



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus : Agen Brilink Di Kecamatan Bulakamba)

Kholil Rokhmat

Universitas Muhadi Setiabudi

Akbar Nuur Purnama Dharma Wahana

Universitas Muhadi Setiabudi

Slamet Bambang Riono

Universitas Muhadi Setiabudi

Alamat: Jalan Pangeran Diponegoro No.KM2, Rw. 11, Pesantunan, Kec. Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52212

Korespondensi penulis: kholilrokhmat1@gmail.com

Abstract: *This study was conducted to find out whether there is an influence of service quality, the influence of convenience perception, the influence of customer satisfaction, and the influence of service quality on transaction decisions, and also whether there is an influence of convenience perception and customer satisfaction simultaneously on transaction decisions at BRILink agents in Bulakamba District. The research method used was quantitative with multiple regression data analysis techniques, and the population was the entire community of Bulakamba District as many as 181,758 and a sample of 100 respondents. The results of this study are the significance value (Sig) of the service quality variable of 0.096, the perception of convenience 0.000 and customer satisfaction of 0.000 compared to the test value of 0.05, which means that there is an individual influence between the service quality variables but not significant, the perception of convenience and customer satisfaction significantly on transaction decisions. The F value of the table is 51,128 > out of F calculated 3,936, so the quality of service, perception of convenience and customer satisfaction together have a positive effect on consumer satisfaction. The ability of service quality, perception of convenience and customer satisfaction in influencing purchasing decisions at BRILink agents in Bulakamba District was 60.80%, while the remaining 39.20% was explained by other variables.*

Key words: *Service quality, perceived convenience, consumer satisfaction and transaction decisions.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan, pengaruh persepsi kemudahan, pengaruh kepuasan nasabah, dan pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap keputusan bertransaksi, dan juga apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah secara bersamaan terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRILink di Kecamatan Bulakamba. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis data regresi berganda, dan populasi yaitu seluruh masyarakat Kecamatan Bulakamba sebanyak 181.758 dan sampel sebesar 100 responden. Hasil penelitian ini yaitu nilai signifikansi (Sig) variabel kualitas pelayanan sebesar 0.096, persepsi kemudahan 0,000 dan kepuasan nasabah 0.000 dibandingkan nilai taraf uji 0.05, yang berarti terdapat pengaruh secara individu antara variabel kualitas pelayanan namun tidak signifikan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah secara signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Nilai F tabel sebesar 51.128 > dari F hitung 3,936, maka kualitas pelayanan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah secara bersama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kemampuan dari kualitas layanan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada agen BRILink di Kecamatan Bulakamba sebesar 60,80%, sedangkan sisanya sebesar 39,20% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, kepuasan nasabah dan keputusan bertransaksi

LATAR BELAKANG

Perbankan digital mengacu pada penggunaan teknologi untuk melakukan perbankan transaksi dengan lancar. Oleh karena itu, ini termasuk perbankan online, perbankan elektronik dan mobile banking- istilah yang umum digunakan. Menerima tantangan adalah hal yang luar

biasa yang harus dituju oleh industri, terutama ketika industri tersebut sangat bergantung pada pelanggannya. Salah satu perbankan yang berdiri di Indonesia adalah Bank Rakyat Indonesia atau BRI. BRI juga terlibat pada program pemerintah yaitu Bank Tanpa Kantor atau Branchless Banking, yang dikenal dengan BRILink. Program ini menawarkan produk dan layanan yang mana dalam menjalankan usahanya, memberikan kualitas terbaik, baik melalui layanan perbankan tanpa kantor maupun layanan bank dikantor. Sehingga kepercayaan terhadap bank (konsumen atau nasabah) akan menaik. (Marpaung, Suharjo, and Asnawi 2022).

Tujuan utama BRILink adalah untuk memungkinkan masyarakat umum mengakses suatu layanan dari perbankan dengan tanpa harus mendatangi BRI atau berinteraksi dengan seorang pegawai disana. Sebaliknya, agen dari BRILink harus berurusan dengan biaya dan potensi menaikkan tarif pelanggan. Bagi bisnis BRI, BRILink akan memberikan keuntungan berupa perpanjangan jam kerja dan pengurangan biaya operasional (Marpaung, Suharjo, and Asnawi 2022). Salah satu bank ternama di Indonesia, Bank BRI, juga berupaya memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya hingga akhirnya merasa puas. Strategi utamanya adalah memberikan teknik yang berbeda dalam rangka pemenuhan harapan nasabah melalui peningkatan kualitas. (Arianie and Puspitasari 2017). Tujuannya strategi ini adalah untuk memperkuat loyalitas nasabahnya.

Salah satu keunggulan BRILink adalah memudahkan bank dalam melakukan jenis transaksi tertentu, seperti transfer, cek saldo, dan transaksi serupa lainnya, dengan menggunakan mesin EDC. (Sugiarto 2018). Namun di sisi lain, lemahnya jaringan penyedia pada lokasi tertentu mengakibatkan transaksi menjadi lebih lemah. BRILink dengan segala kehebatannya diharapkan mampu meringankan tekanan terhadap Nasabah yang dapat berdampak negatif pada suku bunga bank dan produk. Menurut industri perbankan, keberhasilan usaha bank sangat ditentukan oleh kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kepuasan nasabah dianggap sebagai faktor kunci keberhasilan dalam pengajuan pinjaman bank.

Persepsi kemudahan adalah pemahaman bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan menguntungkan bisnis. Selain itu, goyahnya landasan perjanjian BRILink juga berdampak negatif terhadap layanan yang disepakati. Jika nasabah masih merasakan hal yang sama terhadap perlakuan yang diterimanya, hal tersebut akan mempengaruhi kemampuannya untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini terjadi jika syarat-syarat yang telah disepakati tidak dipenuhi maka nasabah tidak akan melakukan transaksi.

Proses pengambilan keputusan adalah memilih di antara berbagai alternatif atau pilihan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Proses ini dapat diterapkan pada berbagai situasi, mulai dari pilihan kehidupan sehari-hari hingga keputusan bisnis. Biasanya, pengambilan keputusan yang baik melibatkan pendekatan sistematis untuk mengevaluasi pilihan dan menentukan tindakan terbaik. Jika dibandingkan uraian di atas, berikut ini yang membuat penulis ingin mendalami pokok bahasan lebih jauh dengan menggunakan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan bertransaksi."

KAJIAN TEORITIS

Kualitas pelayanan

Menurut (Ridzwan et al., 2021) Kualitas adalah keadaan dinamis yang mempengaruhi produk, tenaga kerja, manusia, proses, dan lingkungan yang mengurangi atau memperkecil risiko. Pelayanan yang berkualitas dapat diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kecepatan dilayaninya pelanggan. Untuk meningkatkan persepsi pelanggan, penting untuk memberikan layanan berkualitas tinggi, karena pelanggan tidak terbatas pada

persiapan atau penyajian makanan sederhana. Pelayanan adalah pengertian, pengertian, dan simpatik sehingga share hati konsumen dan akhirnya posisinya dalam mind share konsumen juga diperhatikan. Dengan adanya hati dan pikiran yang kuat, maka loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau usaha bisnis tidak akan terganggu. Pelayanan adalah suatu tugas atau manfaat yang dapat diberikan suatu organisasi kepada organisasi lain, yang sekilas tidak berhasil dan tidak serta merta menghasilkan perolehan suatu barang (Marpaung et al., 2022) . Adapun indikator kualitas pelayanan menurut (Ridzwan ,2018) meliputi:

1. *Reliability* (Kehandalan).
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangible* (Nyata)

Presepsi kemudahan

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan terus berkembang, persepsi memainkan peran penting dalam membentuk lintasan perusahaan. Persepsi yang akurat, kemampuan untuk melihat hal-hal sebagaimana adanya, adalah aset yang tak ternilai bagi setiap pemimpin bisnis. Ini memberdayakan mereka untuk membuat keputusan berdasarkan informasi, menavigasi tantangan yang kompleks, dan pada akhirnya mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. Dilihat dari definisi umum bahwa persepsi setiap orang akan berbeda dengan orang lain (Fatimah, 2020). Misalnya saja saat menggunakan aplikasi serupa di smartphome Android. Banyak orang yang berpendapat bahwa aplikasi yang dimaksud sulit digunakan dan membutuhkan banyak waktu untuk membiasakannya. Namun di sisi lain, sebagian orang menilai aplikasi di atas cukup mudah digunakan. Jelaslah bahwa setiap orang mempunyai persepsi yang beda. Konsep kemudahan layanan pada BRILink mengacu pada pemahaman bahwa transaksi bisnis dengan menggunakan layanan BRILink yang mudah dipahami akan berkurang (baik dari segi waktu maupun biaya). Indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Sistem mudah digunakan (*easy to use*)
2. Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
3. Tidak dibutuhkan banyak usaha (*does not require a lot of mental effort*)
4. Mudah mengoperasikan sistem (*easy to get the system to do what he/she wants to do*)

Kepuasan nasabah

Memahami tingkat kepuasan yang dimiliki pelanggan untuk bisnis adalah penting karena membantu memahami apa yang akan perusahaan lakukan dengan benar, serta menunjukkan kepada perusahaan bahwa area bisnis mana yang perlu ditingkatkan untuk memastikan bahwa bisnis selalu dapat memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan yang muncul ketika orang membandingkan pengalaman kerja mereka dengan produk atau hasil yang dievaluasi sehubungan dengan harapan mereka. Persepsi klien dipengaruhi oleh proses pembuatan produk dalam memberikan nilai relatif terhadap Nasabah. Mereka yang benar-benar bahagia akan merekomendasikan produk yang bersangkutan. (Indriyani 2021).

Indikator kepuasan nasabah :

1. Retensi Nasabah,
2. Tingkat Loyalitas Nasabah.
3. Tingkat Rekomendasi.
4. Tingkat Keluhan Pelanggan.

Keputusan bertransaksi

Beberapa pilihan lain harus tersedia bagi setiap orang untuk dipilih ketika melakukan suatu keputusan bertransaksi. Kesiapan untuk melakukan suatu transaksi dapat mempengaruhi bagaimana proses pelaksanaan kesiapan tersebut dilakukan. Pelanggan mempunyai kemampuan untuk mengungkapkan keraguannya ketika menggunakan produk atau layanan (Zuardi 2020). Ketika konsumen ragu-ragu membeli produk atau jasa, ada faktor-faktor yang membuat konsumen cenderung tidak memanfaatkan peluang tersebut. Dimana konsumen yang memenuhi kebutuhannya dengan selalu mengetahui apa yang terjadi dalam hidupnya dan memiliki motivasi yang sangat kuat untuk mencapai tujuannya merupakan awal dari proses pembelian (Hanggara and Nurchasanah 2023).

Menurut (Iskandar, 2022) Indikator-indikator berikut dapat digunakan untuk mengevaluasi keputusan transaksi: Pemilihan Produk, Pemilihan Jenis Transaksi, Pemilihan Tempat Penyalur,Waktu Bertransaksi dan Jumlah Transaksi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling, ialah mencari sampel dengan menerapkan kriteria yaitu : Masyarakat asli yang berkependudukan di wilayah Kecamatan Bulakamba, Brebes, Berusia 15-49 Tahun, Pernah melakukan transaksi pada salah satu cabang BRILink yang ada di wilayah kecamatan Bulakamba. Populasi dalam penelitian adalah 104.732, untuk mendapatkan sampel, maka menggunakan rumus Slovin dengan margin eror/tingkat kesalahan 10% dengan hasil 100 responden.

Data yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah data awal, atau data yang berasal dari skala kuesioner yang peneliti bandingkan dengan tanggapan yang kemudian dianalisis dengan menggunakan software SPSS. Data primer yang diperoleh dari responden yaitu para nasabah yang bertransaksi dengan beberapa agen BRILink di wilayah Bulakamba. Sekunder data dapat diperoleh berbagai sumber untuk melengkapi penelitian ini, yaitu data yang tidak langsung melalui artikel, buku, jurnal, dan media sosial. Dalam penelitian ini, untuk menganalisis data, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan melalui observasi, wawancara dan kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini dengan melakukan uji kualitas seperti uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian melakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser. Selanjutnya peneliti melakukan uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji koefisien determinasi, uji T (parsial) dan uji F (simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

1. Kualitas pelayanan

Uji validitas pada variabel kualitas pelayanan terdiri dari 10 pernyataan dimana pernyataan-pernyataan yang di buat sesuai dengan indikator dari variabel tersebut. Berikut adalah tabel dari hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan:

Tabel 1 uji validitas kualitas pelayanan

Index variabel	Corrected Item-Total Correlation	Nilai r tabel	Ket.
X1.1	.811	0.306	Valid
X1.2	.711	0.306	Valid
X1.3	.757	0.306	Valid
X1.4	.762	0.306	Valid
X1.5	.692	0.306	Valid
X1.6	.724	0.306	Valid
X1.7	.769	0.306	Valid
X1.8	.738	0.306	Valid
X1.9	.748	0.306	Valid
X1.10	.735	0.306	Valid

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki index variabel sejumlah 10 pernyataan dan dapat disimpulkan bahwa dari seluruh index pernyataan variabel kualitas pelayanan semuanya dapat dikatakan valid, karena seluruhnya memiliki nilai r-hitung (Corrected Item-Total Correlation) > nilai r-tabel, berikut nilai r-hitung dari masing-masing pernyataan yaitu; X1.1 (.811), X1.2 (.711), X1.3 (.757), X1.4 (.762), X1.5 (.692), X1.6 (.724), X1.7 (.769), X1.8 (.738), X1.9 (.748), dan X1.10 (.735). seluruh nilai tersebut lebih besar dari nilai r-tabel (0,306), maka seluruh pernyataan valid.

2. Presepsi kemudahan

Tabel 2 uji validitas presepsi kemudahan

Index variabel	Corrected Item-Total Correlation	Nilai r tabel	Ket.
X2.1	.805	0.306	Valid
X2.2	.785	0.306	Valid
X2.3	.733	0.306	Valid
X2.4	.771	0.306	Valid
X2.5	.795	0.306	Valid
X2.6	.718	0.306	Valid
X2.7	.793	0.306	Valid
X2.8	.875	0.306	Valid

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel presepsi kemudahan memiliki index variabel sejumlah 8 pernyataan dan dapat disimpulkan bahwa dari seluruh index pernyataan variabel presepsi kemudahan semuanya dapat dikatakan valid, karena seluruhnya memiliki nilai r-hitung (Corrected Item-Total Correlation) > nilai r-tabel, berikut nilai r-hitung dari masing-masing pernyataan yaitu; X2.1 (.805), X2.2 (.785), X2.3 (.733), X2.4 (.771), X2.5 (.795), X2.6 (.718), X1.7 (.793), dan X2.8 (.875). seluruh nilai tersebut lebih besar dari nilai r-tabel (0,306), maka seluruh pernyataan valid.

3. Kepuasan nasabah

Tabel 3 uji validitas kepuasan nasbah

Index variabel	Corrected Item-Total Correlation	Nilai r tabel	Ket.
X3.1	.881	0.306	Valid
X3.2	.736	0.306	Valid
X3.3	.669	0.306	Valid
X3.4	.693	0.306	Valid
X3.5	.796	0.306	Valid
X3.6	.810	0.306	Valid
X3.7	.827	0.306	Valid
X3.8	.810	0.306	Valid

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki index variabel sejumlah 8 pernyataan dan dapat disimpulkan bahwa dari seluruh index pernyataan variabel kepuasan nasabah semuanya dapat dikatakan valid, karena seluruhnya memiliki nilai r-hitung (Corrected Item-Total Correlation) > nilai r-tabel, berikut nilai r-hitung dari masing-masing pernyataan yaitu; X3.1 (.881), X3.2 (.736), X3.3 (.669), X3.4 (.693), X3.5 (.796), X3.6 (.810), X3.7 (.827), dan X3.8 (.810). seluruh nilai tersebut lebih besar dari nilai r-tabel (0,306), maka seluruh pernyataan valid.

4. Keputusan bertransaksi

Tabel 4 uji validitas keputusan bertransaksi

Index variabel	Corrected Item-Total Correlation	Nilai r tabel	Ket.
Y1.1	.734	0.306	Valid
Y1.2	.773	0.306	Valid
Y1.3	.763	0.306	Valid
Y1.4	.619	0.306	Valid
Y1.5	.720	0.306	Valid
Y1.6	.708	0.306	Valid
Y1.7	.810	0.306	Valid
Y1.8	.738	0.306	Valid
Y1.9	.774	0.306	Valid
Y.10	.787	0.306	Valid

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keputusan bertransaksi memiliki index variabel sejumlah 10 pernyataan dan dapat disimpulkan bahwa dari seluruh index pernyataan variabel keputusan bertransaksi semuanya dapat dikatakan valid, karena seluruhnya memiliki nilai r-hitung (Corrected Item-Total Correlation) > nilai r-tabel, berikut nilai r-hitung dari masing-masing pernyataan yaitu; Y1.1 (.734), Y1.2 (.773), Y1.3 (.763), Y1.4 (.619), Y1.5 (.720), Y1.6 (.708), Y1.7 (.810), Y1.8 (.738), Y1.9 (.774), dan Y1.10 (.787). seluruh nilai tersebut lebih besar dari nilai r-tabel (0,306), maka seluruh pernyataan valid.

Uji reliabilitas

Tabel 5 uji reliabilitas

variabel	Cornbach alpha (α)	Taraf uji	Ket.
Kualitas pelayanan (X1)	.656	0.6	Reliabel
Presepsi kemudahan (X2)	.644	0.6	Reliabel
Kepuasan nasabah (X3)	.810	0.6	Reliabel
Keputusan bertransaksi (Y)	.700	0.6	Reliabel

Dapat dilihat juga bahwa dari keseluruhan variabel baik yang dependen maupun independen memiliki keandalan (reliabel). Hal ini dapat dibuktikan dengan cara membandingkan nilai cornbach alpha masing-masing variabel lebih besar dari taraf uji yaitu, nilai cornbach alpha variabel kualitas pelayanan (X1) = 0,656 > 0,6 nilai taraf uji, presepsi kemudahan (X2) = 0,644 > 0,6 nilai taraf uji, kepuasan nasabah (X3) = 0,810 > 0,6 nilai taraf uji dan variabel independen keputusan bertransaksi (Y) = 0,700 > 0,6 nilai taraf uji, dari hasil tersebut disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki keandalan (reliabel) dan dapat diuji dengan berulang-ulang dengan hasil yang sama.

Uji statistik deskriptif

Tabel 6 uji statistik deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS PELAYANAN	100	10	50	38.90	5.058
PRESEPSI KEMUDAHAN	100	16	40	31.96	3.725
KEPUASAN NASABAH	100	16	39	31.68	3.513
KEPUTUSAN BERTRANSAKSI	100	20	49	40.23	4.426
Valid N (listwise)	100				

Tabel 4.11 uji statistik deskriptif diatas merupakan sebuah gambaran distribusi data pada kuisisioner yang telah diolah melalui SPSS, berikut ini adalah penjelasan dari tabel diatas:

1. Kualitas pelayanan (X1) pada tabel tersebut menunjukkan bahwa data diperoleh dari 100 responden, nilai minimum yang diperoleh dari persebaran kuisisioner dari 1 variabel sebesar 10, sedangkan untuk nilai tertinggi sebesar 50 dimana rata-rata nilainya ialah 38,90 dengan standar deviasi sebesar 5,058
2. Presepsi kemudahan (X2) pada tabel tersebut menunjukkan bahwa data diperoleh dari 100 responden, nilai minimum yang diperoleh dari persebaran kuisisioner dari 1 variabel sebesar 16, sedangkan untuk nilai tertinggi sebesar 40 dimana rata-rata nilainya ialah 31,96 dengan standar deviasi sebesar 3,725
3. Kepuasan nasabah (X3) pada tabel tersebut menunjukkan bahwa data diperoleh dari 100 responden, nilai minimum yang diperoleh dari persebaran kuisisioner dari 1 variabel sebesar 16, sedangkan untuk nilai tertinggi sebesar 39 dimana rata-rata nilainya ialah 31,68 dengan standar deviasi sebesar 3,513
4. Keputusan bertransaksi (Y) pada tabel tersebut menunjukkan bahwa data diperoleh dari 100 responden, nilai minimum yang diperoleh dari persebaran kuisisioner dari 1 variabel sebesar 20, sedangkan untuk nilai tertinggi sebesar 49 dimana rata-rata nilainya ialah 40,23 dengan standar deviasi sebesar 4,426

Uji normalitas

Tabel 7 uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74685281
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.053
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.148 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai dari asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,148, sedangkan taraf uji pada uji normalitas adalah sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusan pengujian ini ialah dengan membandingkan nilai asymp. Sig > taraf uji maka data dikatakan normal. Hasil dari tabel diatas selaras dengan dasar pengambilan keputusan yaitu $0,148 > 0,05$ maka dapat dikatakan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji multikonolieritas

Tabel 8 uji multikonolieritas

Model		Coefficients ^a	
		Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	KUALITAS PELAYANAN	.854	1.170
	PRESEPSI KEMUDAHAN	.529	1.890
	KEPUASAN NASABAH	.548	1.825

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERTRANSAKSI

Tabel 4.13 adalah hasil uji multikonolieritas yang digunakan untuk mengetahui data mengalami gejala multikonolieritas atau tidak. 2 cara untuk melihat gejala tersebut ialah dengan melihat nilai tolerance dan nilai variance inflatio factor (VIF), berikut ini adalah penjelasannya:

1. Variabel kualits pelayanan (X1) tabel menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,854 > 0,10$ nilai taraf uji dan nilai variance infaltio factor (VIF) sebesar $1,170 < 10,0$ maka variabel kualitas pelayanan tidak memiliki gejala multikonolieritas.
2. Variabel presepsi kemudahan (X2) tabel menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,529 > 0,10$ nilai taraf uji dan nilai variance infaltio factor (VIF) sebesar $1,890 < 10,0$ maka variabel presepsi kemudahan tidak memiliki gejala multikonolieritas.
3. Variabel kepuasan nasabah (X3) tabel menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,548 > 0,10$ nilai taraf uji dan nilai variance infaltio factor (VIF) sebesar $1,825 < 10,0$ maka variabel kepuasan nasabah tidak memiliki gejala multikonolieritas

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah seluruh variabel dependen pada penelitian ini tidak mengalami hubungan multikonolieritas dengan variabel independennya.

Uji heteroskedastisitas

Tabel 9 uji heterodkedastisitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.221	1.807		2.337	.022
	KUALITAS PELAYANAN	-.022	.036	-.066	-.602	.549
	PRESEPSI KEMUDAHAN	.034	.062	.077	.552	.583
	KEPUASAN NASABAH	-.072	.065	-.152	-1.103	.273

a. Dependent Variable: ABS_RES

Tabel 4.14 adalah uji multikonolieritas menggunakan uji glejser, tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel indipenden tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dari uji multikonolieritas adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel $> 0,05$ maka dikatakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hasil tabel diatas ialah nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan $0,549 > 0,05$, variabel presepsi kemudahan $0,583 > 0,05$ dan variabel kepuasan nasabah $0,273 > 0,05$ yang merupakan nilai taraf uji, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji analisis regresi linier berganda

Tabel 10 uji analisis regresi linier berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
B	Std. Error	Beta	t			
1	(Constant)	4.536	3.023		1.500	.137
	KUALITAS PELAYANAN	.101	.060	.116	1.990	.096
	PRESEPSI KEMUDAHAN	.382	.104	.322	3.685	.000
	KEPUASAN NASABAH	.615	.109	.482	5.615	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERTRANSAKSI

Tabel 4.15 adalah tabel uji analisis regresi linier berganda, tabel tersebut digunakan untuk mencari tahu persamaan regresi dari variabel yang diteliti. Cara mengetahui persamaan regresinya yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$= 4.536 + 0,101X_1 + 0,382X_2 + 0,615X_3 + e.$$

Persamaan tersebut akan dijelaskan dibawah ini:

1. Nilai konstanta sebesar 4,536 dapat dilihat bahwa nilai tersebut positif, maka nilai konstanta menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah dianggap konstan, maka rata-rata keputusan bertransaksi sebesar 4.536.
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,101 dapat dilihat bahwa nilai tersebut positif, dapat diartikan jika variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan maka akan berpengaruh pada keputusan bertransaksi sebesar 0,101.
3. Nilai koefisien variabel persepsi kemudahan sebesar 0,382 dapat dilihat bahwa nilai tersebut positif, dapat diartikan jika variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan 1 satuan maka akan berpengaruh pada keputusan bertransaksi sebesar 0,382
4. Nilai koefisien variabel kepuasan nasabah sebesar 0,615 dapat dilihat bahwa nilai tersebut positif, dapat diartikan jika variabel kepuasan nasabah mengalami peningkatan 1 satuan maka akan berpengaruh pada keputusan bertransaksi sebesar 0,615.

Uji koefisien determinasi

Tabel 11 uji koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.620	.608	2.790

Tabel 4.16 adalah hasil pengujian koefisien determinasi, tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai dari adjusted R square sebesar 0,608. Nilai ini adalah nilai yang menunjukkan presentase pengaruh dari 3 variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai tersebut dapat dikatakan

tinggi karena pada penelitian ini menggunakan 3 variabel dimana pada uji koefisien determinasi nilai presentase akan semakin tinggi jika variabel independennya banyak.

Nilai adjusted R square sebesar 0,608 maka dapat di presentasikan bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan, presepsi kemudahan dan kepuasan kosnumen berpengaruh sebesar 60,8% terhadap keputusan bertransaksi. Sedangkan sisa dari presentase sebesar 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Uji parial (Uji T)

Tabel 12 uji T (parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.536	3.023		1.500	.137
	KUALITAS PELAYANAN	.101	.060	.116	1.990	.096
	PRESEPSI KEMUDAHAN	.382	.104	.322	3.685	.000
	KEPUASAN NASABAH	.615	.109	.482	5.615	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERTRANSAKSI

Tabel 4.17 adalah hasil pengujian uji t (parsial), tabel tersebut digunakan untuk melihat nilai dari t-hitung dan juga nilai signifikansi. Nilai tersebut digunakan untuk mengetahui bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima atau tidak. hipotesis pada penelitian ini adalah variabel independen berpengaruh secara individu terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah penjabaran dari hasil tabel diatas yaitu:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1), dalam pengujian t (parsial) nilai yang dihitung/dibandingkan adalah nilai t hitung pada tabel dan nilai signifikansi. nilai t-hitung pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1,990 dan nilai signifikansi sebesar 0,96. Sesuai dengan dasar keputusan bahwa nilai t-hitung $1,990 > 1,983$ dan nilai signifikansi $0,096 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi namun tidak signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.
2. Variabel presepsi kemudahan (X2), dalam pengujian t (parsial) nilai yang dihitung/dibandingkan adalah nilai t hitung pada tabel dan nilai signifikansi. nilai t-hitung pada variabel presepsi kemudahan sebesar 3,685 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan dasar keputusan bahwa nilai t-hitung $3,685 > 1,983$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa presepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi secara signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.
3. Variabel kepuasan nasabah (X3), dalam pengujian t (parsial) nilai yang dihitung/dibandingkan adalah nilai t hitung pada tabel dan nilai signifikansi. nilai t-hitung pada variabel kepuasan nasabah sebesar 5,615 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan dasar keputusan bahwa nilai t-hitung $5.615 > 1,983$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi secara signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah seluruh variabel independen memiliki pengaruh secara individu terhadap variabel dependen. 2 variabel memiliki pengaruh yang signifikan yaitu variabel prespsi kemudahan dan kepuasan nasabah serta 1 variabel berpengaruh tidak signifikan

yaitu variabel kualitas pelayanan. Variabel kepuasan nasabah merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar karena nilai t-hitung dan nilai beta lebih besar dari variabel lainnya.

Uji F (Simultan)

Tabel 13 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	1194.238	3	398.079	51.128	.000 ^b
1	Residual	731.884	94	7.786		
	Total	1926.122	97			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERTRANSAKSI
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN, PRESEPSI KEMUDAHAN

Tabel 4.18 adalah hasil pengujian uji f (simultan), tabel tersebut digunakan untuk melihat nilai dari f-hitung dan juga nilai signifikansi. Nilai tersebut digunakan untuk mengetahui bahwa hipotesis ke 4 pada penelitian ini diterima atau tidak. hipotesis pada penelitian ini adalah seluruh variabel independen berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji f (simultan) adalah dengan membandingkan nilai F dan nilai Sig. pada tabel ANOVA diatas.

Tabel hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 51,128 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Maka dapat dikatakan bahwa 3 variabel independen secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dengan perbandingan nilai f-hitung $51,128 > f\text{-tabel } 3,936$ menunjukkan variabel dependen memiliki pengaruh, serta membandingkan nilai signifikansi $0,000 < \text{ taraf uji } 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dari hasil tabel dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke 4 terbukti yaitu variabel independen kualitas pelayanan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi, maka dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen layanan berkualitas sangat penting untuk bisnis apa pun dan memerlukan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan harapan pelanggan. Ini melibatkan pengembangan strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, menjaga kualitas layanan, dan berkomunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan. Hal ini juga melibatkan penciptaan budaya di mana kualitas adalah prioritas dan pengukuran kualitas untuk memastikan bahwa kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, bisnis dapat memastikan bahwa mereka memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan dan tetap kompetitif di pasar saat ini.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah penelitian dilakukan pada agen BRI Link di wilayah kecamatan Bulakamba, dengan menggunakan 100 orang sebagai responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan pengujian data menggunakan analisis uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis. Berikut ini adalah kesimpulan dari pengujian tersebut:

1. Hipotesis pertama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRI Link di kecamatan Bulakamba, diterima. Karena nilai dari t-hitung $1,990 > 1,983$ t-tabel namun untuk nilai signifikansi $0,096 > 0,05$ taraf uji, maka dikatakan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

2. Hipotesis kedua yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRI Link di kecamatan Bulakamba, diterima. Karena nilai dari t-hitung $3,685 > 1,983$ t-tabel, serta untuk nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ taraf uji, maka dikatakan berpengaruh positif secara signifikan.
3. Hipotesis ketiga yaitu kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRI Link di kecamatan Bulakamba, diterima. Karena nilai dari t-hitung $5,615 > 1,983$ t-tabel, serta untuk nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ taraf uji, maka dikatakan berpengaruh positif secara signifikan.
4. Hipotesis keempat yaitu kualitas pelayanan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah secara bersama berpengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRI Link di kecamatan Bulakamba, diterima. Karena nilai dari f-hitung $51,128 > 3,936$ t-tabel, serta untuk nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ taraf uji, maka dikatakan berpengaruh positif secara signifikan.

Nilai presentase dari pengaruh kualitas pelayanan, persepsi kemudahan dan kepuasan nasabah terhadap keputusan bertransaksi adalah 60,80 % sedangkan untuk sisanya 39,20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Agus Prianto. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Peace Racing Design." Manajemen Bisnis.
- Alwie, Rahayu Deny Danar dan Alvi Furwanti, Adi Bagus Prasetyo, Roni Andespa, Politeknik Negeri Lhokseumawe, And Kata Pengantar. (2020). "Analisis Kepuasan Konsumen di Cafe Chef Bob dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Gap Analisis." Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 2012 (1): 41–49.
- Ali & Husein. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka di Kota Malang). *jimfeb.ub.ac.id* Vol 5, No 2
- Anwar, R. S., Ikhwan, S., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kedai Kopi He Kafei). *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 88-95.
- Arianie, Ganesstri Padma, and Nia Budi Puspitasari. (2017). "Perencanaan Manajemen Proyek dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektifitas Sumber Daya Perusahaan (Studi Kasus : Qiscus Pte Ltd)." *Jurnal Teknik Industri* 12 (3): 189. <https://doi.org/10.14710/jati.12.3.189-196>.
- Fatimah, Dewi. 2020. "Pengaruh Persepsi Produk dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Indomie Sedap Goreng pada Mahasiswa STIEM Bongaya Makassar." 15 (1): 21–38.
- Ghozali. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aswaja Pressindo.
- Hanggara, Hananta Nur, And Yenny Nurchasanah. (2023). "Implementasi Building Information Modeling (Bim) dalam Analisis Struktur menggunakan Autodesk Robot Structural Analysis Professional untuk mengoptimalkan Value Engineering." Seminar Nasional Teknik Sipil 2023 Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta, 693–98.
- Ifansyah, Noor. (2020). Analisis Berwujud (Tangible), Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsibility), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy) (Pelayanan Satu Pintu) terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Polres Hulu Sungai Tengah (HST) Kalimantan Selatan. 221 *Kindai*, Vol 16, Nomor 2, Halaman 220-238

- Ikhwan, S., Syaifulloh, M., & Setiadi, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix, Kualitas Pelayanan dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Produk Piston. *Journal Of Economics and Management (Jecma)*, 1(1), 72-82.
- Indriyani, Lilis. (2021). “Pengaruh Minat, Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat terhadap Loyalitas Konsumen Bertransaksi di Agen BRILink Palu Barat” 01: 1–110.
- Iskandar, Hari. (2022). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong.” *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* 4 (2): 75–89. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43909>.
- Istifana, L., Ikhwan, S., Syaifulloh, M., Pdw, A. N., & Sucipto, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Mebel Sinar Jaya, Losari, Brebes. *Journal of Economics And Management (Jecma)*, 1(1), 33-40.
- Manalu, Leonardo. (2020). “Hubungan Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Grab) dengan Kepuasan Pelanggan Mahasiswa / I Fakultas Psikologi Stambuk 2017 Universitas Medan Area Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi Universi.”
- Maula, N. M., Ikhwan, S., & Fitalisma, G. (2022). Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan Hijab Pada Alifah Griya Muslimah. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5077-5086.
- Marpaung, Jenny Emile Paulina, Budi Suharjo, And Yudha Heryawan Asnawi. (2022). “Pengaruh Kualitas Layanan Petugas Agen BRILink (Pab) terhadap Loyalitas Agen BRILink.” *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 8 (1): 144–58. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.144>.
- Muiszudin, dan Sista. (2017). “Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di Pt.Arwana Internusa Tour Pontianak.” *Jurnal Manajemen Motivasi* 12 (1): 626. <https://doi.org/10.29406/jmm.v12i1.432>.
- Mursyidah, Desta Sulaesih. (2022). “Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Showroom X Kota Bandung.” *Mbia* 20 (3): 222–34. <https://doi.org/10.33557/Mbia.V20i3.1569>.
- Nindya Amita Linggar, (2022). “Analisis Persepsi dan Respon Masyarakat terhadap Layanan BRILink di Desa Selat Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat.” No. 8.5.2017: 2003–5.
- Nita Yulianti, Ni Luh Putu, And Jacobus Rico Kuntag. 2023. “Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Sikap Penggunaan, dan Minat Perilaku Penggunaan Billing System di Kpp Pratama Denpasar Timur.” *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2 (1): 105–16. <https://doi.org/10.58344/Jmi.V2i1.148>.
- Paturusi, Gina Puspita. 2023. “Kasus Desa Babang Kecamatan Larompong Selatan) Menggunakan Layanan BRI Link (Studi Kasus Desa Babang Kecamatan Larompong Selatan).”
- Ridzwan, Mochamad, Ika Purwanti, And Arian Yusuf Wicaksono. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik).” *Melati : Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi* 37 (1): 57–67.
- Setiadi, R., Setyowati, R., Iskandar, K., Syaifulloh, M., Abadiyah, A., Yulianto, A., & Ikhwan, S. (2022). The Effect Of Perceived Price And Service Quality On Consumer Satisfaction Of Healthy Baby Food Counters. *Food Science And Technology (United States)*, 10(2), 17-22.
- Setiawan, Heri. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Nasabah

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus : Agen Brilink Di Kecamatan Bulakamba)

- terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Motivasi* 2(2), 207-229, 2019.
- Setyarko, Yugi. 2018. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online." *Ekonomika dan Manajemen*, Issn: 2252-6226 5 (2): 128-47.
- Siti Amelia. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo."
- Sugiarto. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus Pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik)," 4 (1): 1-23.
- Sugiyono. 2017a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- . 2017b. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wijarnoko, Koko. 2016. "Analisis Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Pembelian Abon Sapi Gloria (Studi Kasus pada Masyarakat Boyolali)," 2-3.
- Zuardi, M Hanafi. 2020. "Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan BRILink." *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 8 (1): 93. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v8i1.1910>.
- Zuchri Abdussamad. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.