

**ANALISIS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN
MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
YANG DIPEROLEH AGEN BRILINK**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

LINDA HERLINA

NIM : 1117 29911

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YAYASAN KELUARGA
PAHLAWAN NEGARA**

YOGYAKARTA

DESEMBER 2021

TUGAS AKHIR

ANALISIS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN YANG DIPEROLEH AGEN BRILINK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

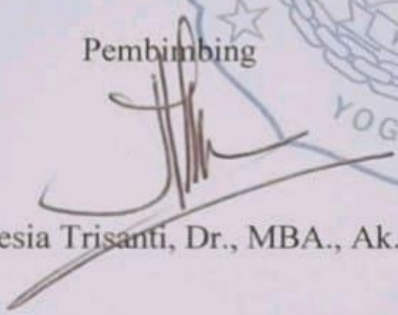
LINDA HERLINA

No Induk Mahasiswa: 111729911

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 3 Januari 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

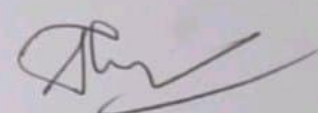
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Theresia Trisanti, Dr., MBA., Ak.

Penguji



Deden Iwan Kusuma, Drs., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 3 Januari 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh positif Analisis layanan, kepercayaan dan kepuasan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan agen BRILink. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat desa tegaldlimo. Metode analisis data yang digunakan adalah Statistical Package for Social Science (SPSS). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan melalui Google Forms dengan total responden 133 orang.

Hasil penelitian ini adalah: (1) layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink dengan nilai t 0,483 dan nilai signifikansi $0,630 > 0,05$; (2) kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink dengan nilai t 1,591 dan nilai signifikansi $0,114 > 0,05$; (3) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink dengan nilai t 5,075 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (4) nilai *Adjusted R Square* diperoleh angka 0,548 yang artinya 54,8%.

Kata kunci: Layanan, Kepercayaan, Kepuasan, Dan Pendapatan Agen BRILink.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to examine the positive effect of service analysis, trust and community satisfaction in increasing the income of BRILink agents. The sample in this study used purposive sampling method. . This type of research is quantitative research. The population of this study is the village community of Tegaldlimo. The data analysis method used is the Statistical Package for Social Science (SPSS). The data collection technique used a questionnaire distributed through Google Forms with a total of 133 respondents.

The results of this study are: (1) service has no positive and significant effect on the income of BRILink agents with a t value of 0.483 and a significance value of 0.630 > 0.05 ; (2) trust has no positive and significant effect on the income of BRILink agents with a t value of 1.591 and a significance value of 0.114 > 0.05 ; (3) satisfaction has a positive and significant effect on the income of BRILink agents with a t -value of 5.075 and a significant value of 0.000 < 0.05 ; (4) the value of Adjusted R Square is 0.548, which means 54.8%.

Keywords: Service, Trust, Satisfaction, And Revenue of BRILink Agents.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan inti sistem keuangan setiap negara yang fungsional (khususnya dibidang pembiayaan ekonomi). sektor Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, termasuk lembaga, bisnis, dan metode serta proses dalam melakukan aktivitas usahanya, dan dunia perbankan dikenal sebagai tempat penukaran uang, transfer uang, atau menerima segala bentuk pembayaran dan titipan ataupun menerima seluruh berbagai wujud pembayaran serta setoran.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wirjaatmadja dengan nama Hulpen Spaarbank dan Bank Dorongan dan Tabungan Inlandsche Bestuurs Ambtenaren milik warga negara Indonesia (priyayi) Priyayi. Pendiri Bank Rakyat Indonesia, Radin Aria Wirjaatmadja pada masa pasca kemerdekaan Republik Indonesia. Seiring berjalannya waktu, dunia perbankan berkembang melalui penyediaan layanan. Bank secara sederhana dapat disebut lembaga keuangan, yang kegiatan utamanya adalah mengumpulkan dana dari warga dan mendistribusikannya ke publik, dan menjual layanan perbankan lainnya. Definisi lembaga keuangan, di sisi lain, adalah sektor yang didedikasikan untuk keuangan yang menghimpun atau menyalurkan dana, atau keduanya menghimpun dan menyalurkan dana (Yushita, 2017).

BRILink merupakan perpanjangan layanan BRI bekerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang mampu memproses transaksi perbankan warga secara online secara real time menggunakan Electronic Information Capture (EDC), Mini

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ATM BRI. BRILink menggunakan konsep fee sharing baik bagi nasabah BRI maupun non BRI, terutama yang tidak mendapatkan pelayanan administrasi dari bank. BRILink juga dapat memberikan layanan keuangan digital atau elektronik kepada nasabah. BRILink tidak hanya mengoptimalkan layanan perbankan umum bagi nasabah, tetapi juga memperkuat nasabah BRI khususnya debitur BRISME. Sebagai agen atas nama BRI untuk menangani transaksi perbankan sipil. Sebagai agen BRILink, debitur memiliki pilihan untuk menerima bonus pendapatan berupa komisi yang dibayarkan oleh BRI (Ruri, 2017)

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi pendapatan agen BRILink?
2. Apakah kepercayaan masyarakat terhadap transaksi mempengaruhi pendapatan agen BRILink?
3. Apakah Kepuasan Nasabah Mempengaruhi Pendapatan Agen BRILink?

TINJAUAN TEORI

Pelayanan Konsumen

Pelayanan dan pemberian dukungan kepada pelanggan menurut Armistead dan Clark (1999) adalah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya yaitu memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan memecahkan masalah pada saat pemberian layanan itu berlangsung.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kepercayaan Konsumen

kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen tentang suatu objek, atribut serta fungsinya. sesuai konsep ini, pengetahuan konsumen erat kaitannya menggunakan pembahasan tentang perilaku, sebab pengetahuan konsumen artinya kepercayaan konsumen. kepercayaan atau pengetahuan konsumen mengacu pada keyakinan bahwa suatu produk mempunyai sifat serta manfaat yg tidak sama dari sifat-sifat tersebut.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2000) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah apa yang dirasakan seseorang setelah memenuhi harapan dan membandingkan karakteristik produk yang mereka sukai.

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Layanan Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Pelayanan (customer service) adalah kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan, dan melalui layanan ini kami memenuhi kebutuhan Dan kebutuhan pelanggan kami. Pada dasarnya, layanan adalah kumpulan kegiatan sebagai proses.

H1: Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan agen BRILink

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Pendapatan Agen Brilink

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kepercayaan tidak mudah diakui oleh pihak lain, namun wajib dibentuk dari awal dan dapat ditunjukkan. Kepercayaan adalah kesediaan individu untuk bergantung pada orang lain. Kepercayaan konsumen terikat pada objek, atribut dan manfaat. Kepercayaan akan tercipta jika kedua pemangku kepentingan memberikan hasil yang positif bagi penggunaannya, sehingga menciptakan minat konsumen.

H2: kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan agen BRILink

3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Pendapatan Agen Brilink

pengertian kepuasan pelanggan artinya sesuatu yg dicari atau diperlukan konsumen buat memuaskan kebutuhannya, mirip barang atau jasa. mempunyai produk atau layanan dengan kualitas terbaik adalah tujuan pelanggan. karena semakin baik kualitas produk atau layanan, maka akan memainkan kiprah krusial pada menarik konsumen yang memiliki peluang, semakin besar kemungkinan pelanggan buat percaya bahwa mereka membutuhkan produk atau layanan.

H3: Kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan agen BRILink

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian meliputi unit analisis, lokasi dan waktu penelitian dilakukan. Unit analisis pada penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen baik dari Mahasiswa ataupun pekerja. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Tegaldlimo dan dilaksanakan pada semester ganjil tahun akademik 2021/2022.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Populasi

Populasi merupakan sekumpulan dari seluruh objek anggota yang diteliti yang mempunyai ciri tertentu (Algifari, 2017). Populasi pada riset ini merupakan pelanggan atau konsumen baik dari pelajar, Mahasiswa ataupun pekerja yang terdapat di Desa Tegaldlimo.

Sampel

Sampel merupakan komponen dari jumlah serta ciri yang dipunyai oleh populasi (Sugiyono, 2016). Ilustrasi pada riset ini merupakan pelanggan ataupun konsumen baik dari Mahasiswa maupun pekerja mulai dari usia 17 hingga 60 Tahun.

Sumber Data

Data primer (*primary data*) digunakan sebagai sumber pada penelitian ini. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Penelitian ini dikumpulkan dari tanggapan responden berupa kuesioner yang berisi pernyataan tentang Layanan, kepercayaan, dan Kepuasan masyarakat serta pendapatan agen BRILink.

Metode Pengumpulan data

Peneliti menggunakan metode kuesioner, yaitu menyebarkan pernyataan-pernyataan yang didistribusikan melalui media *online* seperti Google Forms. Penelitian ini menggunakan skala *Likert*, yaitu pengukuran dengan menyatakan respon setuju atau tidak setuju. Tingkat skala Likert menggunakan lima kriteria yang menggambarkan responden sangat tidak setuju sampai menggambarkan responden sangat setuju.

Jenis dan Definisi Operasional Variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel Independen (X)

1. Layanan (X1)

layanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan.

2. Kepercayaan (X2)

kepercayaan adalah keyakinan salah satu pihak pada keandalan, keabadian, serta integritas pihak lain dalam hubungan serta keyakinan bahwa tindakan mereka merupakan untuk kepentingan terbaik serta membuat akibat positif bagi pihak yg dianggap.

3. Kepuasan (X3)

Kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa seorang yg timbul setelah membandingkan kinerja (yang akan terjadi) yang diharapkan asal produk menggunakan kinerja (atau yang akan terjadi) yang diperlukan.

Variabel Dependen (Y)

1. Pendapatan agen BRILink (Y)

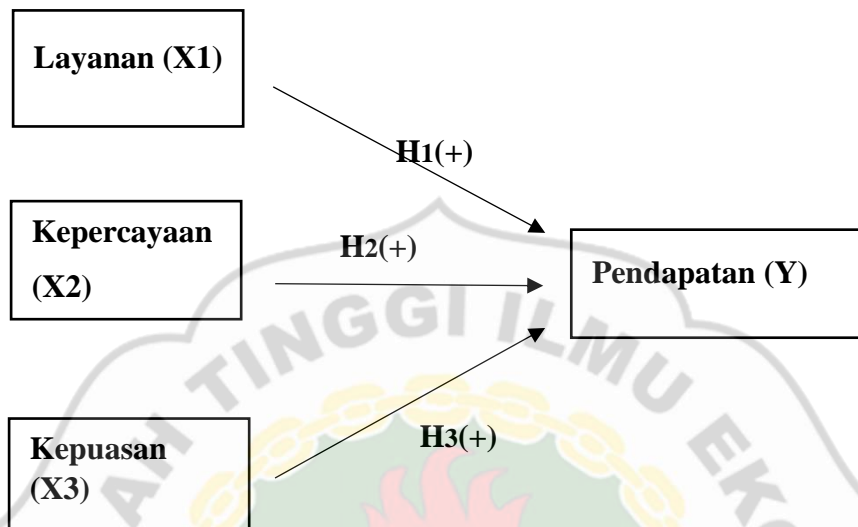
Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan suatu usaha buat membiayai segala pengeluaran serta aktivitas yg akan dilakukan.

Model Penelitian

Berdasarkan dari penelitian terdahulu dan teori terkait, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat digambarkan secara skematis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebagai berikut :



Metode Dan Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas

Dalam penelitian, uji validitas digunakan untuk dapat memastikan bahwa pernyataan yang dibuat dalam kuesioner dapat menunjukkan dimensi yang akan diukur (Algifari, 2017).

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner bersifat reliabel atau tidak.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal dalam model regresi Ghazali (2018).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dari suatu model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual penelitian.

Uji Kualitas Model

Uji F (Uji simultan)

Algifari (2017), pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Algifari (2017), analisis regresi berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Menurut Algifari (2017), analisis regresi berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat.

Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui jumlah variabel bebas yang dapat mengungkapkan variabel terikat.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh positif pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. pendapatan yang diperoleh oleh agen BRILink.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi konsumen/nasabah BRILink.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan gambar di atas, hasil klasifikasi gender untuk perempuan adalah 76% atau 101 dari 133 responden, dan jenis kelamin laki-laki adalah 24% atau 32 dari 133 responden. Berdasarkan data yang diperoleh, proporsi responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis usia

proporsi responden berusia <17-20 adalah 10% atau sebanyak 13, proporsi responden berusia 20-25 adalah 86% atau 115, dan proporsi responden berusia 25-30 Persentase responden per tahun adalah 1% atau sebanyak 1 orang, dan persentase responden usia 30-45 tahun adalah 3% atau sebanyak 4 orang. Berdasarkan data yang diperoleh, responden yang berusia 20-25 memiliki persentase yang paling besar.

3. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil diagram diatas, pekerjaan/jabatan responden yang menjadi konsumen/pelanggan agen BRILink dalam penelitian ini adalah 74% pelajar/mahasiswa atau sebanyak 99 orang, dan persentase wirausaha adalah 12% atau sebanyak 16 orang, Di antaranya mereka, PNS menyumbang 1% atau

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebanyak 1 orang, dan yang lainnya menyumbang 13% atau sebanyak 17 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yang responden bekerja sebagai mahasiswa.

4. Karakteristik responden berdasarkan Konsumen/Nasabah

hasil yang diperoleh dari responden menunjukkan bahwa penelitian yang merupakan pelanggan BRILink memiliki usia menjadi nasabah < 3 Bulan memiliki persentase sebesar 29% (38 Orang), usia menjadi nasabah > 1 Tahun memiliki persentase sebesar 35% (47 Orang), usia menjadi nasabah agen BRILink 1-4 tahun memiliki persentase sebesar 29% (39 Orang) dan usia menjadi nasabah agen BRILink 5-8 tahun memiliki persentase sebesar 7% (9 Orang). Berdasarkan data yang diterima, responden yang paling berpengaruh adalah pelanggan selama setahun, dengan persentase tertinggi.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item valid atau tidak. Uji validitas penelitian ini menggunakan analisis *Product Moment Pearson Correlations* dengan ketentuan jika nilai signifikansi < 0,05 dan bernilai positif, maka dinyatakan valid, sebaliknya, jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ dan bernilai positif atau negatif, maka dinyatakan tidak valid (Algifari, 2017).

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memeriksa apakah kuesioner tersebut reliabel atau tidak. Pengujian data dapat dilakukan dengan mengukur besarnya Cronbachs alpha.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Informasi dikatakan reliabel bila nilai Cronbachs Alpha minimum 0,6 (Algifari, 2017).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam suatu penelitian normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan adalah grafik *probability plot* dan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas. Nilai *tolerance* dan nilai VIF Digunakan untuk memeriksa masalah multikolinearitas. Masalah multikolinearitas terjadi ketika nilai toleransi $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 , sedangkan ketika nilai toleransi *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , tidak ada masalah multikolinearitas. Model ini dianggap baik jika tidak terdapat masalah multikolinearitas (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians pada model regresi dari satu residu pengamatan ke residu pengamatan lainnya. (Algifari, 2017). Data penelitian yang baik adalah tidak ada masalah dispersi yang tidak seragam.

Uji F (Simultan)

Jika signifikansi yang ditentukan dari uji simultan adalah 0,05 dan semua variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

> 0,05 maka tidak semua variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Dari tabel di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel independen adalah: dapat menjelaskan variabel terikat karena nilai perbedaan signifikan lebih kecil dari 0,05.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai ukuran seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2016).

Analisis Regresi Berganda

Tujuan analisis regresi berganda untuk menganalisis hipotesis tentang analisis layanan, kepercayaan, dan kepuasan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan oleh agen BRILink.

persamaan regresi yang diestimasi adalah:

$$Y = 6,709 + 0,057X_1 + 0,213X_2 + 0,759X_3 + e$$

Penjelasan:

1. Konstanta 6,709 artinya jika nilai variabel pelayanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan kepuasan (X_3) sama dengan nol, maka nilai pendapatan (Y) adalah 6,709.
2. Nilai koefisien regresi variabel layanan (X_1) positif yaitu 0,057. Hal ini menjelaskan jika variabel bebas lainnya memiliki nilai yang tetap dan variabel kepribadian mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel pendapatan (Y) mengalami peningkatan 0,057.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kepercayaan (X2) adalah positif sebesar 0,213. hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan (Y) meningkat sebesar 0,213 ketika variabel independen lainnya tetap dan variabel motivasi meningkat sebesar 1 satuan.
4. Koefisien regresi positif untuk variabel kepuasan (X3) adalah 0,759. Artinya, jika nilai variabel bebas lainnya tetap dan lingkungan keluarga variabel tersebut bertambah 1 satuan, maka variabel pendapatan (Y) bertambah sebesar 0,759.

Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil uji T, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh layanan (X1) terhadap pendapatan agen BRILink (Y)

Variabel layanan memiliki nilai signifikansi 0,630 lebih besar dari 0,05 ($0,630 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan yang diperoleh Agen BRILink, sehingga hipotesis pertama dinyatakan tidak didukung.

2. Pengaruh kepercayaan (X2) terhadap pendapatan agen BRILink (Y)

Signifikansi variabel kepercayaan adalah 0,114 lebih besar dari 0,05 ($0,114 > 0,05$). Dari sini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua tidak didukung, karena kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

3. Pengaruh kepuasan (X3) terhadap pendapatan agen BRILink (Y)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tingkat signifikansi variabel kepuasan adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

Pembahasan

1. Pengaruh Layanan terhadap pendapatan Agen BRILink

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan ini tidak mempengaruhi pendapatan agen BRILink. Artinya layanan yang ditanggung oleh Agen BRILink tidak akan mempengaruhi pendapatan Agen BRILink dalam rangka bekerja di Agen BRILink. Hal ini menunjukkan bahwa layanan tersebut tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat konsumen bertransaksi dengan agen BRILink. Hasil ini menunjukkan bahwa Layanan Agen BRILink merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan pelanggan dengan menyeimbangkan harapan pelanggan berupa segala aktivitas pelayanan yang memuaskan penerima layanan

2. Pengaruh kepercayaan terhadap pendapatan Agen BRILink

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink. Oleh karena itu, kepercayaan dapat diartikan sebagai kemauan/kemauan yang saling tergantung antar individu (satu pihak dengan pihak lainnya). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Windiasih (2020), yang menemukan bahwa kepercayaan masyarakat menjadi agen BRILink tidak mempengaruhi pendapatan mereka.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Pengaruh kepuasan terhadap pendapatan Agen BRILink

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Dimensi kepuasan nasabah agen BRILink dapat diartikan berbanding lurus dengan pendapatan agen BRILink. Dengan kata lain, semakin tinggi kepuasan nasabah, semakin kuat dampak positifnya terhadap pendapatan agen BRILink. Oleh karena itu, agen BRILink perlu memperhatikan bagaimana menggunakan layanan agen BRILink untuk memberikan pelayanan yang unggul kepada konsumen agar tercapai kepuasan yang lebih besar. Kepuasan pelanggan atau customer satisfaction juga merupakan faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Konsumen yang puas pasti akan meningkatkan penjualan agen BRILink baik secara langsung maupun tidak langsung, dan kepuasan nasabah akan berpengaruh positif bagi agen BRILink.

Kesimpulan

1. Layanan Brilink tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink. Artinya layanan yang ditanggung oleh Agen BRILink tidak akan mempengaruhi pendapatan Agen BRILink dalam rangka bekerja di Agen BRILink. Hal ini menunjukkan bahwa layanan tersebut tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat konsumen bertransaksi dengan agen BRILink.
2. kepercayaan Brilink tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan agen Hal ini tidak akan mempengaruhi pendapatan masyarakat sebagai agen BRILink. Artinya pengaruh variabel kepercayaan terhadap pendapatan agen BRILink menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan konsumen meningkatkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pendapatan agen BRILink. Kepercayaan pelanggan muncul dari kepuasan pelanggan dengan produk, layanan, dan hasil layanan yang diakui.

3. Kepuasan Brilink berpengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink. Semakin tinggi kepuasan nasabah, semakin kuat dampaknya terhadap pendapatan agen BRILink. Oleh karena itu, agen BRILink perlu memperhatikan bagaimana agen BRILink menggunakan layanan agen BRILink untuk memberikan pelayanan yang unggul kepada konsumen agar tercapai kepuasan yang lebih besar. Kepuasan pelanggan atau customer satisfaction juga merupakan faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Konsumen yang puas pasti akan meningkatkan penjualan agen BRILink baik secara langsung maupun tidak langsung, dan kepuasan nasabah akan berpengaruh positif bagi agen BRILink.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan data primer, sehingga data yang digunakan hanya bergantung pada hasil kuesioner sebagai alat pengumpulan data penelitian. Kuesioner hanya didistribusikan melalui Google Sheets. Mengingat Covid-19 sedang menjangkiti dunia, termasuk Indonesia, maka peneliti tidak melakukan wawancara langsung atau observasi lapangan, sehingga ditarik kesimpulan berdasarkan kuesioner yang terkumpul.
2. Penelitian ini hanya menggunakan objek penelitian agen Brilink di wilayah Kec. Tegaldlimo dan sekitarnya.

Saran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kepuasan berdampak pada peningkatan pendapatan agen BRILink. Sebaiknya ada pelatih agen BRILink untuk memberikan bimbingan yang sangat baik di lokasi, sehingga agen BRILink dapat memberikan kepuasan yang lebih baik.
2. Agen Brilink harus memperhatikan kepercayaan nasabah, agar nasabah memiliki kepercayaan untuk melakukan transaksi dengan agen Brilink. Terus berinteraksi dengan komunitas dan belajar tentang BRILink.
3. Bank penyelenggara, agen juga memberikan penjelasan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kerahasiaan password, PIN, dan OTP, sehingga nasabah yang cerdas benar-benar aman dan terlindungi dengan baik saat melakukan transaksi.
4. Saat agen Brilink melakukan transaksi, jika data rahasia klien terbongkar, perlu dirumuskan aturan sanksi yang jelas. Seperti lokasi, jumlah responden dan faktor lainnya. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk mengecek tingkat pelayanan brilink, kepercayaan masyarakat dan kepuasan konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat memperoleh data dengan cara lain, seperti wawancara mendalam dengan agen Brilink atau jumlah sampel yang diambil tidak hanya 133 orang, sehingga informasi yang diperoleh lebih beragam dibandingkan kuesioner dengan jawaban.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2017). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan* (Raja Grafi). Jakarta.
- Ardhani, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, (2), 58–69.
- Arief, M. (2006). *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Banyu Media Publishing.
- Arnould, Price, & Zinkhan. (2002). *Consumers*. New York: McGraw-Hill.
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: Price premiums and buyer behavior. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 26(3), 243–268. <https://doi.org/10.2307/4132332>
- Brodie, R. J., Whittome, J. R. M., & Brush, G. J. (2009). Investigating the service brand: A customer value perspective. *Journal of Business Research*, 62(3), 345–355. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.06.008>
- Djati, S. P., & Darmawan, D. (2005). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 7(1), 48-59–59. <https://doi.org/10.9744/jmk.7.1.pp.48-59>
- Fasocha, H. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan K. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 20(34), 1–14.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 1–7. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2006). *Service Management (Operations, Strategy, Information Technology)*. New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2009). *Metode Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kandampully, J. (2002). *Service Management: The New Paradigm In Hospitality*. Australia: Hospital Press.
- Karima, I. I. (2017). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Di Agen Brilink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejubo Kudus*. STAIN Kudus.
- Khairiyah, N. M., & Sari, D. H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Balikpapan Dalam Menggunakan Produk Dan Jasa Brilink. *Competence : Journal of Management Studies*, 14(2), 144–163. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8955>
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management (The Millen)*. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Jakarta: Indeks.
- Kumalasari, R., Prananingtyas, P., & Rahmanda, B. (2018). Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan Di Kantor Cabang Bri Parakan. *Law Reform*, 14(1), 42. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20236>
- Lestari, W. (2016). *Faktor-faktor dalam memilih keputusan pelanggan sebagai agen Brilink*. IAIN Curup.
- Lovelock, C., & Wirt, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif* (Edisi 7). Jakarta: Erlangga.
- Maharani, A. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang*. Universitas Diponegoro Semarang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Mahmoedin. (2010). *Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Moenir, H. A. . (2008). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution. (2000). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruri, S. (2017). *Optimalisasi Layanan BRILink Dalam Meningkatkan Transaksi E-Banking PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Magelang*. Universitas Tidar.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran (Edisi Pert)*. Bandung: Linda Karya.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2013). *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta: Media Edukasi.
- Sinambela, L. P. (2008). *Reformasi pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Ke-17)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, R. H. (2016). *Analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan agen brilink bank BRI*. Institut Pertanian Bogor.
- Susendra, I. (2018). *Analisa Pengaruh Layanan Agen Brilink Bri Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Bandung Setiabudi*. STIE Widya Wihana Yogyakarta.
- Sutrisno, E. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tilov, N. (2021). MENINJAU LOYALITAS NASABAH MELALUI CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN AGEN BRILINK (Survey Pada Agen Brilink Bri Kantor Cabang Kemayoran *Jurnal Semarak*, 4(3), 78–92. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/view/13421%0Ahttp://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/viewFile/13421/7873>
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa (Edisi Pert)*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran (Edisi kedu)*. Yogyakarta: Andi Offset.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usmara, A. (2008). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Book.
- Widyawati, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 12(1), 74–96. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2008.v12.i1.239>
- Wijayanto, K. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42–53. <https://doi.org/10.29244/jpi.18.1.42-53>
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior* (Third Edit). New York: John Willey & Sons, Inc.
- Windiasih. (2020). *Pengaruh Layanan Brilink, Kepercayaan Masyarakat Dan Perlindungan Konsumen Dalam Meningkatkan Financial Inclusion Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Brebes*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Zein, A. (2009). *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media.