

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Penggunaan Layanan Produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

Nurul Hamdi¹, Annur Fitri Hayati²

^{1,2} Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang
e-mail: hamdinurul2000@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pada kepuasan nasabah dalam memakai layanan produk BRILink di BRI Unit Selayo, pengaruh kenyamanan pada kepuasan nasabah dalam memakai layanan produk BRILink di BRI Unit Selayo, dan pengaruh keamanan terhadap nasabah.. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. masyarakat pengguna layanan produk BRILink di wilayah kerja BRI Unit Selayo Kecamatan Kubung Kabupaten Solok. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan memakai rumus G. Cochran dan sampel sebanyak 97 orang. Teknik analisis data yang dipakai analisis deskriptif dan analisis induktif. Uji-F dan uji-t dipakai untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini (1) kepercayaan nasabah berpengaruh pada kepuasan nasabah saat memakai BRILink, (2) kenyamanan berpengaruh pada kepuasan nasabah saat memakai BRILink, (3) keamanan informasi berpengaruh pada kepuasan nasabah saat memakai BRILink

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

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of trust on customer satisfaction in using BRILink product services at BRI Selayo Units, the effect of convenience on customer satisfaction in using BRILink product services at BRI Selayo Units, and the influence of security on customers. This study uses quantitative methods with a type of causal research. people who use BRILink product services in the BRI Selayo Unit work area, Kubung District, Solok Regency. The sampling technique is purposive sampling using the G. Cochran formula and a sample of 97 people. Data analysis techniques used descriptive analysis and inductive analysis. The F-test and t-test are used to test hypotheses. The results of this study (1) customer trust affects customer satisfaction when using BRILink, (2) comfort affects customer satisfaction when using BRILink, (3) information security affects customer satisfaction when using BRILink

Keywords : *Trust, Ease, Security, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perbankan sebagai lembaga intermediasi punya peran penting dalam menaikkan ketersediaan pembiayaan masyarakat. Lembaga perbankan adalah lembaga dengan tiga tugas utama, yaitu menerima simpanan, mengarahkan uang, dan menyediakan layanan pengiriman uang (Mardani, 2015: 13). Dikembangkan strategi pemasaran produk dan layanan tabungan dengan meluncurkan produk layanan BRILink. BRILink adalah produk layanan ekstensi yang diberikan BRI kepada nasabahnya dengan bantuan agen. Agen BRILink adalah pihak ketiga agar terpenuhi kriteria dan persyaratan yang ditetapkan oleh BRI sebagai agen. Menurut Kottler

(2000:35), Kepuasan pelanggan sebagai tingkat emosional setelah kinerja atau hasil yang dicapai dengan harapan.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan penulis dengan menyebarkan angket kepada 30 pelanggan pengguna BRILink masih tergolong rendah. Masih adanya masyarakat yang tidak puas terhadap layanan BRILink tersebut dan masih banyak yang tidak mau mempromosikan produk tersebut kepada orang lain serta masih rendahnya tingkat keinginan masyarakat untuk menggunakan kembali BRILink dimasa yang akan datang.

Menurut Kasinem (Tri Ratnasari, 2011: 331), lima faktor utama dalam hal kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, harga, kualitas layanan, sentimen (kepercayaan), dan harga. Tapimenurut Irawan (2019:37), faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kenyamanan. Teori Costabile (2000:70), yang mendefinisikan bahwa kepercayaan adalah mengalami reaksi pada keandalan dari sudut pandang pelanggan pada langkah transaksi atau interaksi dengan memenuhi ekspektasi kinerja dan kepuasan produk. Kepercayaan pelanggan terhadap agen BRILink masih kurang. Kurangnya kepercayaan disebabkan ketidipastian agen BRILink tidak mampu menjaga informasi data yang diberikan masyarakat setelah melakukan transaksi di BRILink. Selain faktor kepercayaan, pelanggan juga mengharapkan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi. Menurut Iqbaria (Amijaya 2010: 252), kenyamanan mempengaruhi perilaku, yaitu. semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu produk atau layanan, semakin besar kepuasannya dalam memakai produk atau layanan tersebut. Menurut Irawan (2019:37), kenyamanan merupakan salah satu faktor kepuasan pelanggan. Selain kemudahan, pelanggan lebih puas jika menerima produk yang dibelinya relatif mudah, nyaman dan efisien. Kenyamanan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa pemakaian suatu sistem tidak butuh banyak usaha dari pengguna untuk pemakaiannya (menurut Davis, 2018:701). Keamanan dan kerahasiaan adalah faktor terpenting bagi pelanggan. Keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subyektif bahwa konsumen percaya bahwa orang yang tidak sah tidak akan melihat dan menggunakan informasi pribadi mereka. Selain itu berbagai pelayanan yang ditawarkan oleh bank dapat menimbulkan rasa puas pada nasabah. (Dixit Neha dkk. 2010: 2). Keamanan transaksi merupakan hal yang sering dipikirkan nasabah sebelum memutuskan untuk menabung di bank. Pelanggan yang menggunakan jasa BRILink masih meragukan keamanan dari transaksi yang dilakukan seperti adanya pemberian data dan identitas kepada pihak lain baik yang disengaja maupun tidak disengaja oleh agen BRILink, karena agen BRILink tersebut bukanlah petugas yang terlatih dalam melaksanakan transaksi keuangan seperti pegawai bank pada umumnya .

METODE

Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pelanggan yang menggunakan layanan produk BRILink di wilayah kerja BRI Unit Selayo yang berada di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok sebagai populasi. Sampel diambil dari masing-masing pelanggan yang berada di kawasan agen-agen BRILink BRI unit Selayo dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 97 orang. Data diperoleh dari kuisioner atau angket kemudian diukur dengan skala likert. Teknik analisis data yaitu analisis deskriptif, analisis induktif, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif

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

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terdapat nilai rata-rata sebesar 3,98 dengan TCR 79,62%, untuk variabel Kepercayaan (X1) terdapat nilai rata-rata 4,04 dengan TCR 80,84%, untuk variable Kemudahan terdapat nilai rata-rata 3,99 dengan TCR 79,80%, dan untuk variabel Keamanan(X3) nilai rata-rata 3,59 dengan TCR71,80%.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	0E-7	0E-7
	2,65163372	2,66153516
	,062	,068
Most Extreme Differences	,062	,068
	-.042	-.041
Kolmogorov-Smirnov Z		,611
Asymp. Sig. (2-tailed)		,849
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Nilai signifikan uji normalitas adalah 0,611 > 0,05. maka semua variabel data berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

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

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dimana nilai VIF untuk variabel kepercayaan 1,126 < 10, variabel kemudahan 1,125 < 10 dan variabel keamanan 1,004 kecil dari < 10. Maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

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

a. Dependent Variable: ABS RES

Nilai signifikan variabel kepercayaan variabel kemudahan dan variabel keamanan > 0,05. Maka tidak adanya gejala heterokedastisitas.

Tabel 5. Uji Linearitas Kepercayaan

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

Hasil uji linieritas dengan variabel reliabel (X1) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan Deviasi linieritas 0,068 > 0,05, maka adanya hubungan linier padavariabel reliabel dengan kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Uji Linearitas Kemudahan

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

Hasil uji linearitas pada variabel kemudahan (X₂) pada variabel kepuasan pelanggan (Y), bisa dilihat pada Deviation from Linearity yaitu sebesar 0,168>0,05, maka antara variabel kemudahan dan kepuasan pelanggan pada hubungan linear.

Tabel 7. Uji Linearitas Keamanan

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

Hasil uji linearitas pada variabel keamanan (X_3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), bisa dilihat pada Deviation from Linearity yaitu sebesar $0,392 > 0,05$, maka antara variabel keamanan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan linear.

Tabel 8. Uji Analisis Regresi Berganda

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

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel 9. Uji F

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

a. Dependent Variable: Kepuasan

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

Variabel Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), dan Keamanan (X_3) berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan (Y) pada pemakaian layanan produk BRILink Pada BRI Unit Selayo

Tabel 10. Uji t

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

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dengan melihat baris kolom t dan sig, maka bisa disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan pada pemakaian layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo dengan nilai t_{hitung} sebanyak $2,086 > t_{tabel}$ (1,984) dengan nilai sig $0,040 < 0,05$ berarti H1 diterima. Hipotesis ketiga yaitu kemudahan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan pada pemakaian layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,416 > t_{tabel}$ (1,984) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ berarti H1 diterima. Hipotesis keempat yaitu keamanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan pada pemakaian layanan produk BRILink pada BRI Unit Selayo dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,030 > t_{tabel}$ (1,984) dengan nilai sig $0,045 < 0,05$ berarti H1 diterima.

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,537 ^a	,288	,265	2,694

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

Hasil perhitungan nilai Adjusted R Square memakai aplikasi SPSS Adjusted R Square = 0,265 atau 26,5%. Artinya keahlianvariabel independen kepercayaan, kenyamanan dan keamanan dalam pengaruh variabel dependen pemakaian layanan produk BRILink di BRI Unit Selayo adalah sebanyak 26,5%, selebihnya sebanyak 73,5% merupakan faktor yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini adalah (1) kepercayaan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan BRILink, (2) kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan BRILink, dan (3) keamanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan penggunaan layanan BRILink.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Mahardika Widjana. (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya. Thesis Program Pasca Sajrana. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rinneka Cipta
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Journal of Management Studies* Vol 8, No 1, 1-11Kansil, C.L. 2002. Orientasi Baru Penyelenggaraan Pendidikan Program Profesional dalam Memenuhi Kebutuhan Dunia Idustri. *Transpor*, XX(4): 54-5 (4): 57-61
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- BRI Corporate University Divisi Transaction Bank, Petunjuk Pelaksanaan BRILink EDC, Dokumentasi BRI Unit BAE, Kudus, 2016
- Costabile, M., Raimondo, M.A. & Miceli, G. 2002. A Dynamic Model of Customer Loyalty. *Proceedings of the 31st Annual Conference of the European Marketing Academy*, 28-31 May, Braga.
- Fandy, Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Edisi Kedua. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasinem, 2020, Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat *Jurnal Media Wahana Ekonomika*,

(International Standard Serial Number) ISSN 1693-4091 Vol. 17 No.4, Januari 2020

Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.

Rambat et al. (2020), Pengaruh Service Performance, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang Beo

Siregar, Akhmad Irwansyah, 2020, Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kemudahan terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah Kota Jambi Journal of Economics and Business (International Standard Serial Number) ISSN 2597-8829, Vol 4 No 2, September 2020, 249-256