

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, sebagai salah satu Bank BUMN, kembali menunjukkan komitmennya untuk mendukung dan menyukseskan program keuangan inklusif yang digagas oleh Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Komitmen tersebut ditunjukkan melalui Layanan Keuangan Digital (LKD) dan Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif (LAKU PANDAI).

Hal itu karena terdapat kenaikan indeks inklusi keuangan di Indonesia selama periode 2013 hingga 2016 berdasarkan data yang diperoleh dari OJK. Dibandingkan dengan indeks inklusi keuangan pada tahun 2013 yang tercatat sebesar 59,74%, di tahun 2016 indeks inklusi keuangan di Indonesia mengalami kenaikan menjadi 67,82%. Dengan dasar pertimbangan itulah, BANK BRI di tahun 2016 terus berkomitmen untuk menghadirkan inovasi dalam produk dan layanannya. Salah satu inovasi terbaru yang kini diluncurkan oleh Bank BRI, yaitu BRILink Mobile produk.¹

BRILink adalah aplikasi mobile yang digunakan oleh agen BRILink dengan menggunakan internet sebagai jalur komunikasi transaksinya di mobile device dengan bantuan agen yaitu pihak ketiga yang memenuhi kriteria sebagai agen dan memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan oleh BRI. Keunggulan dari BRILink adalah kemudahan dalam bertransaksi perbankan misalnya cek saldo, *transfer*, pembayaran listrik, pembelian pulsa melalui EDC BRILink menjangkau

¹ Detik News, *Permudah Transaksi Perbankan Bri Luncurkan Bri Mobile*, <https://news.detik.com/adv/nhl-detikcom/d-3430405/permudah-transaksi-perbankan-bri-luncurkan-brilink-mobile> Diakses Tanggal 21 April 2017, Pukul 17.28 WIB.

semua kalangan masyarakat tanpa terkecuali, efisiensi waktu dan biaya, keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi perbankan.²

Agen BRILink terletak di desa Gulang Kec. Mejobo Kab. Kudus Jawa Tengah Indonesia. Agen BRILink berdiri dari sejak tahun 2016 berawal mula dari usaha fotocopy, print dan kartu perdana yang bernama sinar mas cell pada tahun 2014. Agen BRILink bermula bertempat di ruko-ruko pasar doro jepang karena terlewat masa kontrak maka agen BRILink berpindah tempat tidak jauh dari BRI Gulang. Yaitu dekat puskesmas jepang dan ruko-ruko para penjual dan dekat lembaga keuangan lainnya seperti BMT MUBARAKAH. Awal mula agen BRILink di sinar mas Gulang milik Bapak Margiyono pada awal bulan september 2016 berawal karena BRI Gulang telah menawarkan BRILink mobile terhadap Bapak Margiyono selaku pemilik sinar mas cell pada awalnya. Dan Bapak Margiyono telah memenuhi semua persyaratan yang ditentukan BRI dan dikarenakan belum adanya agen BRILink di sekitar dekat kantor BRI Gulang kecamatan Mejobo Kudus. Agar para nasabah yang tidak ingin mengantri di kantor BRI langsung bisa di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus.³

2. Visi BRI

Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

3. Misi BRI

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang perkembangan ekonomi masyarakat.
 - b. Memberikan pelayanan prima kepada semua nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan *good corporate governance*.
 - c. Memberikan keuntungan dan manfaat optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.
4. Letak geografis agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus

² BRI Corporate University Divisi Transaction Bank, *E Book*, Dokumentasi BRI unit Gulang, Kudus, 2016, hlm. 5.

³ Hasil Wawancara agen BRILink, Margiyono, 2017, *Latar Belakang Berdirinya Agen Brilink Sinar Mas*, Gulang Kecamatan Mejobo, Kudus.

Agen BRILink sinar mas Kudus secara geografis terletak tidak jauh dari BRI unit Gulang Kudus yaitu jalan budi utomo Gulang Mejobo Kudus yang berada di pasar dekat dengan puskesmas jepang. Yang mempunyai batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah utara : berbatasan dengan ruko-ruko penjual dan BMT mubarakah
- b. Sebelah timur : berbatasan dengan BRI unit Gulang dan apotek
- c. Sebelah selatan : berbatasan dengan apotek asyifak jepang dan rumah penduduk.
- d. Sebelah barat : berbatasan dengan puskesmas jepang dan penjual-penjual dan rumah penduduk.

Melihat dari letak agen BRILink yang berada di lingkungan yang sangat mendukung dalam bertransaksi karena beberada tidak jauh dari BRI Gulang yang berada di desa, hal tersebut memudahkan bagi nasabah atau calon nasabah yang bertransaksi di agen BRILink yang kebanyakan nasabah yang tidak ingin repot-repot mengantri.

B. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus yang berjumlah 841 nasabah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin dengan standar error 10 % sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 90 orang.

Dari 90 kuesioner yang peneliti sebarakan semuanya kembali pada peneliti, sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang akan diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama atautakah tidak. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi :

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, perbandingan persentasenya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1.	Laki-Laki	75	75%
2.	Perempuan	15	15%
Jumlah		90	90%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui perbandingan nasabah yang bertransaksi di agen BRILink dalam penelitian ini yaitu 75% responden atau 75% adalah laki-laki dan sisanya yaitu 15 % responden atau 15% adalah perempuan.

2. Pekerjaan Responden

Berdasarkan dari pekerjaan responden, perbandingan persentasenya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Responden	Persentase
1.	Pengusaha	12	12%
2	Karyawan	25	25%
3	Guru	6	6%
4	PNS	7	7%
5	Wiraswasta	28	28%
6	Mahasiswa	8	8%
7	Lain-Lain	4	4%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui perbandingan nasabah yang bertransaksi di agen BRILink yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu 12 responden pengusaha atau 12% bekerja sebagai pengusaha, 25 responden karyawan atau 25 responden bekerja sebagai

karyawan, 6 responden guru atau 6% bekerja sebagai guru, 7 responden PNS atau 7% bekerja sebagai PNS, 28 responden wiraswasta atau 28% adalah wiraswasta, 8 responden mahasiswa atau 8% adalah mahasiswa, dan 4 responden lain-lain atau 4% adalah seorang dokter atau bidan (lain-lain).

C. Diskripsi data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua independen yaitu kepuasan dan kepercayaan masyarakat sedangkan variabel dependen atau terikat yaitu minat bertransaksi di agen BRILink. Untuk melihat diskripsi dari data yang telah disebar melalui angket dapat kita lihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.3
Hasil Dari Jawaban Responden

	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Kepuasan masyarakat	Q1	43	47,7	47	52,2	0	0	0	0	0	0
	Q2	51	56,6	39	43,3	0	0	0	0	0	0
	Q3	27	30	33	36,6	27	30	3	3,3	0	0
	Q4	26	2,8	55	61,1	9	10	0	0	0	0
	Q5	11	12,2	37	41,1	19	21,1	23	25,5	0	0
	Q6	67	74,4	10	11,1	6	6,6	1	1,1	0	0
	Q7	53	58,8	27	30	10	11,1	0	0	0	0
	Q8	41	45,5	48	53,3	2	2,2	0	0	0	0
	Q9	54	60	33	36,6	1	1,1	0	0	0	0
	Q10	60	66,6	27	30	30	3,3	0	0	0	0
	Q11	44	48,8	39	43,3	7	7,7	0	0	0	0
	Q12	56	62,2	32	35,5	2	2,2	0	0	0	0
	Q13	53	58,8	33	36,6	4	4,4	0	0	0	0
	Q14	46	51,1	39	43,3	5	5,5	0	0	0	0
	Q15	30	33,3	42	46,6	18	20	0	0	0	0

	Q16	39	43,3	35	38,8	16	17,7	0	0	0	0
Kepercayaan masyarakat	Q1	19	21,1	70	77,7	1	1,1	0	0	0	0
	Q2	3	3,3	68	75,5	19	21,1	0	0	0	0
	Q3	11	12,2	76	84,4	3	3,3	0	0	0	0
	Q4	0	0	66	73,3	24	26,6	0	0	0	0
	Q5	10	11,1	72	80	8	8,8	0	0	0	0
Minat bertransaksi	Q1	49	54,4	41	45,5	0	0	0	0	0	0
	Q2	38	42,2	47	52,2	5	5,5	0	0	0	0
	Q3	51	56,6	39	43,3	0	0	0	0	0	0
	Q4	63	70	27	30	0	0	0	0	0	0

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas, berikut ini adalah penjelasan dari hasil angka terkait tanggapan

1. Kepuasan

- a. Item 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 47,7%, setuju sebesar 52,2%, netral sebesar 0,0%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju mesin EDC BRILink sesuai dengan transaksi yang di bayarkan.
- b. Item 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 56,6%, setuju sebesar 43,3%, netral sebesar 0,0%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju agen BRILink pelayanannya cepat selama transaksi.
- c. Item 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 30%, setuju sebesar 36,6%, netral sebesar 30,%, tidak setuju sebesar 3,3% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju Kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dari layanan agen BRILink sesuai yang diharapkan.

- d. Item **4**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 2,8%, setuju sebesar 61,1%, netral sebesar 10%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena Agen BRILink memberikan promo yang berbeda dengan yang lain.
- e. Item **5**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 12,2%, setuju sebesar 41,1%, netral sebesar 21,1%, tidak setuju sebesar 25,5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan tempat layanan agen BRILink dengan yang di harapkan.
- f. Item **6**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 74,4%, setuju sebesar 11,1%, netral sebesar 6,6%, tidak setuju sebesar 1,1% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan bertransaksi BRILink dapat mempermudah transaksi, menghemat waktu dan biaya.
- g. Item **7**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 58,8%, setuju sebesar 30%, netral sebesar 11,1%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju keragaman produk yang ditawarkan sesuai yang diharapkan.
- h. Item **8**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 45,5%, setuju sebesar 53,3%, netral sebesar 2,2%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden Agen BRILink menerima keluhan dan kritik dari konsumen.
- i. Item **9**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 60%, setuju sebesar 36,6%, netral sebesar 1,1%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju Agen

BRILink dapat memenuhi permintaan dalam bertransaksi dengan tepat waktu.

- j. Item **10**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 66,6%, setuju sebesar 30%, netral sebesar 3,3%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju Agen BRILink berempati dalam menghadapi keluhan konsumen.
- k. Item **11**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 48,8%, setuju sebesar 43,3%, netral sebesar 7,7%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju Keluhan konsumen dapat diatasi dengan baik oleh agen BRILink.
- l. Item **12**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 62,2%, setuju sebesar 35,5%, netral sebesar 2,2%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju Agen BRILink melayani pelanggan dengan sikap ramah.
- m. Item **13** responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 58,8%, setuju sebesar 36,6%, netral sebesar 4,4%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju Agen BRILink dengan jelas menyampaikan informasi tentang produk.
- n. Item **14**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 51,1%, setuju sebesar 43,3%, netral sebesar 5,5%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju prosedur untuk bertransaksi di agen BRILink mudah dan praktis.
- o. Item **15**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 33,3%, setuju sebesar 46,6%, netral sebesar 20%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal

ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena reputasi agen BRILink sebagai agen BRI sangat baik.

- p. Item **16**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 43,3%, setuju sebesar 38,8%, netral sebesar 17,7%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena mudah untuk mendapatkan layanan yang di harapkan.

2. Kepercayaan

- a. Item **1**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 21,1%, setuju sebesar 77,7%, netral sebesar 1,1%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju, karena percaya karyawan agen BRILink bersedia melayani permintaan.
- b. Item **2**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 3,3%, setuju sebesar 75,5%, netral sebesar 21,1%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena percaya karyawan agen BRILink bersikap jujur.
- c. Item **3**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 12,2%, setuju sebesar 84,4%, netral sebesar 3,3%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena percaya karyawan agen BRILink mampu memenuhi kebutuhan dalam bertransaksi.
- d. Item **4**, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 0,0%, setuju sebesar 73,3%, netral sebesar 2,6%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena nasabah bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi.

- e. Item 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 11,1%, setuju sebesar 80%, netral sebesar 8,8%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bersedia menerima saran atau permintaan dari penjual.

3. Minat bertransaksi

- a. Item 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 54,4%, setuju sebesar 45,5%, netral sebesar 0,0%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju, karena berniat untuk membeli produk agen BRILink dalam jangka waktu dekat ini.
- b. Item 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 42,2%, setuju sebesar 52,2%, netral sebesar 5,5%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena akan mereferensikan produk BRILink kepada orang lain.
- c. Item 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 56,6%, setuju sebesar 43,3%, netral sebesar 0,0%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena akan tetap bertransaksi di agen BRILink di kemudian hari.
- d. Item 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 70%, setuju sebesar 30%, netral sebesar 0,0%, tidak setuju sebesar 0,0% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena selalu mencari informasi mengenai produk dan promo mengenai layanan BRILink.

D. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen peneliti menggunakan analisis dengan memakai SPSS. Berikut ini adalah pengujian validitas dari 30 orang yang telah disebarakan melalui data angket.

a. Variabel Kepuasan (X_1)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

No. Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Q1	0,691	0,3494	Valid
Q2	0,571	0,3494	Valid
Q3	0,823	0,3494	Valid
Q4	0,758	0,3494	Valid
Q5	0,799	0,3494	Valid
Q6	0,796	0,3494	Valid
Q7	0,799	0,3494	Valid
Q8	0,758	0,3494	Valid
Q9	0,829	0,3494	Valid
Q10	0,700	0,3494	Valid
Q11	0,773	0,3494	Valid
Q12	0,533	0,3494	Valid
Q13	0,829	0,3494	Valid
Q14	0,783	0,3494	Valid
Q15	0,792	0,3494	Valid
Q16	0,666	0,3494	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)=n. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada

kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} 0,3494. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kepuasan yang terdiri dari 16 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka penelitian dapat dilakukan ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Kepercayaan (X_2)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

no. Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Q1	0,720	0,3494	Valid
Q2	0,606	0,3494	Valid
Q3	0,776	0,3494	Valid
Q4	0,623	0,3494	Valid
Q5	0,781	0,3494	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)= n . Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} 0,3494. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kepercayaan yang terdiri dari 5 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka penelitian dapat dilakukan ke tahap selanjutnya.

c. Variabel Minat (Y)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No. Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Q1	0,788	0,3494	Valid
Q2	0,747	0,3494	Valid
Q3	0,876	0,3494	Valid
Q4	0,785	0,3494	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)= n . Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan α 0,05 didapat r_{tabel} 0,3494. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel minat yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka penelitian dapat dilakukan ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reabilitas Instrumen

	Reliability coeficiens	r-alpha	r-tabel	keterangan
Kepuasan	16	0,767	0,60	Reliabel
Kepercayaan	5	0,778	0,60	Reliabel
Minat	4	0,813	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* $> 0,60$, dengan demikian semua variabel (X_1 , X_2 , dan Y) dapat dikatakan reliabel.

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, dan nilai Tolerance lebih dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁴

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolonearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1 (Kepuasan)	.892	1.121
X2 (Kepercayaan)	.892	1.121

a. Dependent Variable: Y (Minat Bertransaksi)

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui nilai tolerance baik variabel kepuasan maupun kepercayaan memiliki nilai sebesar 0,892 yang artinya nilai tolerance kedua variabel menunjukkan lebih dari 0,1. Sedangkan nilai VIF baik variabel kepuasan maupun kepercayaan diperoleh sebesar 1,121 yang artinya nilai VIF kedua variabel menunjukkan kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan jika

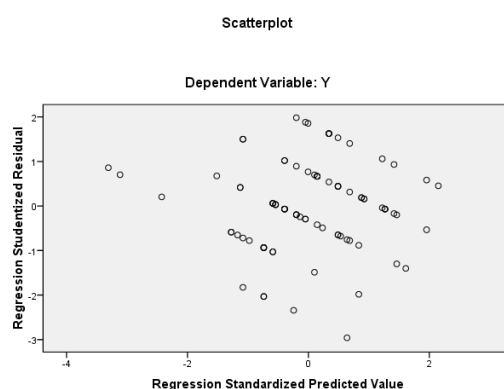
⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, UNDIP Press, Semarang, 2011, hlm. 105.

penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik tidak terjadi autokorelasi. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi adanya autokorelasi atau tidak maka akan diuji

menggunakan *Durbin-Watson*. Apabila $DU < DW < 4 - DU$ maka tidak terjadi autokorelasi.⁵

Adapun hasil perhitungan autokorelasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.550 ^a	.302	.286	.92578	1.988

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data primer, 2017

Dari data diatas menunjukkan nilai Durbin Watson d-hitung sebesar 1,988 untuk menguji gejala autokorelasi, maka angka d-hitung sebesar 1,988 tersebut dibandingkan nilai teoritis dalam d-statistik Durbin Watson dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Jumlah sampel (n)= 90, dan jumlah independen ($k=2$), maka dari tabel durbin watson didapat batas bawah (d_l) sebesar 1,612 dan nilai batas (d_u) sebesar 1,702. Karena hasil pengujiannya adalah $d_u < d < 4-d_u$ ($1,702 < 1,988 < 4-1,702= 2,298$ maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian menunjukkan tidak ada autokorelasi positif atau negatif untuk signifikansi $\alpha = 5\%$.

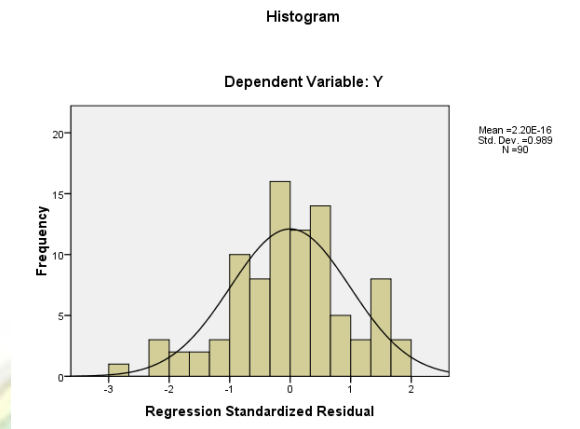
4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.⁶

⁵ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, ANDI, Yogyakarta, 2012,, hlm. 172

⁶ Imam Ghozali, *op., cit*, hlm. 160.

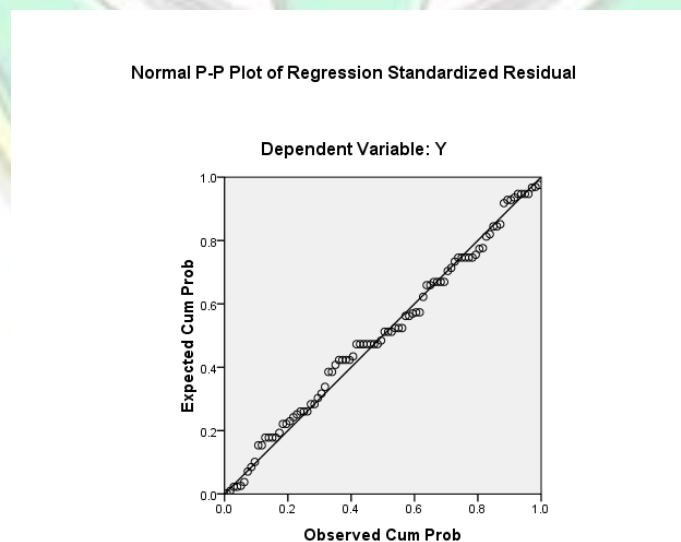
Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber : data diolah, 2017

Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas



Sumber : data diolah, 2017

F. Hasil Analisis Statistik

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6.037	2.034
X ₁ (Kepuasan)	.117	.029
X ₂ (Kepercayaan)	.207	.068

a. Dependent Variable: Y (Minat Bertransaksi)

Dari tabel di atas, persamaan regresi Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus sebagai berikut :

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

$$Y = 6.037 + 0,117X_1 + 0,207 X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari yang mempengaruhi kepuasan terhadap minat bertansaksi di agen BRILink dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 6.037 dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas seperti, kepuasan dan kepercayaan, maka variabel terikat minat bertransaksi sudah memiliki nilai sendiri sebesar 6.037.
- Koefisien regresi Kepuasan(X_1) sebesar 0,117 artinya independen lain nilainya tetap dan apabila kepuasan naik 1 satuan maka minat bertransaksi akan mengalami penurunan. Dan apabila kepuasan naik 1 satuan maka akan turun sebesar 0,117. Koefisien bernilai negatif

artinya terjadi hubungan negatif antara kepuasan dengan minat bertransaksi.

- c. Koefisien regresi kepercayaan (X_2) dari perhitungan linier berganda di dapat nilai coefficient (b_2)= 0,207. Hal ini berarti kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi, dengan anggapan kepercayaan (X_1) adalah konstan.

2. Uji t

Untuk menguji pengaruh independen terhadap dependen secara parsial, digunakan uji statistik t (uji t) dengan kriteria pengujian :

- Jika $t_{sig} \geq (\alpha=0,05)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti bebas (X) secara parsial tidak berpengaruh terhadap terikat (Y).
- Jika $t_{sig} \leq (\alpha=0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bebas (X) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap terikat (Y).

Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.11
Hasil Uji t Parsial

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.968	.004
	X_1 (Kepuasan)	4.017	.000
	X_2 (Kepercayaan)	3.071	.003

a. Dependent Variable: Y (Minat Bertransaksi)

- Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi**
Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji hipotesis untuk kepuasan memperoleh hasil nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian (H_1) diterima yaitu kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus. Dan nilai t hitung sebesar 4,017 dengan signifikansi sebesar 0,00. T tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi 5% (pengujian dua sisi)

dengan *degree of freedom* (df) = $n - k - 1$ atau $90 - 2 - 1 = 87$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas) maka diperoleh t tabel sebesar 1,988. Dari hasil perbandingan menunjukkan jika t hitung $>$ t tabel ($4,017 > 1,988$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan dengan minat bertransaksi di agen BRILink Mejobo Kudus secara parsial.

b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji hipotesis untuk kepuasan memperoleh hasil nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$). Dengan demikian (H_2) diterima yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus. Dan dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,071 dengan signifikansi sebesar 0,003. T tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi 5% (pengujian dua sisi) dengan *degree of freedom* (df) = $n - k - 1$ atau $90 - 2 - 1 = 87$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas) maka diperoleh t tabel sebesar 1,988. Dari hasil perbandingan menunjukkan jika $-t$ hitung $>$ $-t$ tabel ($3,071 > 1,988$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus.

3. Uji F

Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis yaitu kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus. Langkah kedua menentukan nilai signifikansi F beserta kaidah pengambilan keputusan seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.335	2	16.167	18.864	.000 ^a
	Residual	74.565	87	.857		
	Total	106.900	89			

a. Predictors: (Constant), kepuasan dan kepercayaan

b. Dependent Variable: minat bertransaksi

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 18,864 dengan signifikansi sebesar 0,00. F tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi 5% (pengujian dua sisi) dengan df 1 = (jumlah variabel – 1) atau $3 - 1 = 2$ dan df 2 = $(n - k - 1)$ atau $90 - 2 - 1 = 87$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas) maka diperoleh F tabel sebesar 3,10. Dari hasil perbandingan menunjukkan jika F hitung > F tabel ($18,864 > 3,10$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah minat bertransaksi di agen BRILink, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah kepuasan (X_1), kepercayaan (X_2). Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	.302	.286	.92578

a. Predictors: (Constant), kepuasan dan kepercayaan

b. Dependent Variable: minat bertransaksi

Dari hasil analisis data diatas diketahui bahwa besarnya R square adalah 0,302 atau 30,2%. Hal ini berarti sebesar 30,2% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan dependen. Artinya 30,2% minat bertransaksi bisa dijelaskan oleh variansi dari independen kepuasan dan kepercayaan. Sedangkan sisanya ($100\% - 30,2\% = 69,8\%$) dipengaruhi oleh - lainnya yang tidak dipehitungkan dalam analisis penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh kepuasan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink di agen BRILink sinar mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($4,017 > 1,988$) serta nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,00 sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink” diterima. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan yang diterima maka akan mampu meningkatkan minat masyarakat untuk memutuskan bertransaksi di agen BRILink.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jenifer Adji dan Hatane Samuel, yang berjudul pengaruh *satisfaction* dan *trust* terhadap minat beli konsumen (*purchase intention*) di starbucks the square surabaya yang menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di starbucks the square surabaya.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan memiliki kontribusi yang penting dalam minat beli konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan

pelanggan atas produk akan mempengaruhi pola perilaku selanjutnya seperti minat beli ulang produk. Beberapa penelitian menemukan bahwa pelanggan yang merasa puas akan berminat kunjung ulang. Pelanggan yang merasa puas dengan sendirinya akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya, atau yang biasa disebut *word of mouth*. Dan kepuasan yang utama dalam suatu organisasi bisnis, hal ini dikarenakan perusahaan menganggap dapat mempengaruhi ingatan pelanggan dan pangsa pasar yang ada.⁷

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulung Kecamatan Mejubo Kudus

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($3,071 > 1,988$) serta nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,00 sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink” diterima. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diterima maka akan mampu meningkatkan minat masyarakat untuk memutuskan bertransaksi di agen BRILink.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yohana Nesya dan Edwin Japarianto, yang berjudul pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah bank syariah di Surabaya. Yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah bank syariah di Surabaya.⁸

Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki kontribusi yang penting dalam minat beli konsumen. Kepercayaan merupakan modal terbesar dalam bisnis jasa keuangan karena kepercayaan adalah sumber meningkatnya nasabah yang akan menjadi aset terbesar perusahaan. Tidak

⁷ Jenifer Adji Dan Hatane Samuel, pengaruh *Satisfactin* Dan *Trust* terhadap Minat Beli Konsumen (*Purchase Intention*) Di Strurbucks The Square, *Op. Cit.*, hlm. 2-4.

⁸ Yohana Nesya Setyawan Dan Edwin Japarianto, Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Bank Danamon Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Universitas Kristen Petra, Vol. 2, No. 1 2014, hlm. 2-4.

ada bisnis tanpa nasabah, dan tidak ada nasabah tanpa membangun kepercayaan yang kuat. Maka dari itu, kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat dalam bisnis. Untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi. Yang bisa menciptakan nasabah sejati yang dengan sendirinya akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya.

3. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang kecamatan Mejobo Kudus

Berdasarkan hasil uji simultan atau uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($18,864 > 3,10$) serta nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,00 sehingga hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kepuasan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi di agen BRILink” diterima. Artinya Secara bersama-sama variabel kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi di agen BRILink.

Dari hasil regresi linier berganda diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan *R square* sebesar 0,302 atau 30,2%. Hal ini sebesar 30,2% kemampuan model regresi penelitian ini menjelaskan variabel dependen. Artinya 30,2% variansi variabel minat bertransaksi bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel kepuasan dan kepercayaan. Sedangkan sisanya sebesar 69,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti oleh penulis dan tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hal ini membuktikan bahwa kepuasan dan kepercayaan saling berhubungan satu dengan yang lainnya, karena suatu kepercayaan berasal dari kepuasan. konsumen yang benar-benar percaya adalah yang benar-benar merasa puas. kepercayaan kepada tenaga penjual karena kepercayaan itu adalah cerminan dari keandalan tenaga penjual sehingga pelanggan menjadi puas dengan sendirinya dan merekomendasikan

produk tersebut kepada konsumen lain yang disebut *word of mouth*. Terciptanya kepuasan dan kepercayaan yang berpengaruh dan memiliki kontribusi yang penting dalam minat beli.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jenifer Adji dan Hatane Samuel, yang berjudul pengaruh *satisfaction* dan *trust* terhadap minat beli konsumen (*purchase intention*) di starbucks the square surabaya yang menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan sama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di starbucks the square surabaya.⁹



⁹ Jenifer Adji dan Hatane Samuel, *Op. Cit*, hlm. 1.