

**PENGARUH LAYANAN BRILINK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK
DI KECAMATAN DANAU KERINCI BARAT**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SONIL TRIO AMBARA

2010401033

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN KERINCI

2024/1445 H

**PENGARUH LAYANAN BRILINK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK
DI KECAMATAN DANAU KERINCI BARAT**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

DISUSUN OLEH :

SONIL TRIO AMBARA

2010401033

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI**

TAHUN 2024 M/1445 H

Dafiar Syarif, M.E


Sungai Penuh,

2025

DOSEN INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) KERINCI

Kepada Yth :

Dr. Yuserizal Bustami, M.A Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam (IAIN) Kerinci

AGENDA	
NOMOR :	13
TANGGAL :	9 Okt 2025
PARAF :	

di-

Sungai Penuh

NOTA DINAS

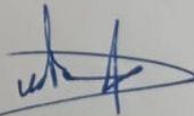
Assalamu 'alaikum, Wr, Wb.

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **SONIL TRIO AMBARA, NIM : 2010401033** yang berjudul **"PENGARUH PRODUK BRILINK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK DI KECAMATAN DANAU KERINCI BARAT"**. Telah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan skripsi ini, kiranya dapat diterima dengan baik.

Demikianlah, kami ucapkan terima kasih semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

Wassalamualikum, Wr, Wb.

Pembimbing



Dafiar Syarif, M.E

NIP: 198908262020121009



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KERINCI

Jln. Pelita IV Sungai Penuh telp. (0748) 21065 Fax. (0748) 22114

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari Kamis Tanggal 16 Oktober 2025 dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh, Oktober 2025

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ketua Sidang / Pembimbing

Daffar Syarif, M.E

NIP. 198908262020121009

Penguji I

Dr. N. Eka Putra, SH, M.PdI

NIP. 196412252000031007

Penguji II

Alek Wisnalam Bustami M.E.Sy

NIP. 199006022019031014

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SONIL TRIO AMBARA**

NIM : 2010401033

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Alamat : Punai Merindu, kecamatan Danau Kerinci Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN BRILINK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK DI KECAMATAN DANAU KERINCI BARAT”**. Karya tulis ini murni gagasan dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidak benaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Kerinci, 2025

Yang menyatakan



SONIL TRIO AMBARA
NIM. 2010401033

PERSEMBAHAN DAN MOTO

PERSEMBAHAN

Dengan iringan doa dan rasa syukurku yang teramat besar skripsi ini ku persembahkan kepada:

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Sorbahari dan Ibu Mardina, yang telah mendukung pendidikan ku hingga saat ini, yang selalu memberikan ku semangat semoga Allah SWT memberikan kesehatan kepada ibu dan ayah (*Aamiin*)
- ❖ Keluarga tercinta , terimakasih dukungan dan saran kalian selama ini semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
- ❖ Teman-teman satu almamater di IAIN Kerinci angkatan 2020 yang telah berjuang sama-sama dalam suka dan duka dalam penyelesaian studi ini.

MOTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (Al-Mulk/67:15)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

KATA PENGANTAR

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ الْمَلِكِ الْحَقِّ الْمُبِينِ، الَّذِي حَبَّأَنَا بِالْإِيمَانِ وَالْيَقِينِ. اَللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ، خَاتَمِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ الطَّيِّبِينَ، وَأَصْحَابِهِ الْأَخْيَارِ أَجْمَعِينَ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga saja senantiasa terlimpahkan buat Nabi besar Muhammad Saw, yang telah bersusah payah memperjuangkan Islam, sehingga pada saat sekarang ini kita dapat merasakan betapa manis dan indahny iman dan islam.

Skripsi ini di susun dengan tujuan melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah Sekaligus sebagai perwujudan dan akhir perjuangan penulis dalam menyelesaikan perkuliahan S.1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala, namun semua kendala tersebut dapat teratasi berkat bimbingan, dan arahan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan

penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, M.SI., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
2. Bapak Dr. Faizin, S.Ag. M.Ag Wakil Rektor I, Bapak Prof. Dr. Ahmad Jamin, S.Ag. S.IP. M.Ag Wakil Rektor II, dan Bapak Dr. Halil Khusairi, M.Ag., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

3. Bapak Dr. Yuserizal, M.A., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
4. Ibu Dr. Zufriani, M.HI., M.A Wakil Dekan I, Bapak Aridem Vintoni, M.Pd., Wakil Dekan II, dan Ibu Syamsarina, Lc, M.A., Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
5. Bapak Zul Ihsan Mu'arif, M.E Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
6. Bapak Rian Rafiska, M.Kom sebagai Penasehat Akademik yang selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
7. Bapak Dafiari Syarif, M.E sebagai Pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis, baik dalam penyusunan skripsi maupun pada masa perkuliahan.
9. Pihak perpustakaan dan seluruh staf akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

10. Teman-teman angkatan 2020 Jurusan perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Binis Islam yang telah bersama-sama berjuang.

11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dan membantu dalam mewujudkan karya ilmiah ini.

Hanya ucapan terima kasih yang mampu penulis persembahkan, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memberi rahmat kepada kita semua. Demikian pula skripsi ini, semoga bermanfaat bagi insan pendidikan dalam meniti karir maupun melaksanakan tugas sebagai mahasiswa. Akhirnya, semoga apa yang kita lakukan mendapat ridha Allah SWT.

Kerinci, April 2025
penulis

Sonil Trio Ambara

NIM. 2010401033

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Layanan Brilink dan Kualitas Pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink khususnya di kecamatan danau kerinci barat. BRILink merupakan perluasan layanan BRI untuk menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online menggunakan fitur EDC (*Elektronik Data Capture*) mini ATM BRI dan smartphone atau tablet berbasis android (*BRILink Mobile*) dengan konsep *sharing fee*. Produk yang disediakan di brilink dan layanannya ada beragam, di antaranya produk bernama *lakupandai* dan *mini atm bri*.

Metode penelitian yang penulis gunakan merupakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan di ukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang di teliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan tehnik Probability Sampling. Menurut Sugiono *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan pada hasil pembahasan dan analisis data ditemukan bahwa Produk BRI Link dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap pendapatan agen.

Kata kunci: Agen BRILink, Kualitas Pelayanan, pendapatan, ATM

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of BRILink products and service quality on BRILink agent income, especially in sub-districts danau kerinci barat. BRILink is an expansion of BRI services to establish cooperation with BRI customers as agents who can serve banking transactions for the community in real time online using the EDC (Electronic Data Capture) feature of BRI mini ATMs and Android-based smartphones or tablets (BRILink Mobile) with the concept of sharing fees. The products provided at brilink and its services are diverse, including products called lakupandai and mini atm bri.

The research method used by the author is a quantitative method. Quantitative research is a research method based on positivistic (concrete data), research data in the form of numbers that will be measured using statistics as a calculation test tool, related to the problem being studied to produce a conclusion. In sampling, the researcher used the Probability Sampling technique. According to Sugiono, Probability Sampling is a sampling technique that provides equal opportunities or chances for each element or member of the population to be selected as a sample. Based on the results of the discussion and data analysis, it was found that BRI Link Products and Service Quality have a positive effect on agent income.

Keywords: BRILink agen, service quality, income, ATM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL	
NOTA DINAS	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Grend Teori	9
2.1.1 BRilink	9
2.1.2 Tinjauan LAYANAN BRILINK.....	10
2.1.3 Tinjauan KUALITAS PELAYANAN	11
2.1.4 Tinjauan Tentang Pendapatan	11
2.2 Minat Nasabah Terhadap BRilink.....	12
2.2.1 Definisi Minat Nasabah.....	12
2.2.2 Konsep Minat Nasabah Dalam Islam.....	13

2.2.3 Indikator Minat Nasabah.....	14
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah	15
2.3 Penelitian Relevan.....	27
2.4 Kerangka Konseptual	30
2.5 Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	33
3.3. Defenisi Operasional Variabel	34
3.4 Populasi Dan Sampel	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.7 Uji Validitas Riebilas Instrumen.....	39
3.7.1 Uji Validitas Kegunaan.....	39
3.7.2 Uji Rehabilitas.....	40
3.8 Uji Asumsi klasik.....	41
3.8.1 Uji Normalitas.....	42
3.8.2 Uji Heteroskidastisitas	43
3.8.3 Uji Multikolinearitas	44

3.9 Teknik Analisis Data.....	45
3.9.1 Analisis Deskriptif	46
3.9.2 Regresi Linear Berganda.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Analisis Deskriptif	57
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	57
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	59
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
1. Hasil Uji Normalitas	61
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
3. Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
3.2.4 Hasil Analisi Regresi Liner Berganda.....	63
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	65
1. Hasil Uji t (parsial).....	65
2. Hasil uji F (Simultan).....	67
3. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	69
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 kesimpulan.....	73
5.2 saran.....	73
5.3 Keterbatasan penelitian.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relepan.....	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan umur.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Produk BRI Link (X1).....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel KUALITAS PELAYANAN (X2)	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Y).....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Berganda.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 39



DAFTAR LAMPIRANN

Lampiran Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran Jawaban Responden.....	II
Lampiran Dokumentasi Penelitian.....	III



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

BRILink merupakan perluasan layanan BRI untuk menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online menggunakan fitur EDC (*Electronic Data Capture*) mini ATM BRI dan smartphone atau tablet berbasis android (*BRILink Mobile*) dengan konsep *sharing fee*. (Suyanti, 2021)

Kehadiran Agen BRILink sangat membantu masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan sesuai kebutuhan. Selain itu, BANK BRI juga mengajak nasabahnya untuk menjadi Agen BRILink, sehingga dapat melayani transaksi perbankan kepada masyarakat seperti layaknya datang ke bank maupun mesin ATM. Kemudahan yang ditawarkan oleh BRILink kepada masyarakat menimbulkan suatu permasalahan tersendiri dalam penetapan tarif pada tingkat agen, dimana agen BRILink yang memiliki keseragaman tarif pada transaksi nasabahnya.

Produk yang disediakan di brilink dan layanannya ada beragam, di antaranya produk bernama *lakupandai* dan *mini atm bri*. Untuk produk *lakupandai* layanan yang disediakan adalah: Kegiatan menyediakan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor. sedangkan untuk produk *mini atm bri* layanannya: *Electronic Data Capture* (EDC) yang digunakan untuk melakukan transaksi keuangan non tunai sebagaimana halnya transaksi keuangan non tunai yang disediakan di ATM. (Pebriana, A. 2020).

Fasilitas-fasilitas yang disediakan dari layanan-layanan di atas juga beragam, di antaranya: Setoran Uang, Tarik Tunai, Isi Ulang Pulsa, Belanja Merchant, Setoran Pinjaman, Setoran Simpanan, Tarik Tunai, Registrasi Mobile

Banking, Registrasi Internet Banking, Informasi Rekening, Transfer, Pembayaran dan lain sebagainya.

Dengan adanya agen BRILink tentu dapat memudahkan nasabah yang mengalami kesulitan untuk mengakses kantor BRI melalui agen BRILink, Biaya transaksi yang dikenakan oleh bank pada menu mesin EDC BRILink yaitu seperti transfer sesama BRI Rp 3.000 - Rp 5000 Transfer antar Bank Rp 15.000 dan Pembayaran PLN/ Telkom Rp 3.000 - Rp 5000 dll. Jenis-jenis transaksi tersebut adalah yang terdapat pada menu mini ATM. Selain biaya transaksi nasabah juga masih dikenakan biaya agen atau upah yang diberikan untuk agen BRILink (Siti Zainah, 2019).

Adapun agen BRILink Dalam konsep dasar hukum islam dijelaskan bahwa muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan karena kurang jelasnya dalam pengambilan biaya transfer dari para agen kepada nasabah. (Suryani & Berutu 2022).

Dari beberapa layanan di atas hukumnya beragam, ada yang dilarang, ada yang diperbolehkan. Untuk layanan jasa transfer, pembayaran listrik, air, pembayaran belanja, pulsa, insya Allah yang demikian diperbolehkan, karena sifatnya adalah konsumen membeli jasa layanan, dan lebih yang diberikan sifatnya adalah ujroh/biaya jasa. Adapun layanan yang lain seperti setoran pinjaman, setoran uang simpanan, maka yang demikian ini tidak diperbolehkan, karena kita tahu bahwa pinjaman yang diambil dari bank konvensional, sebagaimana simpanan uang di bank konvensional adalah akad-akad yang sifatnya ribawi, alias akad qardh yang mengambil kemanfaatan, ada pemberian bunga atau pembebanan bunga kepada pihak peminjam. (Sulisti, 2023).

Dan ini sesuatu yang terlarang. Jika ini terlarang, maka kita tidak boleh menjadi pihak yang menjadi wasilah/perantara terhadap perkara yang haram. Dalam kaidah fiqh dikatakan:

المَقَاصِدِ أَحْكَامُ لَهَا الْوَسِيلَةُ

“Hukum Wasilah Tergantung Pada Tujuan-Tujuannya”

Jika tujuan amalannya haram, maka perantaranya pun juga haram.

Menurut kajian bisnis islam, sebagai pelaku bisnis agen BRILink ada beberapa hal yang harus kita ketahui dalam berbisnis mencari keuntungan/harta yang halal, berdasarkan firman Allah SWT dalam Q.S. an-Nisa/4:29

أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِّنْكُمْ ضَرًّا عَن تَجَرَّةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا ءَامِنُوا الَّذِينَ بَيْنَهُمَا رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ

Terjemahnya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamanya dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (Q.S. an-Nisa/4:29)5*

Dari ayat tersebut dapat kita ambil pelajaran bahwa allah melarang untuk mendapat kekayaan dengan unsur zalim kepada orang lain. Contoh dari tindakan memperoleh harta secara batil, yaitu seperti mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, hingga suap-menyuap.

Dan juga pada ayat tersebut menjelaskan tentang, manusia diperbolehkan melakukan perniagaan/berbisnis yang halal, yang berlaku secara suka sama suka. Tetapi, jangan sampai kegiatan itu berujung menjerumuskan diri karena melanggar perintah-perintah Allah swt.

Untuk wilayah tanjung pauh mudik sendiri terdapat 1 agen yaitu agen BRILink Bettaria yang ada di pinggir jalan raya, adapun hasil survey nasabah pada agen BRILink Bettaria desa tanjung pauh mudik sebagai berikut .

Di satu desa yang jaraknya cukup dekat antar agen BRILink, biaya transfer yang dikenakan berbeda satu sama lain. Terjadi perbedaan biaya tarif agen antara satu dengan lainnya. Menurut penjelasan dari warga Tanjung Pauh Mudik

Setempat, Pada agen BRILink 1 ketika mereka mentransfer uang Rp 100.000 hingga Rp 1.000.000 maka biaya tambahan yang harus dikeluarkan adalah Rp 5.000 namun agen BRILink yang jaraknya cukup dekat dengan agen BRILink dikenakan tarif sebesar sebesar Rp 3.000 - Rp 5000 lebih besar biayanya jika lebih banyak nominalnya

agen BRILink Bettaria melayani seluruh kebutuhan masyarakat, umumnya yang berada di desa tanjung pauh mudik sehingga masyarakat mudah untuk melakukan transaksi seperti :

- 1) Transfer ke Sesama BRI
- 2) Transfer BRI ke Bank Lain.
- 3) Transfer Bank Lain ke BRI.
- 4) Setor dan Tarik Tunai.
- 5) Bayar Listrik.
- 6) Bayar Belanja Online.
- 7) Beli Pulsa.
- 8) Setoran Pinjaman.

Berdasarkan kondisi lapangan, sektor mikro sangat jarang bersentuhan dengan Lembaga keuangan. Maka dari itu peran agen BRILink sangat dibutuhkan untuk meningkatkan literasi keuangan, untuk mempermudah masyarakat melakukan transaksi. (Auliya, 2022).

Hal ini menunjukkan peran agen BRILink bettaria dalam memfasilitasi kelancaran transaksi perekonomian masyarakat desa tanjung pauh mudik sangat membantu masyarakat dalam proses transaksi khususnya. Peran agen ini merupakan harapan yang sangat besar bagi masyarakat yang kurang mengerti proses transaksi melalui bank secara langsung, seperti halnya melakukan berbagai macam transaksi mulai dari tarik tunai, setoran tunai, transfer, pembayaran BPJS, voucher listrik, dan lain-

lain. Rata-rata masyarakat tidak ingin direpotkan atau ambil pusing mengenai proses transaksi jadi semua diserahkan kepada agen BRILink yang sudah menjadi peranannya sebagai agen membantu meningkatkan proses kelancaran transaksi masyarakat di desa tanjung pauh mudik.

Bank yaitu salah satu mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan masyarakat sehari-hari. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengirim uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan. Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang 2 kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. (Kasmir, 2018). Salah satu contoh Bank yang aktif di Indonesia adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) atau yang disingkat dengan BRI adalah salah satu lembaga keuangan yang memiliki mayoritas nasabah terbanyak di negara Indonesia. BRI juga memiliki berbagai macam produk keunggulan yang sudah dikenal banyak khalayak. Melalui produk yang ditawarkan, mulai dari jasa hingga produk yang diharapkan mampu menjadi wadah pembantu bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan keuangan namun ingin memiliki usaha.

Dunia bisnis, merupakan dunia yang paling ramai dibicarakan diberbagai forum, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Ramainya pembicaraan tersebut disebabkan tolak ukur kemajuan suatu negara adalah dari kemajuan ekonominya dan tulang punggung dari kemajuan ekonomi adalah dunia bisnis.

Perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis terdiri dari berbagai perusahaan yaitu mulai usaha perdagangan, industri, pertanian, manufaktur, peternakan keuangan dan lain-lain. tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan maksimal dan menciptakan kesempatan kerja. (Putra Hrp & Saraswati, 2020), Bank yaitu salah satu mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan masyarakat sehari-hari.

Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengirim uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan.

Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. (Kasmir 2018). Salah satu contoh Bank yang aktif di Indonesia adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) atau yang disingkat dengan BRI.

Dimasa milenial sekarang ini banyak sistem keuangan relatif sangat penting. Lembaga keuangan memiliki peran penting dalam menyokong perekonomian negara agar suatu kegiatan yang berkaitan dapat berjalan dengan baik. Lembaga keuangan adalah suatu wadah atau tempat yang mempunyai kekayaan berupa aktiva (*Financial Assets*), kekayaan seperti aktiva dapat difungsikan dalam melaksanakan bisnis di bagian jasa pendanaan, seperti kesiapan modal dalam mendukung bisnis yang kreatif dan bisnis yang berkaitan dengan kebutuhan konsumtif, maupun jasa keuangan bukan.

BRI yaitu salah satu Lembaga keuangan milik negara terbesar yang ada di NKRI. Saat ini Bank BRI mempunyai tempat pelayanan hampir disetiap wilayah tertentu yang ada di Indonesia. Ketika abad selepas kemenangan Republik Indonesia, berlandaskan hukum negara yang sesuai dengan No.1 Tahun 1946 Pasal 1 disampaikan Bank Rakyat Indonesia merupakan lembaga keuangan negara perdana yang ada di Nusantara. Bank Rakyat Indonesia dari masa ke masa menciptakan produk-produk baru guna memajukan loyalitas pelanggan kepada pemerintah. BRILink merupakan ekspansi dari suatu layanan Bank Rakyat Indonesia yang mana Bank Rakyat Indonesia berkolaborasi bersama pelanggan Bank Rakyat Indonesia seperti biro yang mampu memberikan sebuah layanan yang sesuai dengan transaksi perbankan bagi rakyat umum secara pelayanan yang pasti dengan memakai fitur EDC (*Electronic Data Capture*) mini ATM Bank

Rakyat Indonesia berdasarkan konsep biaya berbagi atau biasa disebut dengan *sharing fee*. (Suyanti, 2021).

Berdasarkan kebijakan yang disusun oleh Otoritas Jasa Keuangan No. 19/POJK.3/2014 BRILink ialah aktivitas perbankan atau layanan keuangan yang menyajikan sebuah layanan yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor sehingga perlu didukung dengan aplikasi alat teknologi informasi yang ada dan dijalankan melakukan kerja sama dengan orang lain.

Pelayanan jasa adalah produk jasa BRILink yang diperuntukkan untuk para pelanggan sehingga mampu mencukupi tingkat kebutuhannya.

Agen BRILink memasarkan hasil jasa yang dimilikinya agar bisa digunakan untuk menyajikan sebuah layanan yang baik untuk para pelanggan yang membutuhkannya. Dengan menyajikan sebuah servis yang baik kepada pelanggan akan meningkatkan penghasilan para agen BRILink.

Penghasilan yang diberikan itu berawal dari hasil jasa berdasarkan pendapatan berbasis gratis atau biasa disebut dengan *free based income*. BRILink memiliki manfaat bagi masyarakat, dengan adanya layanan keuangan tersebut masyarakat tidak perlu mengantri berjam-jam di ATM atau pun di kantor cabang. Namun layanan BRILink ini memiliki kelemahan dalam segi transaksinya karena transaksi ini menggunakan layanan operasi jaringan kadang kala mengalami gangguan sehingga terjadi kegagalan dalam transaksinya. Selain itu semakin ketatnya persaingan antara agen, sehingga membuat agen BRILink berlomba-lomba menyajikan sebuah pelayanan jasa yang ideal karena dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. (Ismail, 2011).

Dalam penggunaannya, BRILink memiliki dampak negatif yang sangat signifikan bagi agen BRILink itu sendiri (Simulasikredit, 2019) yaitu :

1. Setiap calon agen BRILink yang mendapatkan alat EDC sebagai alat transaksi usaha diharuskan menyiapkan uang sebanyak 3 juta rupiah. Kemudian dana tersebut dibekukan sebagai bentuk jaminan penggunaan

alat EDC tersebut. Dana tersebut akan ditahan lalu dapat dicairkan pada saat bersangkutan sudah tidak menjadi seorang agen lagi.

2. BRILink pada dasarnya serupa dengan bisnis yang lain yang membutuhkan modal utama untuk menjalankan bisnis tersebut. Kemudian Bank BRI hanya menyerahkan mesin EDC.
3. Pada dasarnya BRI menetapkan pencapaian sebuah transaksi dengan kurun waktu yang telah ditentukan. BRI menetapkan target transaksi untuk setiap agen BRILink minimal 200 transaksi perbulannya. Apabila kurang dari target transaksi yang ditentukan maka akan diberlakukan penalty. Pinalty tersebut berlaku setelah melewati masa tenggang selama 6 bulan.

Setiap usaha memerlukan strategi dalam mencapai tujuannya dengan cara memperhatikan perkembangan-perkembangan yang terjadi disekililingnya baik dari segi internal maupun dari eksternal. Strategi pemasaran yang efektif adalah salah satu sumber kesuksesan dalam mencapai suatu tujuan tersebut. BRILink juga mampu memberikan kontribusi yang cukup kuat untuk perkembangan UMKM itu sendiri sehingga perekonomian suatu daerah dapat teralisasi dan mengurangi tingkat pengangguran. Dengan berkembangnya BRILink memberikan jiwa semangat wirausaha untuk memaksimalkan laba dengan transaksi-transaksi yang berjalan.

Dalam setiap transaksi pembayaran di agen BRILink akan dikenakan tarif pembayaran sesuai dengan transaksi yang kita lakukan dan minimal

yang relatif kecil tarif pembayaran dalam transaksinya sebesar 5.000, sekalipun itu tidak banyak tapi itu menjadi salah satu pemasukan (*Income*) masyarakat. Jika transaksi atau usaha BRILink itu berjalan dengan maksimal akan memberi keuntungan bagi masyarakat khususnya agen. Taraf kehidupannya akan tercukupi dan mampu mengembangkan bisnisnya sebagai usaha yang produktif.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Layanan Brilink Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pendapatan Agen BRILink Di Kecamatan Danau Kerinci Barat”

1.2. Identifikasi Masalah

1. Ketidakteraturan Tarif dan Potensi Ketidakadilan dalam Pelayanan Agen BRILink
2. Dilema Kehalalan Layanan dan Status Keagenan dalam Perspektif Syariah
3. Tantangan Operasional dan Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kelangsungan Usaha Agen

1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh Layanan Brilink dan kualitas pelayanan terhadap Pendapatan agen BRILink di Kecamatan Danau Kerinci Barat

2. Penelitian ini dibatasi pada agen BRILink di Kecamatan Danau Kerinci Barat

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah layanan brilink berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink di Kecamatan Danau kerinci Barat?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink di Danau Kerinci Barat?
3. Apakah produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink di Kecamatan Danau Kerinci Barat?

1.5. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui apa pengaruh produk terhadap pendapatan agen BRILink di Kecamatan Danau Kerinci Barat.
2. Untuk mengetahui apa pengaruh Kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di Kecamatan Danau Kerinci Barat.
3. Untuk mengetahui apa pengaruh produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap pendapatan Agen BRILink di Kecamatan Danau Kerinci Barat.

1.6. Manfaat penelitian

Manfaat adanya penulisan ini yakni :

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diterima berdasarkan hasil riset yakni untuk membuktikan teori penelitian sebelumnya tentang pengaruh produk dan

Kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di Danau Kerinci Barat.

2. Manfaat praktis

1) Bagi penulis

Sebagai penambah pengetahuan, pandangan, dan keahlian terpaat tentang pengaruh produk dan Kualitas Pelayanan terhadap pendapatan agen di Danau Kerinci Barat..

2) Bagi perguruan tinggi atau kampus

Sebagai bahan referensi yang berkaitan dengan pengaruh produk dan Kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen di Danau Kerinci Barat.

3) Bagi peneliti

Yang akan datang Sebagai bahan untuk mengkaji objek penelitian yang hampir sama untuk peneliti selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grend Teory

2.1.1 BRILink

BRILink adalah suatu pengembangan layanan lembaga keuangan (BRI) yang berkolaborasi dengan pelanggan sebagai mitra yang mampu memberikan pelayanan transaksi perbankan secara real time online dengan memakai atau memanfaatkan fitur EDC mini ATM BRI berdasarkan konsep pembagian komisi. Bagi POJK No. 19/POJK.3/2014 BRILink ialah aktivitas yang menyajikan berbagai macam layanan keuangan tanpa melalui jaringan kantor, tetapi melalui kolaborasi antara manusia sebagai agen dan teknologi informasi sebagai pendukungnya. BRILink ialah sebuah produk dari perbankan yang dibuat agar nasabah atau pelanggannya dapat menikmati kemudahan dari layanan tersebut. Kebijakan yang dibuat oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) berdasarkan undang-undang POJK mengenai layanan keuangan diluar jaringan kantor resmi dalam bentuk keuangan inklusif, menakar bahwa dibutuhkannya sebuah sarana pelayanan yang bisa melayani masyarakat dalam melancarkan segala aktivitasnya bagi masyarakat yang belum memahami, memakai, atau memperoleh layanan perbankan.

Pada tahun 2015 dilansir dari sumber data internal, kedudukan agen BRILink yang ada di Kantor Wilayah Manado PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk selalu mengalami peningkatan setiap harinya sebanyak 1495 agen. Kemudian tahun 2016, posisi agen BRILink mengalami peningkatan dengan jumlah yang begitu besar menjadi 3309 agen, dan hingga saat ini peningkatannya masih dirasakan, karena zaman yang modern saat ini banyak masyarakat yang ingin segala aktivitasnya bisa dipermudah. (Suyanti, 2021).

Salah satunya kemunculan agen BRILink terkhusus di wilayah desa tanjung pauh mudik membuat masyarakat tidak harus mengantri panjang di kantor BRI untuk melakukan sebuah transaksi seperti tarik tunai dan sebagainya. BRILink memiliki tujuan utama dalam pendiriannya yakni memberikan pelayanan administratif terkhusus kepada masyarakat yang belum memiliki layanan perbankan sehingga masyarakat dapat memperoleh layanan yang sama seperti pada saat mereka melakukan transaksi keuangan di kantor resmi melalui agen BRILink. Pelanggan bisa melakukan transaksi seperti setor tunai, tarik tunai dan pembayaran lainnya lewat agen. Dilihat dari sisi konsumen, mereka memandang BRILink dapat menolong serta memberikan kemudahan bagi mereka untuk melakukan transaksi. Tetapi pada kenyataannya, sebagian besar masyarakat terkhusus mereka yang bertempat tinggal jauh dari jangkauan BRILink banyak yang tidak paham bahwa fungsi BRILink sama dengan fungsi bank konvensional pada umumnya. Pada dasarnya seluruh kegiatan operasional BRILink selalu dilakukan pemantauan lapangan sebagai bentuk tanggung jawab BRI terhadap para agennya agar dapat diketahui mana agen yang tidak aktif melakukan transaksi dan mana agen yang aktif dalam melakukan bertransaksi. Dan bila terjadi suatu permasalahan agen BRILink dapat menyampaikan secara langsung keluhan mereka kepada petugas pemantauan agar dapat ditangani dengan cepat.

Untuk agen yang tidak aktif melakukan transaksi pihak petugas pemantauan akan mengedukasi mereka secara langsung terkait kendala yang dihadapi agen. Selanjutnya petugas akan melakukan promosi atau promosi kepada para masyarakat sekitar BRILink tersebut apabila agen BRILink tersebut berkenan ingin dibantu. (Komalasari, 2018).

2.1.2 Tinjauan LAYANAN BRILINK

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana tiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Dapat dikatakan pelanggan dalam membeli

barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya saja tetapi lebih dari itu. Pelanggan tersebut tersedia untuk membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. (Wardani & Triyono, 2019). Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar menurut Tjiptono.

Menurut Kotler dan Armstrong produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Firli Musfar, 2020). Kotler mengartikan produk ialah barang yang memiliki nilai jual sehingga bisa ditawarkan kelingkungan sekitar untuk dicoba demi menarik perhatian orang agar dibeli untuk diambil manfaatnya, sebagai pemenuh kebutuhan atau pemuas keinginan.

Produk menurut (Tjiptono, 1999). Merupakan pengetahuan subjektif dari produser terhadap hal yang dapat ditawarkan untuk tercapainya target instansi dengan pemenuhan kebutuhan dan aktivitas konsumen lewat kekuatan dan kemampuan perusahaan serta daya beli pasar. Sedangkan produk menurut (Stanton, 1996). Adalah kumpulandari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk didalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualan.

Berdasarkan defenisi diatas maka interprestasi dari produk adalah produk tidak harus berupa produk yang nyata tetapi dapat berupa jasa. Setiap produk memiliki tingkat keistimewaan tersendiri dalam memberikan kepuasan terhadap konsumennya, maka dari itu untuk suatu produk yang dihasilkan oleh produser dituntut agar lebih kreatif lagi dalam pengolahannya.

b. Klasifikasi Produk

Menurut (Wardani & Triyono, 2019). Produk dapat diklasifikasi menjadi beberapa kelompok yaitu:

1. Berdasarkan wujudnya

a) Barang

Barang merupakan produk yang tidak berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, disentuh, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.

b) Jasa

Jasa merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.

2. Berdasarkan daya tahannya

a) Barang tidak tahan lama

Barang tidak tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya: pasta gigi, minuman kaleng dan sebagainya.

b) Barang tahan lama barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya dapat bertahan lama dengan banyak pemakaian. Contohnya: pakaian, lemari baju dan lain lain.

3. Berdasarkan tujuan konsumsi

a) Barang konsumsi

Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dapat dikonsumsi tanpa melalui pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut.

b) Barang industri

Barang industri merupakan suatu jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut mendapatkan suatu manfaat tertentu, biasanya hasil

pemrosesan dari barang industri diperjualbelikan kembali. (Wardani & Triyono, 2019).

c. Karakteristik Produk Yang Berkualitas

Menurut (Ritzman dalam Wibowo, 2010). Kualitas setiap produk dapat dilihat dari dimensi berikut ini:

- 1) Kesesuaian spesifikasi yaitu pelanggan berharap barang ataupun jasa yang dibeli dapat memenuhi maupun melebihi tingkat kualitas tertentu.
- 2) Nilai yaitu sebagai pengukur seberapa bagus produk ataupun jasa sehingga konsumen sanggup membayar pada harga tertentu untuk mendapatkan masalah dari produk tersebut.
- 3) Cocok untuk digunakan yaitu sangat penting bagi konsumen untuk perusahaan memberikan dukungan penuh pada suatu produk atau jasa seperti pada kualitas produk itu sendiri.
- 4) Kesan psikologi yaitu dengan oknum yang selalu memberi nilai terhadap kualitas produk ataupun jasa berdasarkan kesan psikologis: iklim, pemikiran atau estetika.

d. Unsur Atribut Produk

Atribut produk adalah unsur-unsur yang menjadi pengembangan atau pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk dapat berupa fitur, kualitas harga, kemasan, merek garansi dan pelayanan. Atribut produk juga mempunyai pengaruh besar pada persepsi pembeli terhadap produk (Guru Ekonomi, 2021). (Kotler dan Armstrong, 2004). Mengelompokkan atribut produk menjadi beberapa elemen penting yakni:

1) Kualitas Produk Dan Layanan

Didalam bukunya, Kotler dan Amstrong menulis tentang kualitas produk yang berbunyi “*The Ability of a Product its Perform its funtions*” yang berarti kesanggupan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan kegunaannya.

Kepercayaan konsumen akan terbangun ketika kualitas suatu produk tersebut bagus sehingga mampu menunjang kepuasan pelanggan. Sedangkan dalam buku yang ditulis oleh Purnama, Lingga (2003) yang berjudul Strategi Marketing Plan, pada dasarnya perbaikan atau peningkatan mutu merupakan suatu strategi marketing yang sangat penting untuk meningkatkan keunggulan suatu produk dalam bersaing dipasar. Mutu atau kualitas produk menjelaskan bahwa produk berjalan berdasarkan fungsinya.

2) Fitur Produk Dan Layanan

Fitur produk adalah alat yang dijadikan sebagai pembanding antar produk yang kita miliki dengan produk yang orang lain punya sebagaimana yang dijelaskan oleh Kolter dan Amstrong (2004) bahwa *Future Are Competitive Tool For Diferentiating The Company's Product From Competitor's Product*, artinya fitur ialah alat yang digunakan untuk berkompetisi dalam membandingkan produk perusahaan sendiri dengan produk lisensi lain. Fitur produk mempunyai keunikan, ciri khas dan sifat istimewa yang tentunya berbeda dengan fitur yang dimiliki oleh produk lainnya.

Melalui pengembangan dan penyempurnaan, produk secara terus-menerus akan menghasilkan karakteristik tertentu yang lekat terhadap produk tersebut.

3) Desain Produk Dan Layanan

Menurut (Kusuma, 2020). Rancangan desain lebih luas dari pada gaya desain dimana yang dipertimbangkan dalam konsep desain yaitu :

- a. Faktor penampilan,
- b. Perbaiki kinerja produk
- c. Pengurangan biaya produksi tanpa mengurangi keunggulan suatu produk dalam persaingan. Arti desain menurut Kotler yaitu “Desain/rancangan adalah bagan yang melengkapi dari penampilan dari produk itu sendiri sehingga terlihat keistimewaannya”
- e. Hirarki Produk Dan Layanan

Menurut Kotler, et al. dalam (Qomariah, 2016). Hirarki produk terdiri atas beberapa tingkatan yaitu:

- 1) *Need family*, yaitu kebutuhan inti/dasar yang membentuk product family. Contohnya: rasa aman
- 2) *Product family*, yaitu seluruh kelas produk yang dapat memuaskan suatu kebutuhan inti/dasar dengan tingkat efektivitas yang memadai. Contohnya: tabungan dan pengasihan.
- 3) *Product line*, yaitu sekumpulan produk didalam kelas produk yang saling terkait erat karena produk tersebut melakukan fungsi yang sama, dijual kepada kelompok pelanggan karena produk tersebut melakukan fungsi yang sama, dijual kepada kelompok pelanggan yang sama dan dipasarkan melalui saluran yang sama, atau masuk dalam rentang harga tertentu. Contohnya: asuransi jiwa
- 4) *Product type*, yaitu sekelompok barang dalam line product yang sama-sama memiliki salah satu dari beberapa kemungkinan bentuk produk tersebut. Contohnya: asuransi berjangka.
- 5) *Brand*, yaitu nama yang dapat dihubungkan/diasosiasikan dengan satu atau lebih item dalam line produk yang digunakan untuk mengidentifikasi sumber atau karakter item tersebut. Contohnya: asuransi bumi putera.

6) *Item*, yaitu suatu unit khusus dalam suatu merek atau line produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau atribut lainnya. Biasanya disebut pula *stockkeeping* unit atau varian produk. Misalnya, asuransi jiwa putera yang dapat diperbarui. (Wardani & Triyono, 2019).

f. Produk jasa pada BRILink

1. Setor Tunai/ tabungan

Setor tunai yaitu menyetorkan sejumlah uang ke rekening baik itu milik pribadi maupun milik orang lain. Atau suatu penambahan saldo debit rekening tabungan nasabah.

Berdasarkan peraturan negara dalam UU perbankan No. 10 Tahun 1998, setor tunai yaitu tabungan pihak ketiga yang pengambilannya bisa ditarik kapan saja sesuai syarat dan ketentuan tertentu.

2. Tarik Tunai

Tarik tunai merupakan transaksi pengambilan uang dari rekening nasabah yang dilakukan nasabah melalui kartu ATM atau agen BRILink, saat akan melakukan transaksi nasabah harus memasukkan pin rahasia terlebih dahulu. (Dewi, 2019).

3. Transfer

Transfer ialah kegiatan dalam mengalihkan dana dari rekening milik pribadi ke rekening orang lain melalui jasa agen BRILink untuk mewakili nasabah. Jadi, jasa transfer merupakan jasa kirim uang melalui rekening ke rekening lainnya dengan dikenakan biaya kirim. Biaya tersebut dikenakan oleh pihak agen BRILink kepada nasabah atas jasa tersebut, besarnya biaya dikenakan tergantung sarana yang diinginkan nasabah. (Djamil, 2013).

Bisa juga diartikan sebagai jasa pengiriman uang melalui bank baik dalam kota, luar kota, maupun luar negeri atau transfer dapat pula diartikan sebagai pemindahan uang dari rekening tabungan ke rekening lainnya. Transfer memiliki

berbagai macam manfaat diantara yaitu membantu pelaksanaan pembayaran, nasabah merasa aman dan cepat. (Dewi, 2015).

Menurut (Kasmir, 2014) Transfer adalah layanan pengiriman uang menggunakan bank baik dalam negeri maupun luar negeri. lamanya pengiriman tergantung dari sarana serta prasarana yang difungsikan untuk mengirim. Besar kecilnya biaya pengiriman sangat tergantung pada sarana yang dipakai.

Sedangkan menurut (Djoko Mulyono, 2015). Proses pertransferan uang adalah metode yang menggunakan konsep wakalah, yang mana metode tersebut di dasari adanya sebuah permintaan pelanggan (Al-muwakkil) terhadap agen (AlWakil) untuk melaksanakan suatu perintah kepada agen untuk mentransferkan sejumlah uang kerekening yang dituju, kemudian pihak bank mendebet rekening nasabah bila ada kegiatan tranfer mentransfer, kemudian tahap akhir adalah lembaga keuangan memberikan pinjaman kepada nasabah/ pelanggan dengan sejumlah dana terhadap rekening tujuan.

4. Payment

Pembayaran menurut (Ismail, 2011) Adalah sebuah kegiatan layanan jasa agen BRILink yang berhubungan dengan kepentingan nasabah dalam melaksanakan sebuah pembayaran. Agen BRILink akan menerima bonus terhadap pelayanan jasa yang telah diberikan. Pelayanan jasa yang berkaitan dengan payment antara lain sebagai berikut:

- (a) Bayar tagihan PLN
- (b) Pembelian pulsa all operator
- (c) Pembelian Pulsa listrik

Jasa pembayaran atau setoran yang diberikan oleh agen BRILink, bertujuan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan pembayaran melalui BRILink tanpa melakukan pembayaran langsung ditempat yang dituju.

Contohnya seperti melakukan pembayaran listrik, dengan adanya jasa payment nasabah tidak perlu melakukan pembayaran langsung ke PLN akan tetapi dapat melalui BRILink.

2.1.3 Tinjauan Kualitas Pelayanan

KUALITAS Pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas dari suatu pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. (Amran, 2021). Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Firmansyah & Haryanto, 2019).

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Fandi Djiptono mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dan tuntutan, keselarasan dalam penggunaan, pembaharuan, lolos dari kesalahan, memenuhi segala kepentingan pelanggan, mengerjakan sampai akhir dengan bersungguh-sungguh untuk meyenangkan hati pelanggan. (Tjiptono, 2005).

Sedangkan Bagi (Toni Wijaya, 2011) Kualitas ialah segala hal yang di tentukan oleh konsumen. Maksudnya adalah kualitas dilandaskan berdasarkan dengan keahlian konsumen atau pelanggan yang secara actual terhadap jasa atau produk yang di ukur berdasarkan ketentuan-ketentuan tertentu. Layanan merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak dapat didefinsikan tidak berwujud, yang

merupakan obyek utama dari transaksi yang dirancang untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. (Satriyanti, 2012).

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk atau jasa harus disesuaikan dengan keadaan sekitar disebabkan karena Selera dan hasrat pelanggan terhadap produk selalu berubah-ubah, sehingga diperlukannya perubahan kualitas dari segi keterampilan tenaga kerja, peralihan tugas dan alur produksi, serta perubahan lingkungan industri usaha agar produk bisa memadai dan melampaui keinginan konsumen.

Pada dasarnya islam telah mengarahkan bahwa dalam sebuah bisnis jika ingin menghasilkan hasil bisnis yang bagus berupa barang ataupun pelayanan jasa sebaiknya kita menyajikan sebuah pelayanan yang bermutu atau berkaulitas, jangan sampai memberikan sesuatu yang bernilai tidak baik atau yang tidak bermutu terhadap pelanggan ataupun orang lain.

Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Sedangkan fungsi dari Kualitas pelayanan yaitu untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada pelanggan, dan memberikan perasaan nyaman dan puas kepada pelanggan.(Nanda, 2021). Peningkatan kualitas produk/jasa yang dilakukan oleh Perusahaan ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen yang menjadi sasaran utama dalam dunia usaha.

(Kolter dan Keler, 2009) Berasumsi bahwa dalam mengontrol peningkatan kualitas jasa terdapat tiga langkah utama yang ditetapkan oleh perusahaan jasa yakni:

1. Pelatihan yang baik dan berinvestasi dalam prosedur ketenagakerjaan, mempekerjakan pekerja yang sesuai dengan kriteria perusahaan serta pemberian pelatihan terbaik adalah hal yang terpenting.

Ada 6 karakteristik yang dimiliki karyawan terlatih yakni:

- (a) Kompetensi: memiliki keahlian khusus pada bidangnya masing-masing.
 - (b) Kesopanan: memiliki moral dan etika yang baik.
 - (c) Kredibilitas: Amanah (terpercaya).
 - (d) Keandalan: dapat melayani secara optimal.
 - (e) Responsifitas: memiliki sifat cepat tanggap terhadap masalah yang ada
 - (f) Komunikasi: dapat berkomunikasi secara baik.
2. Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi.
 3. Mengamati kepuasan pelanggan: selalu menanamkan sistem evaluasi terhadap apapun kritik dan saran pelanggan.

Perusahaan sangat menyadari bahwa kualitas adalah hal terpenting yang harus diperhatikan dalam organisasi secara keseluruhan dan perusahaan mengakui hal tersebut. Semua ini mengarah pada pengertian awal tentang kualitas yaitu tingkat dimana produk tersebut sesuai dengan harapan dan spesifikasi pelanggan.

Fandi Tjiptono mengartikan pelayanan ialah kepuasan,aktifitas, atau manfaat, yang ditawarkan untuk diperjual belikan. Kotler dalam Toni Wijaya mendefinisikan pelayanan ialah segala aktivitas/kinerja yang sifatnya tidak berwujud atau secara fisik tidak dapat dilihat yang ditawarkan oleh penjual jasa kepada konsumen tanpa menghasilkan kepemilikan apapun. (Tjiptono, 2005). Swasta mendefinisikan pelayanan sebagai tindakan yang dapat diartikan dan bersifat sebagai sarana yang menjembatani antar beberapa pihak dengan lainnya dengan maksud tertentu.

Sedangkan menurut Lovelocj, Petterson dan Walker dalam Tjiptono mengemukakan perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri dari atas dua komponen utama yaitu pertama operasi jasa dan kedua penyampaian jasa (Tjiptono, 2005).

(Susan M. Gage, 2006) Berpendapat bahwa untuk mencukupi pengharapan pelanggan, ada bagian-bagian yang harus diperhatikan yaitu kualitas barang, jasa, aksesibilitas, dan pelayanan yang efektif dan efisien.

Ada beberapa faktor yang memengaruhi pengharapan pelanggan diantara:

1) Faktor produk

(Kotler dan Armstrong dalam Kristiaji, 2001) Produk adalah barang atau jasa yang direkomendasikan ke pasar oleh suatu instansi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen.

2) Faktor harga

Harga adalah nilai jual dari produk itu sendiri yang nilainya telah ditetapkan sejak awal penjualan sehingga tinggi rendahnya suatu harga barang tergantung dari kualitas barang tersebut. Menurut (Kotler dan Armstrong dalam Kristiaji, 2001) Harga adalah sejumlah nilai finansial pada suatu barang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkannya. Pada dasarnya harga adalah hal terpenting dalam sebuah instansi, dikarenakan keberhasilan suatu instansi tergantung dengan harga barang atau jasa yang ditetapkan. Jika harga barang/jasa sesuai dengan kondisi ekonomi tentunya hal itu akan menarik minat masyarakat.

3) Promosi

Promosi adalah gerakan yang ditempuh sebuah instansi atau organisasi yang tujuannya untuk memberikan informasi atau memasarkan barang yang akan diperjualkan kepada masyarakat luas. Pandangan Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh (Kristiaji, 2001) terhadap promosi adalah tindakan yang dibuat perusahaan dengan menjelaskan keunggulan-keunggulan dari produk tersebut agar masyarakat yang melihatnya merasa tertarik dan mengkonsumsinya.

4) Faktor lokasi

J.Paul Peter dan Jerry C Olson mengartikan lokasi/area sebagai tempat dimana seseorang bisa mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Menurut

Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh (Kristiaji, 2001) Lokasi mencakup segala rutinitas industri agar barang tersebut gampang diperoleh oleh masyarakat. Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menghasilkan usaha yang baik tentunya perusahaan harus memperhatikan Kualiyas pelayanan. Kualitas Pelayanan merupakan faktor terpenting dalam menunjang suatu kemajuan suatu instansi.

(Nasution, 2004) Mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah jalan dalam memuaskan keinginan atau hasrat, serta ketentuan dalam menyampaikan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam loveloc, 1998) yang di kutip oleh (Nasution, 2004) kualitas pelayanan adalah rangkaian antara produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk mencukupi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak tinjau dari perspektif manapun baik dari pihak penyelenggara ataupun penyedia layanan, namun semua itu berdasarkan asumsi pelanggan, sebab pelangganlah yang merasakan pelayanan yang diberikan mulai dari awal hingga akhir.

Ada beberapa penjelasan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan menurut (Yamit, 2001) diantaranya:

- a) Pelayanan Prima adalah servis yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan keinginan.
- b) Pelanggan meliputi individu, komunitas, organisasi, departemen, perusahaan, dan lain-lainnya.
- c) Pelayanan adalah aktivitas perusahaan yang tidak serta merta ikut serta didalam proses pengerjaan produk, tapi lebih memfokuskan pada pelayanan yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan.
- d) Kualitas adalah hal yang sifatnya spesifik sehingga hanya dirasakan oleh pancaindra dan sebaliknya
- e) Tingkatan adalah alat yang digunakan untuk mengukur batasan tertentu.

- f) Ketetapan adalah sesuatu yang berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan dan tidak mengalami perubahan dari waktu-kewaktu.
- g) Pengiriman adalah menyajikan pelayanan secara efektif dan efisien sesuai dengan harapan masyarakat.

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh (Parasuraman, 2001) Menjelaskan bahwa aspek-aspek penting yang harus diperhatikan oleh agen adalah dengan memperhatikan berbagai aspek dari kelima unsur-unsur dalam kualitas jasa sebagai berikut :

a. Bukti langsung

Defenisi bukti langsung pada kualitas pelayanan adalah penyajian suatu layanan yang secara fisik dapat dilihat dan dirasa sehingga penggunaan dan pengfungsiannya dapat digunakan oleh siapapun baik konsumen, pekerja dan lainnya. Semua itu dipersiapkan secara rinci dan akurat agar memberikan kesan dan pesan yang menarik bagi pelanggan yang melihat dan bertransaksi didalamnya.

Sehingga akan menimbulkan rasa aman,nyaman,dan tentram. Bukti langsung yang dimaksud diatas adalah fasilitas yang memadai, kerapian dalam berpenampilan, letak tempat yang strategis, dan lain-lain. Semua itu dilakukan agar memberikan rasa puas atas pelayanan yang diberikan.

b. Kehandalan

Kehandalan adalah karakteristik yang dimiliki oleh setiap orang yang terjun dalam dunia usaha, baik itu karyawan ataupun pemilik. Dalam dunia usaha bentuk pelayanan yang super handal sangat diperlukan dari sisi pemahaman, kemampuan, kemandirian, kecakapan/kemahiran dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas pekerjaan bisa berjalan lancar dan membuahkan hasil tanpa ada keluh kesah dari pelanggan/masyarakat.

c. Daya tanggap

Daya tanggap ialah reaksi dan kesigapan seorang karyawan dalam memberikan pelayanan yang super cepat dan tanggap. Sikap tersebut memiliki potensi yang tinggi dalam mempengaruhi dunia usaha, karena konsumen yang ingin melakukan suatu transaksi tentunya membutuhkan penjelasan yang detail, terarah, dan terperinci. Tujuannya agar konsumen bisa lebih bijak dalam menghadapi segala bentuk prosedur/aturan dan sistem kerja yang berlangsung pada setiap perusahaan atau instansi. Gaya pelayanan seperti itu tentunya memberikan nilai positif pada perusahaan.

d. Jaminan

Jaminan adalah kepastian yang diperoleh dari karyawan/pemilik usaha dari setiap perbuatannya, komunikasi yang dimiliki dan pemahaman yang dimilikinya. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan yang menerima pelayanan tersebut merasa puas dan semakin percaya dengan semua tindakan yang diberikan secara cepat, tepat, lancar, dan mudah.

e. Perhatian

Perhatian adalah perasaan peduli dan perhatian pada orang lain. Seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pelayanan sangat memerlukan pemahaman dan pengertian agar semuanya bisa berjalan sesuai dengan harapan. Lancar dan berkualitasnya suatu pelayanan jika setiap pihak yang berkepentingan mempunyai rasa peduli yang tinggi dalam menuntaskan segala urusan yang berhubungan dengan transaksi.

Makna dari teori kualitas pelayanan adalah semua model pelayanan yang diberikan oleh instansi yang tujuannya untuk memberi pelayanan yang efektif dan bisa membuat pelanggan senang dengan perilaku yang kita berikan. Untuk membuktikan hal tersebut instansi harus membuktikannya dengan menunjukkan bukti langsung fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian.

2.1.4 Tinjauan Tentang Pendapatan

a. Pengertian pendapatan

Pendapatan yaitu bertambahnya kas dan berkurangnya utang perusahaan terhadap hasil yang didapatkan dari penyerahan barang atau jasa yang seluruh aktivitasnya tercatat dalam buku besar perusahaan. (S.R, 2009). Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang didapatkan oleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam waktu tertentu, baik itu harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja atau usaha dan sebagainya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan yaitu suatu penghasilan atau perolehan dari kegiatan penjualan barang atau jasa dalam suatu usaha yang dilakukan atau suatu kegiatan transaksi jual beli antara produsen dan konsumen yang mana pihak pertama menyediakan produk atau barang dan jasa sedangkan yang ke dua hanya mengonsumsi atau menggunakan barang dan jasa. Sehingga dari hasil kegiatan tersebut si pihak pertama mendapatkan keuntungan dari barang atau jasa yang disediakan untuk dikonsumsi oleh pihak kedua.

(Eldon S.Hendriksen, 2000) Dalam teori akuntansinya menerangkan bahwasannya pendapatan dapat diartikan secara luas sebagai hasil yang diterima perusahaan. Umumnya perusahaan mengukur berdasarkan satuan harga pertukaran yang berlaku.

Yang dapat dikatakan sebagai pendapatan yaitu pada saat instansi/perusahaan telah merampungkan seluruh aktivitas operasional perusahaan. (Harahap,2000) Mengatakan, pendapatan ialah pemasukan yang diperoleh perusahaandari konsumen setelah perusahaan menjual barang dan jasa kepada konsumen. Menurut (Soemarso, 2009) Pendapatan ialah bertambahnya kas dan berkurangnya utang perusahaan terhadap hasil yang didapatkan dari penyerahan barang atau jasa yang seluruh aktivitasnya tercatat dalam buku besar perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan

pendapatan yaitu hasil yang diperoleh dari kegiatan transaksi jual beli antar produsen dan konsumen yang mana pihak pertama yaitu orang yang menyediakan produk dan jasa sedangkan pihak kedua ialah pihak yang hanya mengkonsumsi barang dan jasa tersebut.

Sehingga dari hasil kegiatan tersebut pihak pertama mendapatkan komisi dari barang atau jasa yang disediakan untuk dikonsumsi oleh pihak kedua. besar kecilnya pendapatan tergantung dari hasil usaha yang dimiliki. Sebagian para ahli menyimpulkan bahwa indikator dari pengertian pendapatan dapat golongan menjadi dua fase yakni:

- a) Penjualan dan
- b) Keuntungan

b. Sumber pendapatan

Berikut ini beberapa sumber pendapatan menurut (Soemarso SR, 2000).

Yaitu:

- 1) Pendapatan Operasional, yaitu pendapatan yang berasal dari aktivitas utama perusahaan.
- 2) Pendapatan non operasional, pendapatan yang tidak terkait dengan aktivitas perusahaan yaitu pendapatan yang didapat dari faktor eksternal.
- 3) Pendapatan luar biasa yaitu pendapatan yang tak terduga dimana pendapatan ini tidak sering terjadi dan biasanya diharapkan tidak terulang lagi dimasa yang akan datang.

(Soemarso SR, 2000). Menyatakan pendapatan pada perusahaan digolongkan menjadi dua yaitu pendapatan operasional dan non operasional. Pendapatan operasi ialah penghasilan yang bersumber dari kegiatan dasar/awal pada perusahaan. Sedangkan pendapatan non operasi ialah pemasukan yang perolehannya bukan dari kegiatan dasar/awal dari perusahaan.

Jumlah nilai aset tetap dapat meningkat sesuai berbagai ragam transaksi namun tidak semua transaksi dapat menimbulkan pendapatan. Penentuan keuntungan ialah memisahkan peningkatan aktiva yang menunjukkan dan mengukur pendapatan.

Naik turunnya nilai aset tetap tergantung dari ketetapan yang berlaku diantaranya yaitu:

- 1) Adanya transaksi modal membuat dana menjadi bertambah dari investor (agen).
- 2) Keuntungan dari penjualan aktiva tetap dan lain-lainya.
- 3) penghargaan, infak, atau penemuan.
- 4) Penilaian kembali atas aset tetap.
- 5) Pengalihan produk, yakni penjualan produk

c. Proses pendapatan

(Suyanti, 2021) Menyatakan proses pembentukan pendapatan dan realisasi pendapatan adalah dua gagasan yang sangat dekat hubungannya dengan proses pendapatan, diantaranya yakni:

- 1) Suatu rancangan yang menjelaskan terbentuknya pendapatan biasa disebut Proses pembentukan pendapatan. Rancangan tersebut didasarkan pada pendapat bahwa seluruh aktivitas operasional ialah untuk menggapai hasil, yang mencakup segala proses produksi, marketing, maupun piutang, dan berkontribusi pada pendapatan akhir berdasarkan perbandingan biaya sebelum operasi perusahaan.
- 2) Proses pengumpulan pendapatan setelah produk terjual biasanya disebut dengan proses realisasi pendapatan.

d. Pengukuran pendapatan

Pendapatan Menurut (ikatan akuntansi Indonesia, 2002) cara mengukur pendapatan yaitu dengan nilai wajar yang diterima dari hasil pekerjaan yang kita lakukan. Besarnya penghasilan yang dihasilkan dari suatu transaksi biasanya ditetapkan sesuai dengan kesepakatan antar penjual dan pembeli aset.

Sedangkan menurut (Martani dkk, 2016) Cara mengukur pendapatan yaitu berdasarkan nilai wajar imbalan yang diterima oleh setiap perusahaan dari hasil penjualan. Maksud dari nilai wajar merupakan nilai/harga yang didapatkan dari hasil penjualan suatu barang yang terjadi didalam perusahaan ataupun diluar perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Cara mengukur pendapatan adalah dengan nilai wajar yang diterima dari hasil pekerjaan yang kita lakukan. Besarnya penghasilan yang dihasilkan dari suatu transaksi biasanya ditetapkan sesuai dengan kesepakatan antar penjual dan pembeli aset.

Pengukuran yaitu pencatatan jumlah rupiah secara resmi kedalam sistem akuntansi sehingga jumlah tersebut terefleksi kedalam statement akuntansi. Pendapatan hanya dapat diakui kalau memenuhi kualitas keterukuran dan keterandalan.

e. Realisasi Pendapatan

Realisasi pendapatan yaitu suatu pendapatan dapat dikatakan terjadi atau terbentuk pada saat terjadi perjanjian atau kontrak dengan pihak pembeli untuk membayar produk baik produk telah selesai dan diserahkan maupun yang belum dibuat sama sekali. Pendapatan terbentuk pada saat produk telah selesai dilakukan dan terjual langsung atau pada saat terjual atas dasar kontrak penjualan (Sari, 2024).

f. Faktor yang mempengaruhi pendapatan

Menurut (Mulyadi, 2010) Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu :

- 1) Kondisi pasar yang memadai
- 2) Modal
- 3) kondisi operasional perusahaan

g. Indikator Pendapatan

Adapun indikator dari pendapatan menurut (Supandi & Johan, 2022). yaitu:

- 1) Penjualan
- 2) Keuntungan
- 3) Pengasilan

2.2 Minat Nasabah Terhadap BRILink

2.2.1 Definisi Minat Nasabah

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dapat dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Dibawah ini terdapat pengertian menurut para ahli:

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar yang dikutip oleh (Asnisah, A, 2022). Minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Karena minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi masyarakat atau nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni: Pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu

sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

(W. Reed dan K. Gill dalam Anggreini, C. R, 2019). Menyatakan bahwa yang mempengaruhi masyarakat atau nasabah dalam menabung adalah kemanfaatan, lokasi, pelayanan dan tingkat suku bunga atau bagi hasil. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha tersebut.

Pada dasarnya jika seseorang mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya. Minat adalah keinginan dan kemauan yang berkembang dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu, dari itu minat menjadi sesuatu yang sangat berperan penting dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya.

Menurut Elizabeth B. Hurlock dalam Asep Suryanto yang dikutip oleh (Rahmawati, S, 2023). Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

2.2.2 Konsep Minat Nasabah Dalam Islam

Sedangkan minat dalam pandangan islam sendiri terdapat dalam Al-Qur'an sebagai berikut : Sudah kewajibannya seorang muslim berkarakter seperti yang disebutkan dalam Al-Quran dan apa yang ditentukan oleh Nabi Muhammad SAW. Perintah untuk menjadi muslim berkarakter yang

mencerminkan keimanan dan keislamannya telah banyak disebutkan dalam Al-Quran.

Alloh berfirman dalam QS. AL Isra' (84) : 17

□ سَبِيلًا أَهْدَىٰ هُوَ بِمَنْ أَعْلَمَ فَرُبُّكُمْ شَاكِلَةٌ عَلَىٰ يَعْمَلُ كُلُّ قَلْبٍ

Katakanlah (Muhammad), "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

Ibnu Abbas mengatakan, yang di maksud dengan 'ala syakilatihi ialah menurut keahliannya masing-masing. Menurut Mujahid, makna yang dimaksud ialah menurut keadannya masing-masing. Sedangkan menurut Ibnu Zaid mengatakan menurut keyakinannya masing-masing.

Maksud dari ayat tersebut diatas “ berbuat menurut keadaanya” sesuai dengan kondisi masing- masing ialah ketika seseorang akan berbuat atau memilih sesuatu maka dalam dirinya akan hadir sebuah pilihan atau minat atau keinginan untuk melakukan sesuatu tersebut. Apabila minat atau pilihannya itu baik dipeuntukan bagi Allah (ikhlas dan sesuai syariah) maka ia termasuk orang-orang pilihan dan mendapatkan keberuntungan. Namun sebaliknya, minat atau pilihannya cenderung kepada sesuatu yang tidak baik (bukan karena Allah dan tidak sesuai syariah), maka ia termasuk orang-orang yang merugi. Begitu pula dengan nasabah, seharusnya mereka mampu untuk menentukan pilihannya pada apa yang telah disesuaikan dengan syariah islam.

2.2.3 Indikator Minat Nasabah

Menurut Andean Sapta dan I Made Bayu (2017) Minat Penggunaan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Akan terus
- b. Menggunakan produk di masa depan
- b. Akan sering menggunakan produk di masa depan
- c. Akan terus menggunakan produk di masa depan

2.2.4 Faktot-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Menurut (Andespa, R, 2017). Faktor-faktor yang berpengaruh dan kecenderungan seseorang nasabah menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri sebagai berikut:

1) Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecendrungan untuk

mencari informasi lebih detail tentang produk dan jasa tersebut dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

2) Kesiediaan untuk membayar produk dan jasa.

Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu produk atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu produk atau jasa akan bersedia untuk membayar produk atau jasa

tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan produk dan jasa tersebut.

3) Menceritakan hal yang positif.

Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain. Karena konsumen yang memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan.

4) Kecendrungan untuk merekomendasikan.

Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, selain akan menceritakan hal yang positif konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakannya.

5) Memperoleh suatu kebanggaan dan kepuasan pada suatu diminati

1.3. Hasil Penelitian Relevan

NO	Nama (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Amalia (2019)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan dan Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan	Menggunakan Metode Kuantitatif Dan objek penelitian	Penelitian sebelumnya meneliti mengenai pengaruh kualitas

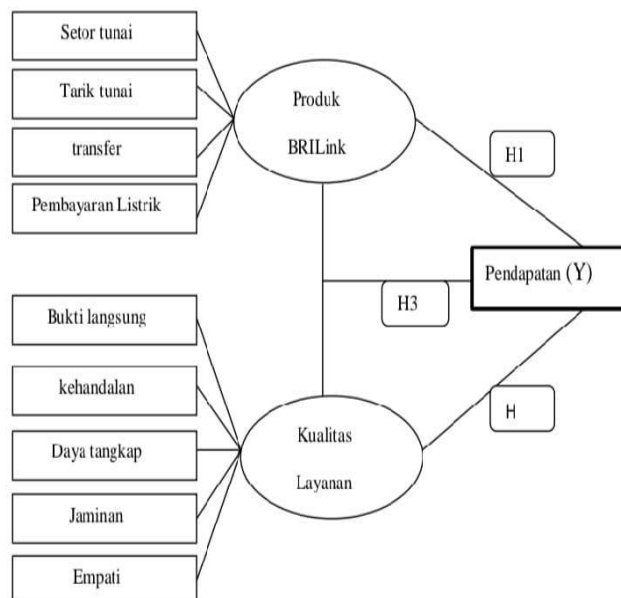
		<p>Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa BRILink diPondok Zhafira Palopo.</p>	<p>kepuasan nasabah terhadap keputusan menggunakan jasa BRILink memiliki pengaruh yang signifikan karena dengan adanya rasa kepuasan dan pelayanan yang baik</p>	<p>yang sama yaitu BRILink</p>	<p>pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa BRILink, sedangkan penelitian ini mengenai pengaruh KUALITAS PELAYANAN terhadap Pendapatan agen BRILink.</p>
2.	<p>Pebriana (2020)</p>	<p>“Implementasi Program BRILink Branchless Banking pada konsumen (Studi di Kecamatan China Kabupaten Bone</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dapat dirasakan konsumen pada program layanan BRILink Branchless Banking Kecamatan</p>	<p>Menggunakan Objek penelitian yang sama yaitu BRILink</p>	<p>metode penelitian dan pendekatan yang dipakai dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan</p>

			China Kabupaten Bone adalah dapat membayar tagihan seperti tagihan listrik, air, biaya BPJS, telepon, pembelian pulsa, pembayaran angsuran, dapat melakukan transaksi		pendekatan kuantitatif
3.	Izzah Ismah Karisma (2017)	Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang diterima maka akan mampu meningkatkan minat	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif.	pada penelitian sebelumnya lebih kepada pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat transaksi di agen BRILink. Sedangkan penelitian ini lebih

		Mejorob Kudus	masyarakat untuk memutuskan bertransaksi di agen BRILink,		menekankan pada pengaruh produk dan KUALITAS PELAYANAN terhadap pendapatan agen.
--	--	------------------	--	--	---

2.3. Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pikir ialah sebuah gambar atau pola yang secara garis besar menjelaskan tentang alur logika berjalannya sebuah penelitian dan hubungan konsep yang ingin diteliti. (Gregor Polncic, 2007). Kerangka pikir dari pengaruh produk dan Kualitas pelayanan terhadap pendapatan Agen BRILink didesa tanjung pauh mudik antara lain:



Gambar 2.1 kerangka pikir

Kerangka pikir diatas menjelaskan bahwa, BRILink adalah layanan yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi. BRILink memiliki produk jasa (X1) yang mempermudah masyarakat dalam bertransaksi.

faktur-faktur dalam Layanan BRILink antara lain setor tunai, Tarik tunai, transfer dan pembayaran berupa pembayaran listrik, dan pembelian pulsa semua operator dan masih banyak lagi. Dengan adanya faktur-faktur produk jasa yang di sediakan oleh agen dapat memicu minat masyarakat dalam bertransaksi dan akan mempengaruhi tingkat pendapatan agen BRILink (Y1). Selain produk jasa, hal lain yang harus diperhatikan antara lain Kualitas pelayanan (X2), Kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang kuat untuk meningkatkan pendapatan agen BRILink, disebabkan masyarakat membutuhkan pelayanan yang baik dalam melakukan transaksi. Jika Kualitas pelayanan yang diberikan bagus masyarakat senang bertransaksi di agen BRILink dibanding harus ke ATM, sehingga hal itu akan memberikan keuntungan bagi agen BRILink.

2.4. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban terhadap dugaan sementara peneliti yang dituangkan di rumusan masalah yang dibuat, dalam penulisan rumusan masalah biasanya terbentuk dalam sebuah pertanyaan dari judul skripsi yang akan diteliti. Di katakan dugaan sementara sebab semua hasil atau jawaban dapat dikaitkan dengan teori yang relevan, dan belum di dasarkan dengan data asli yang ada di lapangan sesuai dengan metode pengambilannya. Sehingga hipotesis bisa diartikan sebagai jawaban sementara mengenai ide yang sudah ada sesuai dengan rumusan masalah yang ingin diteliti dan sementara belum memiliki hasil jawaban yang sesuai.

Untuk melihat apakah produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik, maka dibuatkan sebuah pernyataan seperti dibawah ini yaitu:

- 1) H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan pada variabel produk dengan pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik.

H_1 = Terdapat hubungan yang signifikan pada variabel Layanan BRILINK dengan pendapatan agen di desa tanjung pauh mudik.

- 2) H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan pada variabel Kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik..

H_2 = Terdapat korelasi yang kuat pada variabel Kualitas pelayanan BRILink terhadap pendapatan agen di desa tanjung pauh mudik.

- 3) H_0 = Tidak terdapat hubungan simultan pada variabel produk dan Kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik.

H_3 = Terdapat hubungan yang simultan pada variabel produk dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam penyusunan skripsi. Menurut Sugiono menjelaskan bahwa analisis kuantitatif ialah analisis yang berhubungan dengan angka dan diselesaikan dengan rumus yang telah ditentukan berdasarkan teori yang telah ditetapkan. Hal tersebut dilakukan untuk menguji suatu kebenaran dari data, teori dan hipotesis (Sugiyono, 2006).

3.2 Lokasi dan waktu Penelitian

Tempat untuk melaksanakan atau melakukan penelitian ini yaitu dilakukan diseluruh toko atau seluruh kecamatan Sinjai Utara yang menggunakan LAYANAN BRILINK, dengan cara mengumpulkan data melalui penyebaran penyebaran kuesioner kepada para agen BRILink yang ada di desa tanjung pauh mudik. Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2024 sampai selesai.

3.3 Defenisi Operasional Variabel

1. Defenisi operasional

Definisi operasional variabel memberikan batasan dan penjelasan mengenai ukuran variabel yang digunakan dalam penelitian. Metode pengukuran sikap yang digunakan dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2016:93).

Defenisi Operasional penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependent. Variabel independen yaitu variabel yang memberikan pengaruh kepada variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh munculnya variabel independent tersebut. Variabel independen yaitu produk dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen yaitu pendapatan agen BRILink di danau kerinci barat.

No	Variabel	Definisi	Indicator
1.	Produk (x1)	Segala sesuatu yang ditawarkan dalam bentuk barang ataupun jasa	1) Setor tunai 2) Transfer 3) Paymen
2.	KUALITAS PELAYANAN (x2)	Penyajian suatu layanan yang baik dan benar	1. Bukti langsung 2. kehandalan 3. Daya tangkap 4. Jaminan 5. Perhatian
3.	Pendapatan (y) Sesuatu yang didapat oleh suatu perusahaan dari hasil penjualan dalam bentuk nilai. 1. Penjualan 2. Keuntungan 3. Penghasilan	Sesuatu yang didapat oleh suatu perusahaan dari hasil penjualan dalam bentuk nilai	1. Penjualan 2. Keuntungan 3. Penghasilan

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *population*, yang berarti jumlah anggota. Dalam metode penelitian populasi digunakan untuk menyebutkan suatu kelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, objek, produk dan sebagainya. (Bungin, 2018). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu semua agen BRILink yang ada di desa Tanjung Pauh Mudik yang berjumlah 1 agen (Bulan September 2021).

Populasi ialah suatu area yang dikelompokkan sesuai dengan jenisnya dan dilihat dari segi entitas/objek yang mempunyai kapasitas dan personalitas tersendiri yang sudah ditentukan oleh pengkaji, kemudian hal tersebut dipahami dan setelah itu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Maka yang dijadikan sebagai populasi dari penelitian ini terdiri dari para agen BRILink di desa tanjung pauh mudik yang menggunakan LAYANAN BRILINK dalam dunia usahanya sebanyak 1 agen.

3.4.2.Sampel

Sampel adalah separuh hasil yang ada dipopulasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota dari populasi itu sendiri. Sehingga peneliti perlu mengkaji sampelnya, agar pengkaji bisa menarik kesimpulannya dari penelitian tersebut. Sehingga sampel yang di dapatkan dari jumlah keseluruhan populasi penelitian tersebut berjumlah 1 agen. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan tehnik *Probably Sampling*. Menurut Sugiono *Probably Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2017).

Penelitian ini menggunakan sampel berstrata atau *stratified* sampel. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus slovin sebagai alat bantu dalam menentukan banyaknya sampel yang harus diambil dari populasi tersebut dengan menggunakan taraf kesalahan 10%. Kemudian dari hasil tersebut, data dikelompokkan menjadi beberapa tingkatan yakni tingkatan 1 (memiliki transaksi di atas 200-400 perbulan), tingkatan 2 (memiliki transaksi 100-200 perbulan) dan tingkatan 3 (memiliki transaksi 50-100 perbulan).

Dari tingkatan tersebut peneliti mengambil sampel dari tingkatan 1 karena memiliki transaksi di atas dari 200-400, artinya agen BRILink selalu mencapai target berdasarkan ketentuan yang ditetapkan oleh bank BRI. Sehingga masuk ke dalam kategori pengambilan sampel teknik berstrata yang berarti pengambilan sampel berdasarkan tingkatan.

Rumus slovin adalah salah satu alat ukur yang yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang akan dipakai minimal perilaku dari populasi tidak di ketahui secara pasti. Rumus slovin dapat dilihat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi (e^2 : Persentasi kesalahan pengambilan sampel (1%, 5%, 10%))

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan skripsi teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dapat diklasifikasikan menjadi 2 jenis data diantaranya yaitu:

1. Data primer

Hasan (2002:82). Data primer adalah data yang diterima atau dikumpulkan langsung dari penulis studi atau mereka yang membutuhkannya. Dengan kata lain data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti oleh peneliti. Data ini di dapat dari evaluasi terhadap agen BRILink di desa Tanjung pauh mudik melalui penyebaran kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh penulis yang bekerja dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya (Hasan, 2002:58). Dengan kata lain data sekunder yaitu data yang di kumpulkan

dengan memperbanyak sumber yang berbeda seperti majalah, jurnal, buku, ataupun artikel yang selaras dengan penelitian yang akan diteliti. Artinya data tersebut tidak diambil secara langsung dari objeknya. Dalam pengumpulan data yang relevan maka penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

- a) Penelitian kepustakaan ialah suatu metode yang digunakan peneliti dengan mendalami buku yang berhubungan dengan sumber penelitian serta membaca literatur lainnya yang saling berkaitan.
- b) Penelitian lapangan ialah pengumpulan data dengan meninjau langsung lapangan untuk melihat keadaan/kondisi diluar. Hal ini dilakukan agar memperoleh sebuah informasi dari pihak agen BRILink.

3.6 Instrument Penelitian

Metode koesioner adalah metode yang dipilih oleh peneliti untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian. Teknik pengambilan data dengan metode koesioner dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan yang mengarah pada titik fokus yang akan diteliti. Kemudian dari pernyataan tersebut dibagikan kepada agen dan masyarakat untuk dijawab dan hasil dari jawaban tersebut diambil untuk dijadikan sebagai sampel, kemudian dengan hasil yang diperoleh tersebut diuji apakah pernyataan tersebut memiliki kelayakan untuk dilanjutkan atau tidak. Pertanyaan atau pernyataan dalam koesioner diukur dengan skala liker (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju) (Sakaran dan Uma, 2006).

3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur (apakah suatu system layak digunakan atau tidaknya) suatu instrument diukur (Ali, 2017).

Uji validitas merupakan suatu proses menilai isi suatu instrumen untuk melihat seberapa akurat instrumen tersebut bila digunakan dalam suatu penelitian. Pengujian tersebut dimaksudkan untuk memastikan apakah suatu alat ukur cukup akurat dalam mengekstraksi data dari variabel. Jika nilai t_{hitung} total item $> t_{tabel}$ maka butir kuesioner valid dan jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka kuesioner tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Kapasitas suatu instrumen untuk mengukur sesuatu secara konsisten sepanjang waktu tersirat dalam reliabilitas. Dengan demikian, konsistensi atau tidak berubah merupakan kata penting untuk standar kualifikasi suatu alat ukur.

Suatu instrumen dikatakan dependen jika instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil yang sama ketika digunakan untuk mengukur hal yang sama beberapa kali. Ini adalah proses menentukan ketergantungan instrumen. Rumus Cronbach's Alpha digunakan dalam penelitian ini sebagai alat untuk menilai reliabilitas kuesioner. Reliabilitas didefinisikan sebagai Cronbach's Alpha $> 0,600$ (Ghozali, 2006).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik adalah alat uji yang pemanfaatnya untuk menguji asumsi yang ada pada pemodelan regresi berganda. Uji asumsi klasik tergolong menjadi beberapa bagian diantaranya:

3.8.1 Uji normalitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali paling tidak oleh responden yang sama (Ali, 2017).

Karena model regresi yang layak mempunyai sebaran data normal atau mendekati normal, maka tujuan uji normalitas adalah untuk memastikan apakah variabel terikat (variabel terikat) dan variabel bebas (variabel bebas) dalam model regresi mempunyai sebaran data normal atau tidak.

Tujuan uji normalitas data adalah untuk memastikan apakah data yang diperoleh mewakili populasi normal atau berdistribusi normal. Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji ini. Kriteria berikut diterapkan untuk mendefinisikan kenormalan:

1. Signifikansi uji (α) = 0,05
2. Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
3. Jika $\text{Sig} < \alpha$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2013), uji heteroskedastisitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah dalam suatu model regresi terdapat ketimpangan atau perbedaan *varians residual* (kesalahan) antara pengamatan satu dengan lainnya.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dan residual. Dalam pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas ada hal yang harus diamati yaitu :

- 1) Apabila terdapat data berbentuk suatu pola, seperti titik-titik yang bergelombang, melebar dan kemudian menyemping serta teratur sehingga membentuk suatu pola tertentu maka dikatakan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Apabila tidak membentuk suatu pola dan penyebarannya merata baik dibagian atas dan dibawah angka nol maka dikatakan tidak ada heterokedastisitas pada penelitian tersebut.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai tolerance dan VIP, jika antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi atau lebih dari 0,900, maka hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas atau jika nilai tolerance kurang dari 0,100, atau nilai VIF (lebih dari 10), maka hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas.(Melanda, 2019).

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah tindakan yang dilakukan peneliti dalam hal memeriksa, membersihkan, mengubah dan membuat pemodelan data yang tujuannya adalah untuk memberikan informasi dan memberi petunjuk kepada peneliti apakah produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik. Tujuannya yaitu mengetahui pengaruh produk dan Kualitas Pelayanan

terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik (Misbahuddin dan Hasan, 2013). Adapun uji-uji yang terdapat pada teknis analisis data menurut (Siregar, 2011) Yaitu:

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai data – data yang berbentuk angka kedalam suatu kalimat agar mudah dipahami. Data yang dipaparkan ini merupakan karakteristik responden. Pada penelitian ini, karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur dan tingkat capaian responden yaitu :

1. Karakteristik Responden

Menurut Amirin (1989), mengatakan bahwa responden merupakan suatu subjek penelitian yang berguna untuk menjadi sumber lewat tanggapan melalui pertanyaan yang telah ditentukan oleh peneliti.

Menurut Arikato (2006), mengatakan bahwa responden adalah subjek penelitian atau seseorang yang dimintai jawaban terkait fakta soal topik tertentu.

3.9.2 Regresi linier berganda

Yaitu analisis yang dipakai untuk menghitung ada tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependen. Ada dan tidaknya pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik dapat diketahui menggunakan analisis regresi linier berganda,

Rumus uji regresi linier berganda dengan dua prekditor sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \sum$$

Keterangan:

Y = pendapatan agen BRILink

X_1 = produk

X_2 = kualitas pelayanan

α = Konstanta

b_1, b_2 = Variabel bebas dan koefisien regresi

Σ = Standar error

3. Uji Hipotesis

a) Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipergunakan oleh peneliti untuk melihat besar kecilnya presentasi yang disumbangkan dari pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen BRILink di desa tanjung pauh mudik secara simultan melalui aplikasi SPSS versi 2.0 for windows, dengan memperhatikan nilai tabel R^2 (*Adjusted R Square*) pada *Mode Summary*.

Koefisien determinasi dikaji untuk menganalisis pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y dengan $0 < R^2 < 1$

Jika koefisien korelasi mendekati +1 atau -1 berarti ikatan antar variabel tersebut semakin berpengaruh, dan jika koefisien korelasi mendekati angka 0 berarti hubungan antar variabel tersebut semakin melemah.

b) Uji T

Uji T difungsikan untuk mengetahui ada ikatan atau tidaknya variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Beberapa asumsi yang harus dipahami peneliti untuk menarik kesimpulan apakah data tersebut berpengaruh atau tidak, berikut langkah-langkah yang harus dipahami diantaranya yaitu:

1) Jika t hitung $>$ dari t tabel atau t statistik $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen .

2) Jika t hitung $<$ t tabel atau t statistik $>$ 0,05 dipastikan H_a ditolak dan H_0 diterima sehingga kesimpulannya tidak ada ikatan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c) Uji Parsial (Uji F)

Tujuan uji F yaitu menjabarkan kedua variabel bebas apakah kedua variabel tersebut memiliki ikatan dengan variabel terikat. Uji F memiliki kriteria dalam pengambilan keputusan yakni:

1) Jika F hitung $>$ F tabel atau F statistik $<$ 0,05, jelas bahwa H_0 tertolak dan H_a diterima, sehingga kesimpulannya terdapat ikatan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat

2) Jika F hitung $>$ F tabel atau F statistik $>$ 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data responden penelitian disajikan agar dapat dilihat dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Link Tanjung Pauh mudik.

4.1.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat di tunjukan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	27	61,36%
Perempuan	17	38,64%
Total	44	100%

Sumber: Data primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat di ketahui jenis kelamin responden nasabah BRI Link Tanjung Pauh Mudik. Pada tabel tersebut menunjukkan jumlah responden laki-laki sebanyak 27 dan jumlah responden perempuan sebanyak 17.

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase
18-27	33	75%
28-45	11	25%
Total	44	100%

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan responden yang usia 18-27 tahun sebanyak 33 orang, sedangkan dari usia 27-45 tahun sebanyak 11 orang. hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang banyak menggunakan jasa BRI Link adalah nasabah yang berumur 18-27 tahun.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sebuah butir pernyataan yang dikatakan valid apabila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} Nilai diperoleh dari *Degre of Freedom* yaitu $DF= n-2$ dengan “n” merupakan jumlah sampel. Selain itu, taraf signifikan dari r_{tabel} yaitu

sebesar 5% jadi $DF = 44 - 2 = 42$, maka nilai dari r_{tabel} jika dilihat pada tabel r adalah 0,297 yang artinya nilai r_{hitung} harus diatas angka 0,297 dan dikatakan butir pernyataan tersebut valid. Hasil analisis menggambarkan bahwa semua butir pernyataan pada Kedekatan Emosional dan *Store Atmosphere* bisa digunakan karena nilai r_{hitung} lebih tinggi dari nilai r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat uji validitas.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Produk BRI Link (X1)

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Produk BRI Link (X1)	P1.x1	0,832	0,297	Valid
	P2.x1	0,830	0,297	Valid
	P3.x1	0,721	0,297	Valid
	P4.x1	0,840	0,297	Valid
	P5.x1	0,824	0,297	Valid
	P6.x1	0,800	0,297	Valid
	P7.x1	0,827	0,297	Valid
	P8.x1	0,909	0,297	Valid

Sumber : Pengolahan SPSS V.23.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dengan pengolahan data tersebut, seluruh butir pernyataan tersebut di katakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan (X2)

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
KUALITAS PELAYANAN (X2)	P1.x2	0,810	0,297	Valid
	P2.x2	0,766	0,297	Valid
	P3.x2	0,691	0,297	Valid
	P4.x2	0,808	0,297	Valid
	P5.x2	0,704	0,297	Valid

	P6.x2	0,754	0,297	Valid
	P7.x2	0,825	0,297	Valid
	P8.x2	0,738	0,297	Valid

Sumber : pengolahan data SPSS V.23

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dengan pengolahan data tersebut, seluruh butir pernyataan tersebut di katakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Y)

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pendapatan (Y)	P1.Y	0,689	0,297	Valid
	P2.Y	0,778	0,297	Valid
	P3.Y	0,676	0,297	Valid
	P4.Y	0,606	0,297	Valid
	P5.Y	0,670	0,297	Valid

Sumber : pengolahan data SPSS V.23

Yang mana hasil dari uji validitas dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel Y ini dari keseluruhan yang mana terdapat 5 pertanyaan dan dengan nilai 0,05% yang mana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil dari uji validitas ini dianggap Valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan Uji validitas ke tiga variabel tersebut yakni Variabel Produk BRI Link (x1), KUALITAS PELAYANAN (x2), dan Pendapatan (Y). Berikutnya uji reabilitas tujuan dari uji reabilitas ini untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran menggunakan instrumen penelitian ini tetap *reliabel*, meskipun dilakukan pengukuran berulang dan hasil

akhirnya akan tetap sama. Alat ukur yang digunakan adalah *cronbach alpa* melalui program *SPSS V 23*. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpa* $>0,60$. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	> <	r Kritis	Keterangan
Produk BRI Link	0,951	>	0,600	<i>Reliabel</i>
KUALITAS PELAYANAN	0,931	>	0,600	<i>Reliabel</i>
Pendapatan	0,859	>	0,600	<i>Reliabel</i>

Sumber : pengolahan data *SPSS V.23*

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas data dinyatakan *Reliabel*, sebab nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,60.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, data variabel dependen dan independen yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian dengan menggunakan uji perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan program *SPSS V.23*. dengan nilai signifikan 0,05. Bila berdistribusi normal data tersebut bernilai $>0,05$ maka H_0 diterima , jika data tersebut tidak berdistribusi normal bernilai $<0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56405010
	Absolute	.109
Most Extreme Differences	Positive	.073
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber :pengolahan data SPSS V. 23

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residu berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Metode yang dilakukan dengan menggunakan uji *glaser*, uji *glaser* adalah meregresikan antara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, dimana apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas variabel penelitian ini menggunakan program

SPSS V.23

Tabel 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.807	.791		1,020	.314
¹ Produk BRI Link.x1	.082	.049	.556	1,682	.100
KUALITAS PELAYANANx2	-.064	.055	-.388	-1,173	.248

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : pengolahan data SPSS V.23

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi Produk BRI link sebesar 0,100, dan Kualitas pelayanan sebesar 0,248 sehingga secara keseluruhan variabel X memiliki tingkat signifikansi yang lebih tinggi dari nilai P 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dari data yang diperoleh.

3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi dikatakan baik jika ditandai dengan tidak terjadinya interkorelasi antar variabel independen (tidak terjadi gejala Multikolinieritas. Untuk mengetahui akurat atau tidaknya gejala Multikolinieritas yaitu menggunakan metode *tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Nilai *tolerance* yang dipakai untuk mengetahui Multikolinieritas adalah nilai *tolerance* jika lebih dari $>0,10$ maka tidak terjadi Multikolinieritas dan jika nilai *VIF* lebih kecil dari $<10,00$ maka tidak terjadi Multikolinieritas.

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Produk BRI Link.x1	.206	4.850
Layanan.x2	.206	4.850

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : pengolahan data SPSS V.23

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0,206 > 0,10$ dan nilai *VIF* $4.850 < 10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas.

4.2.3 Hasil Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (*dependent.*) model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel- variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS V 23.

Tabel 4.10

Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,783	1,680		4.037	.000
1 Produk BRI Linkx1	.211	.104	.401	2.035	.048
Layanan.x2	.260	.116	.442	2.244	.030

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : pengolahan data SPSS V.23

Berdasarkan table 4.10 output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,783 + 0,221X_2 + 0,260X_1$$

Dari persamaan persamaan tersebut dapat di ambil kesimpulan:

1. Konstanta sebesar 6,783 menyatakan Produk BRI Link dan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Pendapatan Agent.
2. Nilai regresi 0,221 X_1 (positif), artinya variabel Produk BRI link (X_1) meningkat dengan asumsi variabel Kualitas pelayanan (X_2) dalam keadaan tetap, maka Pendapatan Agent (Y) akan meningkat positif. Koefisien bernilai positif antara Produk BRI Link terhadap Pendapatan Agent yang menyatakan bahwa variabel X_1 mempunyai pengaruh positif terhadap Y.
3. Nilai regresi 0,260 X_2 (positif), artinya variabel Kualitas pelayanan (X_2) meningkat dengan asumsi variabel Produk BRI Link (X_1) dalam keadaan tetap, maka Pendapatan Agent (Y) akan meningkat positif. Koefisien bernilai positif antara KUALITAS PELAYANAN terhadap Pendapatan Agent yang menyatakan bahwa variabel X_2 mempunyai pengaruh positif terhadap Y.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 0,05, adapun syarat uji t adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.11
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,783	1,680		4,037	.000
¹ Produk BRI Link x1	.211	.104	.401	2,035	.048
Layanan x2	.260	.116	.442	2,244	.030

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : pengolahan data SPSS V.23

Untuk mencari hasil Uji t maka di gunakan Rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}t \text{ tabel} &= t (\alpha / 2 : n-k-1) \\ &= 0,025;44-2-1 \\ &= 0,025;41 \\ &= 2,020\end{aligned}$$

Keterangan :

$\alpha = 0,05$ (5%)

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = jumlah sampel (responden)

Hasil pengujian hipotesis secara persial melalui uji t diperoleh thitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa:

- a. Variabel Produk BRI Link dengan t hitung sebesar 2,035 dan nilai t tabel sebesar 2,020 dan nilai signifikan pada variabel yaitu $0,048 > \alpha$ 0,05 dalam hal ini t hitung lebih besar dari t tabel, maka dengan demikian secara empiris H_1 diterima dan menolak H_0 , maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel Produk BRI link berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pendapatan Agent.
- b. Variabel kualitas pelayanan dengan t hitung sebesar 2,244 dan nilai t tabel sebesar 2,020 dan nilai signifikansi pada variabel Kualitas pelayanan yaitu $0,030 < \alpha$ 0,05 dalam hal ini t hitung lebih besar dari t tabel, maka dengan demikian secara empiris H_1 diterima dan menolak H_0 , maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pendapatan Agent.

2. Hasil Uji F

Uji hipotesis secara simultan digunakan untuk melihat apakah semua

variabel independen yang dimaksudkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F penelitian ini dapat dilihat melalui tabel *Anova*^b berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	215,447	2	107,724	41,988	.000 ^b
Residual	105,189	41	2,566		
Total	320,636	43			

a. Dependent Variable: pendapatan.Y

b. Predictors: (Constant), Layanan.x2 Produk BRIL.x1

Sumber : pengolahan data SPSS V.23 (Lampiran 12)

Untuk mencari F tabel maka memerlukan rumus sebagai berikut:

$$F \text{ Tabel} = \frac{df(N1)}{df(N2)} = \frac{k-1}{n-k}$$

$$df(N1) = 3-1$$

$$df(N1) = 2$$

$$df(N2) = 44-3$$

$$= 41$$

$$= 41$$

$$= 41$$

Jadi nilai F tabel $2/41 = 3,22$

Keterangan:

K = Jumlah variabel *independen* (bebas)

n = Jumlah sampel (*responden*)

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui aplikasi SPSS V.23 seperti

pada tabel *Anova*^b diatas menunjukkan adanya pengaruh secara simultan atau pengaruh secara bersama-sama antara variabel Produk BRI link (X1), kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel Pendapatan Agent (Y). Hal ini ditandai dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang di peroleh dari output data olahan aplikasi *spss v 23* yaitu $41,988 > 3,22$ maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan Produk BRI link dan KUALITAS PELAYANAN mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Agent.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, melalui pengujian serentak. Dari koefisien determinasi dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis *regresi linear* berganda menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 nilai R^2 yang kecil berarti variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi *dependen*. Dari koefisien determinasi dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis berganda menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase kedekatan emosional dan *store atmosphere*

terhadap loyalitas nasabah, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.656	1,602

a. Predictors: (Constant), Layanan.x2, Produk BRI.x1

Sumber : pengolahan data SPSS V.23 (Lampiran 13)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji R^2 diketahui nilai *R Square* sebesar 0,656, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh Produk BRI link (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) terhadap Pendapatan Nasabah (Y) secara simultan adalah sebesar 0,656,(65,6 %), jadi sisanya (100% - 0,656 % = 34,4%) dipengaruhi oleh variabel yang lain.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Produk BRI Link Terhadap Pendapatan Agent

Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana tiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Dapat dikatakan pelanggan dalam membeli barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya saja tetapi lebih dari itu. Pelanggan tersebut tersedia untuk membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. (Wardani & Triyono, 2019). Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono, 2005).

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Produk BRI Link terhadap Pendapatan Agent. Berdasarkan hasil pengolahan data yang peneliti lakukan, menunjukkan bahwa Produk BRI Link berpengaruh positif terhadap Pendapatan Agent. Artinya semakin baik Produk BRI Link maka Pendapatan Agent juga semakin tinggi, dan juga terdapat keterkaitan antara variabel Produk dan variabel Pendapatan. Hal ini dapat dilihat adanya hubungan linier antar kedua variabel tersebut.

Produk BRI Link merupakan salah satu Bentuk Kemajuan Transaksi, ada beberapa contoh Produk BRI Link salah satunya setor Tunai. Hal ini di tunjukan oleh hasil penelitian dari (Nuramalia, 2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa BRILink di Pondok Zhafira Palopo., dan hasil penelitian dari (Pebriana, 2020) dengan judul Implementasi Program BRILink Branchless Banking pada konsumen (Studi di Kecamatan China Kabupaten Bone.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pendapatan Agent BRILink

Kualitas dari suatu pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. (Amran, 2021). Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa

yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Firmansyah & Haryanto, 2019).

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Fandi Djiptono mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dan tuntutan, keselarasan dalam penggunaan, pembaharuan, lolos dari kesalahan, memenuhi segala kepentingan pelanggan, mengerjakan sampai akhir dengan bersungguh-sungguh untuk menyenangkan hati pelanggan. (Tjiptono, 2005).

Sedangkan Bagi (Wijaya, 2011) Kualitas ialah segala hal yang di tentukan oleh konsumen. Maksudnya adalah kualitas dilandaskan berdasarkan dengan keahlian konsumen atau pelanggan yang secara actual terhadap jasa atau produk yang di ukur berdasarkan ketentuan-ketentuan tertentu. Layanan merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak dapat didefinisikan tidak berwujud, yang merupakan obyek utama dari transaksi yang dirancang untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. (Satriyanti, 2012).

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Kualitas Pelayanan Agent BRI Link terhadap Pendapatan Agent. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Agent. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian

yang di lakukan oleh (Nuramalia, 2019) Dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa BRILink di Pondok Zhafira Palopo dan sejalan dengan hasil penelitian (Karisma, 2017) Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.

4.3.3 Pengaruh Produk BRI Link dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Pendapatan Agent

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk BRI Link dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Agent. Berdasarkan uji simultan (uji F) dapat dijelaskan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ Artinya H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Produk BRI Link dan Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Pendapatan Agent.

Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk BRI Link Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pendapatan Agent BRI Link Tanjung Pauh Mudik. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui fenomena tersebut antara lain, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa BRILink di Pondok Zhafira Palopo (Nuramalia, 2019) Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus (Karisma, 2017), dan Implementasi Program

BRILink Branchless Banking pada konsumen (Studi di Kecamatan China Kabupaten Bone) (Pebriana, 2020).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan analisis data mengenai pengaruh Produk BRI Link dan Kualitas pelayanan Terhadap Pendapatan Agent BRI Link (studi kasus Kecamatan Danau Kerinci Barat) dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Produk BRI Link dengan t_{hitung} sebesar 2,035 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,020 maka dengan demikian secara empiris H_{a1} diterima.
2. Terdapat pengaruh Kualiyas pelayanan dengan t_{hitung} sebesar 2,244 dan nilai t_{tabel} sebesar 2.020 maka dengan demikan secra empiris H_{a2} diterima.
3. Terdapat pengaruh secara simultan atau pengaruh secara bersama-sama antara variabel Produk BRI Link (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), terhadap variabel Pendapatan Agent (Y). Hal ini ditandai dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $41,988 > 3,22$ maka H_{a3} diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain

yang mempengaruhi Pendapatan Agent, selain dari Produk BRI Link dan Kualitas pelayanan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah variabel penelitian menjadi lebih baik dan diperoleh informasi yang lebih lengkap serta luas tentang Produk BRI Link dan Kualitas pelayanan terhadap Pendapatan Agent dan diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel objek yang digunakan lebih banyak lagi agar hasil analisis dari penelitian lebih akurat.
3. Bagi pihak BRI Link Kecamatan Danau Kerinci Barat agar dapat meningkat kepuasan nasabah agar BRI Link lebih maju. Semakin banyak yang dirasakan kepuasan nasabah maka semakin banyak keinginan nasabah yang ingin menggunakan jasa BRI Link .

5.3 Keterbatasan penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sesuai ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian adalah masalah data yang diberikan dan masalah dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustakarya,2009)
- Andespa, R. (2017). Pengaruh faktor psikologis terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177-191.
- Anggreini, C. R. (2019). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Media Sosial, dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung di BNI Syariah Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Asnisah, A. (2022). *Analisis persepsi dan minat pelaku UMKM terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sindanglaya Kotanopan* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Auliya, H. (2022). *Peranan Agen BRILink dalam Memfasilitasi Kelancaran Perekonomian Masyarakat di Desa Lero (Analisis Manajemen Keuangan Syariah)* (Doctoral dissertation, IAIN parepare).
- Basu Swasta. *Pengantar Bisnis Modern*. (Cetakan Ketiga. Liberty: Yogyakarta:1993)
- BRI Corporate University Devisi Transaction Bank Petunjuk Pelaksanaan Brilink EDC*, (Dokumentasi BRI Unit BAE Kudus , 2016)
- Dapartemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Madina: Al- Karim Fadh,1990)
- Dapartemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*,(Bandung: CV. Diponegoro,2005)
- Djoko Mulyono, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi, 2015)
- Dwi Martani Dkk. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Edisi 2, Penerbit: Salemba Empat,2016.
- Dwi Putra Intan Sari, *Analisis Keputusan Dalam Menggunakan LAYANAN BRILINK Dengan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process)*, Skripsi Universitas Imam Bonjol Padang, 2017
- Eldon S. Hendriksen, *Teori Akuntansi*,(terjemahan), Alih bahasa :Wilmiyono: 2000 Edisi 4, Jakarta, Erlangga.

Fandi Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Edisi V. Yogyakarta 2005 Penerbit Andi)

Faturahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013)

Gregor Polncic, *Empirical Research Method Poster*, 2007

Harapah, Sofyan Syafari, *Teori Akuntansi*, tahun: 2000 penerbit Raja Grafindo Persada Jakarta.

hmawati, S. (2023). *ANALISIS MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN SI HASANAH PADA BMT SYARIAH JAYA ABADI KECAMATAN GIRI MULYA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno).

<http://www.info-perbankan.com/> Diakses pada 20 Maret 2019 by Antin Utami Dewi

<http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf>. (diakses tanggal 15 Oktober 2020 Jam 7:00)

[Http://Www.Simulasikredit.Com](http://www.simulasikredit.com). Diakses Tanggal 28 Februari 2019

[Http://www.statistikian.com/2017/2/hitung-rumus-slovin-sampel.html](http://www.statistikian.com/2017/2/hitung-rumus-slovin-sampel.html) (Diakses 12 Januari 2020)

[Https://bri.co.id](https://bri.co.id) Hadits shahih, diriwayatkan oleh Ibnu Hibban (3239 dan 3241), Al Hakim (II/4), Al Baihaqi (V/264 dan 265), Abu Nu'aim dalam Al Hilyah (III/156-157) dari jalur Muhammad Bin Al Munkadir dari Jabir.

Ikatanan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta: 2002

Ismail, *Perbankan syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011)

Izza Ismah Karima, *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Di Agen Brilink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejubo Kudus*, Skripsi Stain Kudus, 2017.

J.Paul Peter Dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. (Damos Sihombing. Dan Yati Sumiharti. Terjemahan). Jakarta: Erlangga, 1996

Jeane Elisabeth Lelengboto, " *Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku Agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung*,

Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.5. No.4. 2017: h. 457-480

- Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)
- Kolter, Philip, dan Armstrong G., 2004, *Principle of Marketing*, 10th Edition/ Internasional Edition, Prentice Hall New Jersey
- Kotler, Philip & Keller, K.L, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 2. (Bob Sabran Terjemahan). Jakarta: Erlangga, 2009
- Kusuma, O. B. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA GUNUNG (Studi Kasus Pada Pt Roda Pasifik Mandiri Terboyo Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Semarang).
- M. Nur Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004
- Misbahuddin, dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic*, (Edisi II, Cet. 2, Jakarta; Bumi Askari 2013)
- Mulyadi, *System Akutansi*, edisi ke-3, cetakan ke-5. Penerbit Salemba. Empat, 2010
- Neni Sri Imaniyati, *Pengantar Hukum Perbankan Indonesia*, (Refika Ditamin, Bandung, 2010)
- Nurhasyimad. Bab 2 Tinjauan Pustaka 2.1 Pengertian Pelayanan (2010).
- Parasuraman A Valeria. *Delivering Quality Service*. (Diterjemahkan Oleh Sutanto) New York. The Free Press: 2001
- Pebriana, A. (2020). *Implementasi Program Branchless Banking Bri Link Pada Konsumen (Studi Pada Kecamatan Cina Kabupaten Bone)* (Doctoral dissertation, IAIN Bone).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK/03/2014 *Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif*
- Prayitno, D. *Tehnik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media, 2014
- PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, [Http:// www.bri.co.id](http://www.bri.co.id) tentang BRILink Diakses Tanggal 28 Februari 2019
- Purnama, Lingga *Strategi Marketing Plan, Edisi kedua :2003, BPFE, yogyakarta*
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy. Jember. Cahaya Ilmu*.

- Rosa Komalasari, "Perindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan Di Kantor Cabang BRI Parakan" , (Semarang : Fakultas Hukum Universitas Deponegoro, Vol. 14 No.1 Tahun 2018)
- Sam Ratulangi", (program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, vol.5. No.4, 2017:457-480)
- Sari, A. W. (2024). *IMPLEMENTASI PENGAKUAN PENDAPATAN WARALABA BERDASARKAN PSAK NO. 72 DI BAKSO KOTA CAK MAN MALANG* (Doctoral dissertation, STIE Malangucecwara).
- Siregar Sofyan, *Statistic Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPPSSVersi 20* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) hal. 154
- Soemarso S. R *Akuntansi Sautu Pengantar*, Jilid 2, Edisi 4, Jakarta:2000 PT Rineka Cipta
- Soemarso. S. R *Akuntansi Pengantar*. Edisi lima (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif Dan R & D*. Cet.20 (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Sulisti, O. (2023). *Penetapan tarif transfer tunai dan penarikan uang melalui Brilink di Kecamatan Padangsidempuan Tenggara* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15-24.
- Surat Edaran Ototitas Jasa Keuangan Nomor 6/SEOJK.03/2015 bagian V. Kerjasama Penyelenggara Laku Pandai tentang Persyaratan Agen Laku Pandai
- Suryani, E. Y., & Berutu, A. G. (2022). Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Fee Transaksi BRILink. *Journal of Sharia Economic Law*, July. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v4i1>.
- Susan M.Gage. *Strategi Pelayanan Pelanggan*. Jakarta:Erlangga,2006
- Suyanti, S. (2021). *PENGARUH PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK DI KOTA PALOPO* (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO).
- Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: 2011 PT.Indeks.)

Uma Sakaran. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. (Edisi IV. Jakarta; Salemba Empat 2006)

Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)

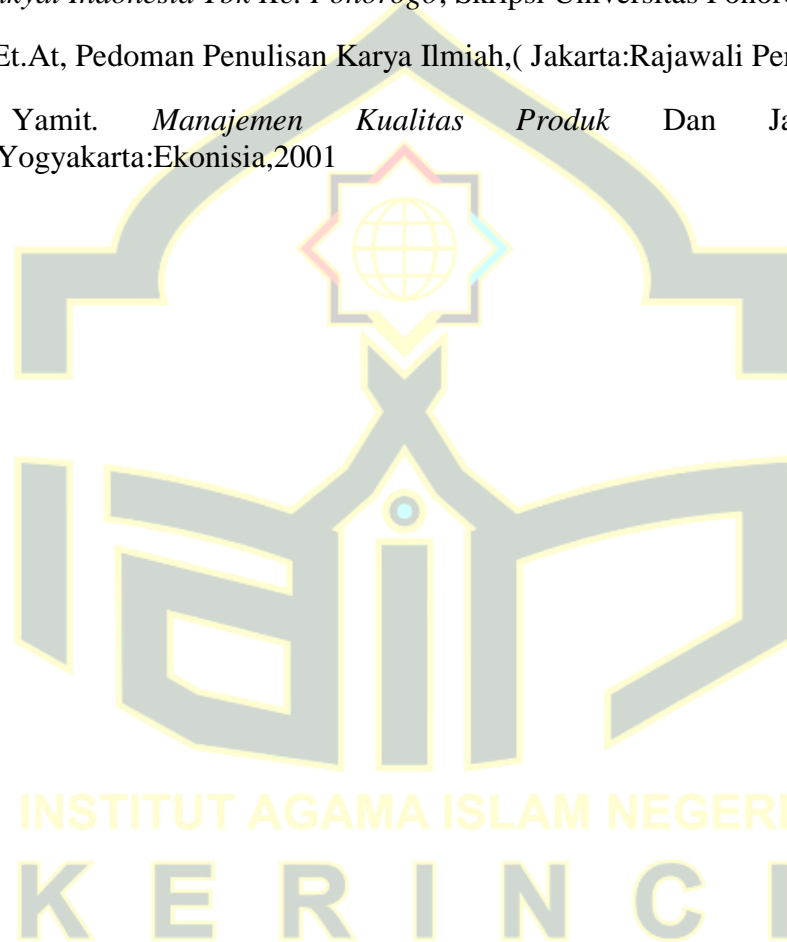
William J.Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga 1996),h.222.

Wisnu Candra Krisiaji, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga:2001

Yuliani Dianti, *Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Brilink Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kc. Ponorogo*, Skripsi Universitas Ponorogo, 2018.

Zuhaira, Et.At, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*,(Jakarta:Rajawali Pers, 2016)

Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Cet. 5.Yogyakarta:Ekonisia,2001



LAMPIRAN I

KUESIONER

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh LAYANAN BRILINK dan KUALITAS PELAYANAN Terhadap Pendapatan Agen BRILink Di Kecamatan Danau Kerinci Barat

Identitas Responden

Nama :

Nama Agen BRILink :

Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

Usia :

<20

21-30

31-40

41-50

>51

Pendidikan :

SD

SMP

SMA

S1

S2

Desa

:

- Pancuran Tiga
- Tanjung Pauh Mudik
- Bukit Pulai
- Punai Merindu
- Sumur Juauh
- Permai Baru
- Tanjung Pauh Hilir
- Serumpun Pauh
- Pondok Siguang
- Koto Tengah
- Semerap
- Koto Baru Semerap
- Pasar Semerap
- Koto Patah
- Lainnya

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

Petunjuk pengisian:

Kuesioner ini terdiri dari 17 pernyataan, yang terdapat 5 pilihan jawaban

Sangat Setuju (SS) : 5

Setuju (S) : 4

Kurang Setuju (KS) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Berilah tanda \checkmark pada jawaban yang dipilih

NO	Pernyataan	KETERANGAN				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
LAYANAN BRILINK (X1)						
1	Produk setor tunai pada brilink banyak di minati oleh masyarakat sekitar					
2	Produk Tarik tunai pada brilink banyak di minati masyarakat sekitar					
3	Produk Tarik tunai pada brilink tidak banyak di minati masyarakat					
4	Produk transfer pada BRILink banyak di minati masyarakat sekitar					
5	Produk transfer pada BRILink tidak banyak di minati masyarakat sekitar					
6	Produk pembayaran listrik, pembelian token dan pembelian pulsa pada BRILink banyak di					

	minati masyarakat sekitar					
7	Produk pembayaran listrik, pembelian token dan pembelian pulsa pada BRILink tidak banyak di minati masyarakat sekita					
KUALITAS PELAYANAN (X2)						
8	Fasilitas agen BRILink menarik dan letak strategis					
9	Desain interior agen BRILink menarik					
10	Kemampuan agen BRILink dalam merespon masalah yang dihadapi nasabah/pengguna jasa					
11	Ketepatan agen BRILink dalam memberikan informasi					
12	Kemudahan pelayanan yang diberikan kepada nasabah agen BRILink					
13	Kecepatan dan kesigapan dalam menangani keluhan*					
14	Proses pelayanan cepat kurang dari 15 menit					
15	Kejujuran agen BRILink					
16	Agen BRILink memberikan perhatian terhadap pengguna jasa yang mengalami kendala					
17	Agen BRILink ramah dan sopan kepada nasabah					
Pendapatan (Y)						
18	Volume penjualan (sedikit/banyaknya transaksi)					

	mempengaruhi pendapatan					
19	Pendapatan akan bertambah jika agen mampu mencapai batas target yang telah ditetapkan					
20	Agen mendapatkan keuntungan dari pihak bank dari setiap transaksi yang dilakukan					
21	Keuntungan agen bertambah ketika nasabah bertransaksi pada bank yang berbeda					
22	Agen mendapatkan keuntungan dari setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah					
23	Semakin besar jumlah transaksi yang dilakukan oleh nasabah maka semakin besar hasil yang diperoleh					

LAMPIRAN II

JAWABAN RESPONDEN

RESPONDEN	PRODUK BRI LINKL (X1)								X TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	4	5	5	5	5	5	5	39
2	4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	3	3	3	3	3	4	3	25
6	4	5	5	5	4	5	5	5	38
7	5	5	4	5	4	5	4	5	37
8	3	3	3	3	3	4	3	3	25
9	4	4	4	3	4	3	4	4	30
10	4	5	5	4	5	5	4	4	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	5	4	4	5	4	4	4	34
13	4	5	5	4	4	4	4	4	34
14	4	4	3	4	3	4	4	4	30
15	5	4	5	4	4	4	4	4	34
16	5	4	4	4	4	4	4	4	33
17	5	5	4	5	5	4	5	5	38
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	3	4	3	4	4	4	4	30
20	4	4	4	4	4	3	4	4	31
21	4	4	5	4	4	4	4	4	33
22	3	3	3	4	3	3	3	4	26
23	3	3	4	3	3	3	3	3	25
24	5	4	5	5	5	4	5	5	38
25	4	5	4	5	5	5	5	5	38
26	3	3	3	3	2	3	2	3	22
27	3	3	3	2	3	2	3	3	22
28	5	5	4	5	4	5	4	5	37
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	3	4	3	4	4	4	30
31	5	5	4	5	5	4	4	5	37
32	5	4	4	4	5	4	5	4	35
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	3	4	4	3	4	4	3	4	29
35	4	4	4	3	4	3	4	4	30
36	4	4	3	4	3	4	4	4	30
37	3	3	2	3	3	3	2	3	22
38	5	4	5	4	4	4	4	4	34

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN (X2)								X TOTAL			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8				
39	3	3	4	5	4	4	5	3	4	3	35	23
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	31	32
41	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	40	22
42	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	30	22
43	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	29	29
44	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	38	32



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

7	5	4	5	4	4	5	4	4	35
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	3	4	3	3	4	4	3	4	28
10	5	4	5	5	4	5	4	5	37
11	4	5	4	4	5	5	4	4	35
12	4	4	3	4	3	3	3	4	28
13	4	4	4	4	5	4	4	5	34
14	4	4	5	4	4	4	4	4	33
15	4	4	4	4	4	4	4	3	31
16	5	4	4	5	4	5	5	4	36
17	4	4	5	4	5	4	4	4	34
18	4	4	4	4	4	4	4	3	31
19	3	3	4	3	4	3	4	3	27
20	4	4	4	4	4	3	4	4	31
21	5	4	5	4	4	4	4	4	34
22	3	4	4	4	4	3	3	3	28
23	4	3	4	3	3	4	3	3	27
24	5	5	4	5	5	4	5	4	37
25	5	5	5	5	5	4	5	5	39
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	3	3	4	3	4	3	3	3	26
28	5	5	4	4	5	5	5	5	38
29	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	4	4	4	4	3	4	4	4	31
31	5	5	4	5	4	5	4	4	36
32	4	5	4	5	5	4	5	5	37
33	4	5	5	4	4	5	4	4	35
34	4	3	4	4	3	3	4	4	29
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	5	4	5	4	4	4	4	34
37	3	3	3	3	3	3	2	3	23
38	4	4	5	5	4	5	4	4	35
39	3	3	3	3	2	3	3	3	23
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	3	3	3	3	2	3	2	3	22
42	4	4	3	4	3	3	3	3	27
43	4	4	4	4	4	4	4	3	31
44	4	4	4	4	3	4	4	4	31

RESPONDEN	PENDAPATAN AGENT (Y)					Y TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	5	4	5	4	22
2	5	5	4	5	4	23
3	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	5	23
5	4	3	4	3	4	18
6	4	5	4	5	5	23
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	3	4	19
9	4	4	4	4	4	20
10	5	4	5	4	5	23
11	5	5	5	4	5	24
12	4	4	4	3	4	19
13	4	4	4	4	4	20
14	5	4	5	4	4	22
15	5	5	5	4	5	24
16	5	5	4	5	4	23
17	5	5	5	5	5	25
18	4	5	5	4	5	23
19	4	3	4	3	4	18
20	4	5	4	5	5	23
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	3	4	19
23	4	4	4	4	4	20
24	5	4	5	4	5	23
25	5	5	5	4	5	24
26	3	3	4	3	4	17
27	3	3	3	3	3	15
28	5	4	5	4	5	23
29	5	5	5	5	4	24
30	4	5	4	5	4	22
31	5	5	4	5	4	23
32	5	5	5	5	5	25
33	4	5	5	4	5	23
34	4	3	4	3	4	18
35	4	3	4	4	4	19
36	4	5	5	4	5	23
37	4	3	4	3	4	18
38	5	5	5	5	5	25
39	4	3	3	4	4	18

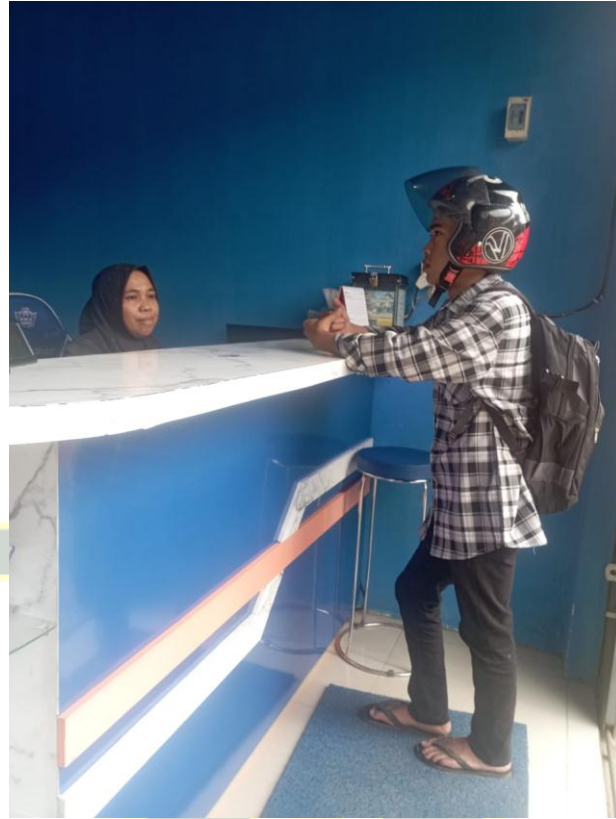
40	5	5	4	5	4	23
41	4	3	3	4	3	17
42	3	4	3	4	4	18
43	5	4	5	4	5	23
44	5	5	4	5	4	23



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

LAMPIRAN III

DOKUMENTASI PENELITIAN





INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	Sonil Trio Ambara
Tempat Tanggal Lahir	Punai Merindu, 19 November 2002
NIM	2010401033
Jurusan	Perbankan Syari'ah
Fakultas	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jenis kelamin	Laki-Laki
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar
Alamat	Punai Merindu, Desa TJ Pauh Mudik
Riwayat Pendidikan	SDN 14/III Punai Merindu MTsN Danau kerinci TJ Pauh MAN 1 Kerinci, Sebukar Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci