44	5	5	4	3	17	4	4	4	5	5	5	4	5	36	
19	4	4	4	5	4	5	4	30	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	5	4	5	34	
20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	5	5	18	4	4	4	5	5	4	4	4	34	
21	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41	5	3	4	5	17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
22	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43	4	4	4	4	16	3	4	5	5	5	4	4	4	34	
23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41	4	3	3	4	14	4	4	4	5	5	4	4	4	34	
24	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12	2	3	3	4	4	3	3	3	25	

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan (X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)									
	1	2	3	4	5	6	7	Σ	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Σ	18	19	20	21	Σ	22	23	24	25	26	27	28	29	Σ
25	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	3	14	3	4	4	4	3	4	4	4	30
26	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	5	4	18	2	3	4	3	4	4	3	4	27
27	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	4	18	3	3	5	4	4	5	5	5	34
28	4	4	4	5	5	5	5	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	16	3	4	4	4	3	4	5	4	31
29	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45	5	3	4	4	16	4	3	5	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	5	4	33

#### Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Kepuasan Pelanggan ( Y )

###### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	8

###### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.22	28.70	6.631	.505	.769
Y.23	28.23	7.978	.422	.773
Y.24	28.07	7.857	.527	.759
Y.25	28.00	7.655	.470	.766
Y.26	27.93	7.720	.418	.775
Y.27	28.07	7.582	.635	.745
Y.28	28.33	7.678	.442	.771
Y.29	28.07	7.582	.635	.745

##### 2. Kepercayaan ( X<sub>2</sub> )

###### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	7

###### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	23.20	10.648	.884	.935
X1.2	23.23	10.944	.868	.937
X1.3	23.20	10.441	.845	.938
X1.4	23.30	10.493	.754	.947
X1.5	23.10	10.369	.890	.934
X1.6	23.17	10.144	.798	.943
X1.7	23.20	10.993	.779	.944

3. Kemudahan ( $X_2$ )**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.8	37.10	15.541	.832	.941
X2.9	37.03	15.137	.836	.940
X2.10	37.07	15.099	.901	.938
X2.11	37.03	15.206	.817	.941
X2.12	36.90	14.852	.779	.943
X2.13	36.87	15.016	.720	.946
X2.14	37.03	15.137	.836	.940
X2.15	37.10	15.472	.854	.940
X2.16	37.27	15.237	.652	.950
X2.17	37.10	15.610	.684	.947

4. Keamanan ( $X_3$ )**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.18	11.83	2.351	.412	.616
X3.19	12.17	1.799	.426	.633
X3.20	12.00	2.276	.467	.583
X3.21	12.00	2.207	.514	.555

## Lampiran 5. Kisi- kisi Angket Penelitian

No	Variabel	Indikator	No. Pernyataan	Jumlah Pernyataan	Skala
1	Kepuasan Pelanggan	d. Kesesuaian Harapan	1,2	2	Likert
		e. Minat Menggunakan Kembali	3,4,5	3	
		f. Kesiediaan Merekomendasikan	6,7,8	3	
2	Kepercayaan	d. <i>Benevolence</i> (niat baik)	9,10	2	
		e. <i>Integrity</i> ( integritas)	11,12	2	
		f. <i>Competence</i> (kompetensi)	13,14,15	3	
3	Kemudahan	e. Bekerja lebih cepat( efisiensi waktu)	16,17,18	3	
		f. Kinerja pekerjaan(kemampuan transaksi)	19,20,21	3	
		g. Kemudahan Operasional	22,23	2	
		h. Penggunaan yang Fleksibel	24,25	2	
4	Keamanan	c. Jaminan Keamanan	26,27	2	
		d. Kerahasiaan Data	28,29	2	

## Lampiran 6. Angket Penelitian



### UNIVERSITAS NEGERI PADANG FAKULTAS EKONOMI

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Barat, Padang.  
(0751) 445089, Fax (0751) 447369, Email [feunppdg@telkom.net](mailto:feunppdg@telkom.net),  
[feunppdg@yahoo.com](mailto:feunppdg@yahoo.com)

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Responden yang terhormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Hamdi  
NIM/BP : 18053120/2018  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo”**. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka penulisan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNP. Oleh karena itu saya bermohon dengan hormat kepada Saudara/i untuk menjawab beberapa pertanyaan pada angket yang telah disediakan. Jawaban Saudara/i diharapkan objektif dan diisi apa adanya.

Berikut ini adalah sejumlah pertanyaan mengenai hal tersebut di atas. Atas perhatian dan bantuan Saudara/i berikan, terlebih dahulu saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Saya,

**Nurul Hamdi**  
**18053120**

**Screening Question:**

- Apakah saudara/i pernah melakukan transaksi di BRILink ?

Ya   Tidak

**IDENTITAS RESPONDEN**

Berikut merupakan karakteristik untuk responden yang ikut serta dalam penelitian ini. Berilah tanda checklist (√) pada setiap pilihan jawaban yang telah disediakan pada identitas responden di bawah ini:

6. Nama : \_\_\_\_\_
7. Umur : \_\_\_\_\_
8. Alamat : \_\_\_\_\_
9. Jenis kelamin : Pria  Wanita
10. Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa
- PNS
- Wiraswasta
- Ibu Rumah Tangga
- Lainnya

**Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda (√) pada salah satu kolom jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

KS = Kurang Setuju (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

### 1. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Kesesuaian Harapan</b>						
1	Pengiriman uang yang saya lakukan di BRILink tidak pernah gagal					
2	Agen BRILink mampu memberikan pelayanan terbaik kepada saya					
<b>Minat Menggunakan Kembali</b>						
3	Saya sering menggunakan layanan BRILink dalam melakukan transaksi ( tarik tunai, setor tunai dll)					
4	Saya tertarik untuk menggunakan BRILink dimasa yang akan datang					
5	Saya tertarik menggunakan kembali BRILink karena puas akan layanan yang diberikan agen					
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>						
6	Saya berminat untuk merekomendasikan produk dan layanan BRILink kepada orang lain					
7	Saya menceritakan hal baik terkait dengan BRILink kepada orang lain					
8	Saya lebih memilih melakukan transaksi melalui BRILink daripada langsung ke Bank					

### 2. Kepercayaan (X<sub>1</sub>)

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Benevolence (niat baik)</b>						
9	Agen BRILink bersedia untuk melayani kepentingan pelanggan dengan baik					
10	Agen BRILink mampu memenuhi kesepakatan yang telah dibuat bersama pelanggan					
<b>Integrity (integritas)</b>						
11	Agen BRILink mampu memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dalam setiap transaksi					
12	Agen BRILink mampu menjaga kepercayaan saya dalam menggunakan produk atau layanan					
<b>Competence (kompetensi)</b>						
13	Agen BRILink memiliki kemampuan untuk menangani transaksi yang saya butuhkan					
14	Kualitas pelayanan yang diberikan agen BRILink sangat baik					
15	Agen BRILink mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada saya					



### 3. Kemudahan (X<sub>2</sub>)

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Efisiensi Waktu</b>						
16	Menggunakan BRILink dapat menghemat waktu saya karena tidak perlu mengantri di Bank					
17	Jam operasional BRILink lebih lama dibandingkan bank, sehingga dapat memudahkan saya untuk melakukan transaksi					
18	Proses kerja BRILink lebih cepat sehingga pelanggan tidak harus melakukan antrian yang lama					
<b>Kemampuan Melakukan Transaksi</b>						
19	BRILink dapat melakukan segala macam transaksi yang saya butuhkan					
20	Setiap saya melakukan transaksi di BRILink agen tidak melakukan kesalahan berupa salah pengiriman					
<b>Kemudahan Operasional</b>						
21	Saya merasa tidak mengalami kesulitan saat melakukan transaksi di BRILink					
22	Saya tidak perlu membawa buku tabungan setiap ingin melakukan transaksi penarikan di BRILink					
23	Saya tidak perlu mengisi slip setoran saat melakukan transaksi setoran di BRILink					
<b>Penggunaan yang Fleksibel</b>						
24	Saya dapat melakukan transaksi menggunakan BRILink kapan saja					
25	BRILink mudah untuk ditemukan					

### 4. Keamanan (X<sub>3</sub>)

No	Pertanyaan	Kriteria				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Jaminan Keamanan</b>						
26	Saya merasa aman ketika melakukan transaksi menggunakan BRILink					
27	Adanya jaminan keamanan dari agen BRILink bahwa uang yang ditransfer sampai pada tujuan yang tepat					
<b>Kerahasiaan Data</b>						
28	Saya merasa aman memberikan data pribadi karena terlindungi oleh bank					
29	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin ketika melakukan transaksi di BRILink					



No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	Σ	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	Σ	Y.22	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Σ
13	4	5	4	4	3	4	4	28	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	44	4	3	3	4	14	3	4	5	4	4	4	5	3	32
14	4	5	3	5	3	4	4	28	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	43	4	4	4	3	15	4	4	5	4	4	5	5	3	34
15	3	5	3	3	4	5	4	27	3	4	4	3	5	3	5	3	4	5	39	4	3	3	4	14	4	4	5	3	4	4	5	5	34
16	5	4	4	4	5	4	4	30	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	35	4	4	3	4	15	3	4	4	4	4	3	4	4	30
17	4	3	3	5	5	4	4	28	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	37	3	3	4	4	14	4	3	3	4	5	5	5	4	33
18	3	3	4	4	3	4	4	25	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	39	3	4	4	4	15	4	4	3	3	5	4	5	4	32
19	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	4	3	5	3	5	3	4	5	42	3	3	3	3	12	4	4	5	5	5	4	4	5	36
20	4	5	4	5	4	5	5	32	5	5	3	4	3	4	3	3	3	5	38	5	4	3	3	15	5	5	5	5	4	4	5	5	38
21	4	4	4	5	4	4	5	30	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	3	5	16	4	4	4	4	3	3	4	4	30
22	4	5	4	4	5	5	5	32	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	41	4	3	3	4	14	3	4	5	3	4	4	5	3	31
23	4	4	4	5	5	5	5	32	5	5	3	4	3	3	4	5	4	4	40	4	4	3	4	15	4	4	4	5	5	5	4	4	35
24	4	4	4	5	4	4	5	30	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	4	14	4	4	4	5	5	4	4	5	35
2	4	5	4	4	3	4	4	2	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	1	3	4	5	4	4	4	5	3	3	

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	Σ	X3.19	X3.20	X3.21	X3.22	Σ	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Y.30	Σ
5								8												4					6									2
26	4	5	3	5	3	4	4	28	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	43	4	3	4	3	14	4	4	5	4	4	5	5	3	34	
27	3	5	3	3	4	5	4	27	3	4	4	3	5	3	5	3	4	5	39	4	3	4	4	15	4	4	5	3	4	4	5	5	34	
28	5	4	4	4	5	4	4	30	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	35	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	3	4	4	30	
29	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37	4	3	3	4	14	3	4	4	4	4	3	4	4	30	
30	4	5	4	4	5	5	5	32	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	41	4	3	4	4	15	3	4	5	3	4	4	5	3	31	
31	4	4	4	5	5	5	5	32	5	5	3	4	3	3	4	5	4	4	40	4	3	3	4	14	4	4	4	5	5	5	4	4	35	
32	4	4	4	5	4	4	5	30	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	4	15	4	4	4	5	5	4	4	5	35	
33	3	3	4	5	3	4	4	26	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	36	4	3	3	4	14	3	3	3	4	3	3	3	3	25	
34	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
35	3	4	3	4	4	4	3	25	3	3	4	4	3	5	3	5	3	4	37	3	4	3	4	14	4	3	4	3	3	3	4	3	27	
36	4	3	3	5	3	4	4	26	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	38	3	4	4	4	15	4	4	3	3	4	4	3	4	29	
37	4	4	3	4	5	5	5	30	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	39	4	3	3	4	14	3	4	4	3	4	3	4	3	28	

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	Σ	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	Σ	Y.22	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Σ
38	4	5	4	4	5	5	4	31	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	45	4	4	3	4	15	3	4	5	4	4	4	5	4	33
39	4	5	3	3	4	3	3	25	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	44	4	3	3	4	14	3	4	5	4	5	4	5	5	35
40	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	4	4	3	31	
41	5	3	3	4	3	3	3	24	4	3	3	4	5	5	5	4	4	41	4	3	3	4	14	4	5	3	5	4	4	3	4	32	
42	4	3	3	3	3	4	4	24	3	3	3	4	5	5	4	4	3	37	5	3	3	3	14	4	4	3	3	4	3	3	5	29	
43	4	4	4	4	3	4	3	26	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37	4	4	3	4	15	4	4	4	4	3	4	4	3	30	
44	5	5	4	5	4	4	4	31	5	5	4	4	4	4	4	3	4	52	3	3	3	3	12	4	4	5	5	5	4	5	5	37	
45	4	5	4	5	4	5	4	31	5	5	3	4	3	3	3	3	3	37	5	4	3	3	15	5	5	5	5	4	4	5	5	38	
46	4	3	4	4	4	4	4	27	5	5	4	3	3	4	4	3	4	38	3	3	3	4	13	4	4	3	3	4	3	3	3	27	
47	4	4	4	3	5	4	4	28	4	5	4	4	3	4	3	4	4	39	4	4	4	4	16	5	4	4	3	4	4	4	4	32	
48	4	5	4	3	3	4	3	26	5	5	3	5	4	4	4	5	4	44	3	3	3	4	13	4	4	5	4	4	4	5	4	34	
49	4	5	4	4	4	3	4	28	4	4	3	5	4	5	4	4	4	42	4	3	4	4	15	4	4	5	4	4	4	5	4	34	
50	4	3	4	5	5	5	4	33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	33	4	3	4	4	11	4	4	3	4	3	4	3	4	22	

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)												
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	Σ	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	Σ	Y.22	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Σ		
0								0												8					5									9		
51	4	5	3	5	5	4	4	30	5	5	5	3	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	13	4	4	5	4	5	5	5	4	3	6
52	4	5	3	3	3	4	3	25	4	4	5	3	3	4	3	3	5	5	3	9	4	3	3	4	14	4	5	5	4	5	4	5	4	3	6	
53	4	3	3	4	3	4	4	25	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	15	5	4	3	4	4	4	3	5	2		
54	4	4	3	5	4	4	4	28	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	14	3	4	4	3	4	3	4	3	2		
55	4	5	4	5	4	4	4	30	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	8	4	4	3	4	15	3	4	5	4	4	4	5	4	3		
56	4	5	3	3	4	3	4	26	5	5	5	3	3	4	3	4	5	5	4	2	4	3	3	4	14	3	4	5	4	5	4	5	5	3		
57	5	4	4	5	4	5	5	32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	9	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	3		
58	3	4	3	5	4	5	4	28	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	0	3	3	4	4	14	3	3	4	4	3	3	4	3	2		
59	3	3	4	4	3	3	3	23	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	6	3	4	4	4	15	3	3	3	3	5	4	3	3	2		
60	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	6	4	4	3	3	14	4	3	3	4	4	4	3	4	2		
61	5	4	3	4	4	4	4	28	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	4	4	4	3		
62	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	3	4	4	3		

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	Σ	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	Σ	Y.22	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Σ
63	4	4	3	4	4	5	4	28	4	4	4	3	3	3	3	4	4	35	4	3	3	4	14	3	4	4	3	4	3	4	3	28	
64	4	5	4	5	4	5	4	31	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47	4	4	3	4	15	3	4	5	4	4	4	5	4	33	
65	4	5	3	4	5	5	5	31	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	44	4	3	3	4	14	3	4	5	4	5	4	5	5	35
66	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	4	4	3	31	
67	4	4	5	5	5	5	4	32	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40	4	3	3	4	14	3	4	4	3	4	5	4	4	31	
68	4	5	4	4	3	4	3	27	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	3	3	5	4	15	4	4	5	4	5	4	5	5	36	
69	4	4	5	4	5	4	4	30	5	5	4	5	5	4	4	4	5	45	4	4	3	3	14	4	5	4	5	4	5	4	5	36	
70	4	4	4	3	3	3	3	24	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38	4	4	4	3	15	5	5	4	4	4	5	4	4	35	
71	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	4	4	3	3	14	5	5	4	5	5	5	5	4	5	38
72	4	5	4	5	4	5	4	31	5	5	5	5	3	4	4	5	5	46	4	4	3	4	15	3	4	5	4	4	4	5	4	33	
73	4	5	3	4	5	5	5	31	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48	4	3	3	4	14	3	4	5	4	5	4	5	5	35	
74	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	4	4	3	31	
75	3	3	4	4	3	3	4	24	4	4	3	3	4	3	3	4	3	33	4	3	4	4	11	3	3	3	4	4	5	3	4	22	

No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)											
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	Σ	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	Σ	Y.22	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Σ	
5								4												4					5									9	
76	4	5	4	4	5	4	4	30	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	6	4	3	4	4	15	4	4	5	4	4	4	4	5	5	35
77	5	5	4	5	5	4	4	32	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	15	4	3	5	5	4	4	5	5	35	
78	3	4	4	4	4	5	4	28	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	7	3	4	4	5	16	4	4	4	5	5	5	5	4	5	36
79	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
80	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	4	3	4	4	30
81	4	4	3	4	4	5	4	28	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	14	3	4	4	3	4	3	4	3	4	28
82	4	5	4	5	4	5	4	31	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	15	3	4	5	4	4	4	4	5	4	33
83	4	5	3	4	5	5	5	31	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	14	3	4	5	4	5	4	5	5	5	35
84	4	5	4	4	5	4	4	30	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	6	4	3	4	4	15	4	4	5	4	4	4	4	5	5	35
85	5	5	4	5	5	4	4	32	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	15	4	3	5	5	4	4	5	5	5	35
86	3	4	4	4	4	5	4	28	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	7	3	4	4	5	16	4	4	4	5	5	5	5	4	5	36
87	4	3	3	4	4	5	5	28	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	6	3	3	3	3	12	3	4	4	3	4	3	3	3	3	27



No	Kepercayaan (X1)								Kemudahan (X2)										Keamanan(X3)					Kepuasan Pelanggan (Y)										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Σ	X2.8	X2.9	X2.0	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Σ	X3.8	X3.9	X3.0	X3.1	Σ	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Σ	
88	4	4	4	5	5	5	5	32	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	39	3	3	4	3	13	4	3	5	4	5	5	4	4	34
89	3	3	4	3	3	3	3	22	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	36	4	3	4	3	14	4	4	4	4	5	4	3	4	32	
90	5	4	4	4	5	5	5	32	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	3	4	4	5	16	5	3	3	4	5	4	4	4	32	
91	3	5	5	3	3	3	3	25	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	45	4	4	3	4	15	4	4	5	4	5	4	5	5	36	
92	4	3	4	4	5	5	5	30	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	34	3	5	4	5	17	4	4	3	4	5	4	3	5	32	
93	3	4	4	3	4	3	4	25	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	41	4	4	4	5	17	5	4	4	4	4	5	4	4	34	
94	5	3	5	4	5	5	4	31	4	4	3	5	4	5	4	3	3	3	38	3	3	4	5	15	5	5	3	5	4	4	3	5	34	
95	4	4	4	4	5	4	4	29	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	40	3	5	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
96	4	3	3	4	5	4	4	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	4	13	4	4	3	3	3	4	3	4	28	
97	5	3	5	4	4	5	4	30	4	4	3	4	5	5	5	4	3	3	40	3	4	4	4	15	4	5	3	5	4	4	3	5	33	

## Lampiran 8. Dokumentasi

