

**Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan
Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes
Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali.**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Strata I Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

**Disusun oleh :
JOKO SURYONO**

21130010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2024

**Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan
Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes
Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali.**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Strata I Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

**Disusun oleh :
JOKO SURYONO
21130010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Joko Suryono
NIM : 21130010
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI AGEN
BRILINK BUMDES TUMANG, KECAMATAN
CEPOGO,BOYOLALI.

Disetujui dan Disahkan:

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Desember 2024

Pembimbing,



Dr. Budi Istiyanto, S.E, M.M, M.H
NIDN. 0625127401

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.
NIDN. 060606902

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Joko Suryono
Nim : 21130010
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes Tumang, Kecamatan Cepogo, Boyolali.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi Persyaratan memenuhi gelar Sarjana Manajemen.

Disetujui dan Disahkan:

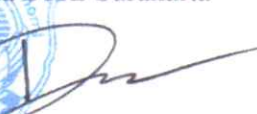
Hari : Kamis.
Tanggal : 12 Desember 2024.

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Budi Istiyanto, S.E, M.M, M.H.
Anggota : Ari Susanti, S.Pt, M.M.

()
()

Mengetahui,
Ketua STIE Surakarta

Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NIDN : 0606118902

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan
Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes Tumang
Kecamatan Cepogo, Boyolali.**

tidak pernah pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan Tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima

Boyolali, 17 Januari 2025

Yang memberikan pernyataan



Joko Suryono

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Fa inna ma'al usri yusra

Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan

Inna ma'al 'usri yusra

sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.

Q.S Al-Insyirah (5-6)

Persembahan

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, istri tercinta dan saudara-saudaraku yang selalu mendukung, mendoakan dan menemani serta selalu memberikan semangatnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa terpanjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi tepat waktu, sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kejelasan terang berupa kebenaran.

Skripsi ini berjudul “ Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo Boyolali “.

Suksesnya penulisan ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M selaku Ka Prodi S1 Manajemen STIE Surakarta.
3. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E, M.M, M.H. selaku dosen pembimbing Skripsi Senantiasa selalu memberikan motivasi, saran, serta bimbingan kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan STIE Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Karyawan serta Nasabah Agen BRILink Bumdes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali.
6. Orang tua penulis serta teman-teman yang telah memberikan dukungan serta do'a.

Demikian yang dapat penulis sampaikan semoga memberikan kebermanfaatan bagi semua, apabila terdapat salah kata, mohon maaf yang sebesar-besarnya. Akhiru kata

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Surakarta, 6 Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Kerangka Pikir	14
D. Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	18
B. Tempat dan Waktu.....	18
C. Sumber Data	18
D. Populasi dan Sampel	19
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
F. Definisi Operasional Variabel.....	21

G. Teknik Analisis Data	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
A. Identitas Responden	31
B. Analisis Data	34
C. Pembahasan	42
BAB V PENUTUP	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Data Populasi	19
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	32
Tabel 7. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 8. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili	34
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Masyarakat.....	35
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Masyarakat.....	36
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Bertransaksi	36
Tabel 12. Hasil Uji Realibilitas	37
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 16. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	39
Tabel 17. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	40
Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Kerangka Pikir	15
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	50
A. Surat Permohonan Pengisian Kuisisioner.....	50
B. Identitas Responden	51
C. Deskripsi Jawaban.....	52
Lampiran 2. Tabulasi Data	54
A. Tabulasi Data Kepuasan	54
B. Tabulasi Data Kepercayaan	59
C. Tabulasi Data Minat Bertransaksi.....	59
D. Tabulasi Data Identitas Responden.....	62
Lampiran 3. Hasil Olah Data	67
A. Uji Instrumen Data.....	67
B. Uji Asumsi Klasik.....	71
C. Uji Hipotesis	72
D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72

ABSTRAK

JOKO SURYONO 21130010, 71 Halaman. PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI AGEN BRILINK BUMDES TUMANG KECAMATAN CEPOGO,BOYOLALI.

Penelitian deskriptif kuantitatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Minat bertransaksi di Agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo,Boyolali. Penelitian ini melibatkan 99 responden dari Nasabah pengguna layanan BRILink di kecamatan Cepogo,berdasarkan rumus *Slovin*. Metode penelitian ini menggunakan teknik sampling *probability sampling* yaitu *simple random sampling*, yaitu teknik penelitian menyeleksi secara acak . Analisis data menggunakan metode uji kualitas/instrumen data, uji asumsi klasikdan uji hipotesis dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic 23*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepuasan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi di BUMDes Tumang,Kecamatan Cepogo,Boyolali. Hal ini dapat dilihat Uji signifikan Parsial (Uji t) dan Koefisien Determinasi nilai *R Square* sebesar 0.823 atau 82,3% dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas sebesar 82,3% sedangkan sisanya sebesar 17,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti..

Kata Kunci: Kepuasan, Kepercayaan dan Minat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi sangat berkaitan dengan masyarakat. Ekonomi diperlukan untuk memenuhi kegiatan sehari-hari masyarakat. Seiring perubahan zaman ekonomi akan terus berkembang. Serta ilmu ekonomi dalam kehidupan sehari-hari juga akan terus berkembang. Dunia perbankan berdampak pada perkembangan ekonomi yang diharapkan akan memudahkan kegiatan perekonomian masyarakat. Zaman sekarang manusia menginginkan semua aktivitas lebih cepat, praktis dan mudah. Sehingga bank berinovasi memberikan pelayanan bagi nasabah untuk mempermudah bertransaksi dan sesuai kebutuhan layanan yang diinginkan masyarakat.

Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Bank adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya kegiatan perbankan selalu berhubungan dengan bidang keuangan kegiatan yang pertama ialah menghimpun dana dari masyarakat. Setelah mengumpulkan uang dari masyarakat melalui simpanan, dana tersebut kemudian diberikan lagi kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Dari pengertian bank diatas dijelaskan bahwa bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana berasal dari masyarakat dalam bentuk simpanan, baik simpanan giro, simpanan tabungan ataupun simpanan deposit serta menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit sehingga taraf hidup masyarakat dapat meningkat.

Era globalisasi yang terjadi saat ini telah melahirkan perubahan yang sangat cepat dalam segala bidang. Seiring berjalannya perubahan tersebut berdampak pada pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern yang saat ini sangatlah pesat. Perkembangan ekonomi global dan teknologi modern memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis, cepat, dan

ekonomis. Memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi, lebih cepat dalam mendapatkan informasi dan melalui internet masyarakat dapat berbelanja dan bertransaksi. Hal ini, juga merubah perilaku masyarakat cenderung menuntut fasilitas, pelayanan yang memuaskan dan kualitas produk atau jasa yang berkualitas baik. Perubahan ini menuntut peningkatan daya saing yang tinggi dan efisiensi. Tidak hanya manajemen yang efektif dan sumber daya yang terampil tetapi yang diperlukan juga sarana, fasilitas dan teknologi yang tinggi. Munculnya daya saing yang tinggi menuntut setiap pelaku bisnis untuk selalu berusaha agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan bersaing sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Tidak terkecuali di bisnis perbankan.

Dunia perbankan yang berperan sebagai perantara masyarakat mulai memberikan layanan yang baik dan kemudahan untuk diakses masyarakat. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK/03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif yang disingkat menjadi Laku Pandai yaitu Program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengadakan layanan keuangan lewat kerja Bersama dengan pihak ketiga (disebut agen) dan dibantu dengan pemakaian alat berbasis teknologi informasi. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang biasa disebut dengan Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang perbankan. Sudah berdiri sejak tahun 1893 dalam memperluas dunia perbankan dan untuk meningkatkan seperti bank lainnya yang juga ikut melaksanakan program Laku Pandai Bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 12 Desember 2014. Bank Rakyat Indonesia (BRI) melaksanakan program Laku Pandai supaya dapat berkontribusi dalam program OJK dan program pemerintah. Salah satu Laku Pandai yang menarik untuk dilakukan penelitian adalah BRILink yang diluncurkan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) konsisten dalam meluaskan pelayanan perbankan sampai ke penjuru Indonesia dengan adanya kantor cabang dan kantor unit terdekat di kecamatan sehingga yang diperlukan masyarakat untuk bertransaksi perbankan dapat terpenuhi.

Dalam usaha untuk menarik perhatian nasabah di BRI, Bank BRI terus berusaha dengan berbagai inisiatif. Hal ini termasuk peningkatan layanan,

fasilitas, infrastruktur, serta produk yang dikembangkan dengan berbagai strategi pemasaran. Salah satu metode pemasaran yang diterapkan adalah BRI berusaha untuk menjangkau daerah-daerah terpencil di Indonesia dengan membuka cabang dan unit layanan terdekat, sehingga kebutuhan masyarakat akan transaksi perbankan dapat terpenuhi dengan optimal.

BRI memperkenalkan inovasi baru untuk bersaing, dengan menciptakan cara transaksi yang berbeda dari prosedur umum di bank BRI, yang biasanya melibatkan antrian dan interaksi langsung antara nasabah dan teller yang memakan waktu. Pendekatan ini juga dilakukan oleh BRI melalui perluasan saluran layanan dan akses ke layanan perbankan bagi masyarakat yang belum terlayani. Di mana BRI bekerja sama dengan nasabah untuk menjadi agen yang dapat menjalankan transaksi perbankan. Inovasi pada saluran layanan ini adalah BRILink.

Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/1/PBI/2014 pasal 7 ayat 1 dan 2 tentang Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran disebutkan bahwa dalam hal penyelenggara mengenakan biaya kepada konsumen dalam penyediaan jasa sistem pembayaran, penyelenggara wajib menentukan atau menetapkan biaya secara wajar dan wajib memiliki pedoman biaya.

BRILink yang menetapkan biaya administrasi lebih besar karena ada beberapa hal yang perlu jadi pertimbangan dalam menentukan biaya administrasi seperti jarak dengan bank, ATM dan agen BRILink lainnya, Jumlah dari banyaknya nasabah transaksi dalam satu hari, agen BRILink milik Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tumang, Desa Cepogo ini dalam satu hari mendapatkan rata-rata 15-20 transaksi /hari. akan tetapi nasabah merasa terbebani dengan biaya yang sangat besar dalam transaksi tersebut, sehingga para nasabah kadang rela menempuh jarak yang agak jauh ke bank dan mereka rela untuk antri.

BRILink adalah sebuah layanan yang memberikan kesempatan bagi BRI guna meningkatkan aksesibilitasnya kepada pelanggan melalui perantara, yaitu agen yang merupakan pihak ketiga yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh BRI. Layanan ini juga didukung oleh penyedia jasa telekomunikasi seperti indosat dan telkomsel serta menyediakan perangkat EDC

(Electronic Data Capture) yang akan dipinjamkan kepada agen BRILink. Agen BRILink adalah nasabah yang memiliki rekening di BRI dan telah memenuhi kriteria untuk menjadi agen. EDC merupakan perangkat yang digunakan untuk memproses kartu dalam rangka menyelesaikan pembayaran transaksi (pembelian) melalui kartu kredit, debit, dan prabayar di toko atau tempat penjualan. Keuntungan dari BRILink termasuk kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer, pembayaran listrik, dan pembelian pulsa melalui EDC BRILink, yang dapat di akses oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali. Selain itu, efisiensi waktu dan biaya, serta keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi perbankan juga menjadi nilai lebih. Terdapat juga pembagian fee sebesar 50:50 antara bank dan agen, di mana kedua belah pihak mendapatkan bagian yang sama sebesar 50%. Selain itu, BRILink juga mendapatkan keuntungan tambahan dari biaya administrasi yang dikenakan kepada nasabah. Biaya administrasi yang dikenakan kepada nasabah termasuk dari pengelolaan transaksi BRILink. Penentuan biaya administrasi di BRILink adalah salah satu aspek penting dalam melakukan kegiatan pemasaran (Khairiyah & Sari, 2020; Yasir & Diab, 2023). Besarnya transaksi biaya atau harga sangat penting untuk menentukan berapa keuntungan yang diperoleh dari produk dan jasa dalam perbankan. Biaya administrasi yang dikenakan nasabah disesuaikan dengan jumlah besaran transaksi yang dilakukan. Semakin besar jumlah transaksi maka semakin besar pula biayanya sesuai kebijakan yang sudah ditetapkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tandika & Sevriana (2017) menunjukkan bahwa layanan BRILink adalah layanan yang lebih baik dari pada gagasan yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan penelitian Ade Irawan & Nur Fauzi (2023) menunjukkan bahwa layanan BRILink memudahkan nasabah atau masyarakat dalam bertransaksi.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan dan keyakinan konsumen merupakan faktor yang dapat meningkatkan minat dan kemampuan membeli konsumen, karena hal ini sangat penting bagi suatu perusahaan untuk bersaing secara efektif dalam menarik pelanggan atau

nasabah. Oleh karena itu, penulis dalam penelitian ini tertarik untuk mengangkat judul “ **Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo.**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

- 1) Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali ?
- 2) Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali ?
- 3) Apakah ada pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk memahami pengaruh kepuasan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali.
- 2) Untuk menyelidiki pengaruh kepercayaan pada minat melakukan transaksi di agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali.
- 3) Untuk menganalisis efek kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink BUMDes Tumang yang berada di Kecamatan Cepogo, Boyolali.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memberikan masukan yang positif dalam mengembangkan usaha untuk masa yang akan datang, Sekaligus pemahaman terutama dalam aspek pembelian, terkait dengan tingkat kepuasan dan kepercayaan dalam melakukan transaksi di agen BRILink, serta ketertarikan masyarakat untuk bertransaksi di agen BRILink BUMDes Tumang yang terletak di Kecamatan Cepogo, Boyolali.

2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman untuk para peneliti dan memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya bank BRI untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan inovasi baru di masa yang akan datang yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Kepuasan

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya,kepuasan konsumen suatu keadaan dimana kebutuhan,keinginan,dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi.(Nasution : 2005)

Menurut Brown (dwiastuti dkk : 2012) Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan,keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa,sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus,mendorong konsumen akan loyal pada suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Pelanggan yang merasa senang dengan barang dan layanan yang diterima biasanya akan tertarik untuk membeli barang kembali dan memanfaatkan layanan tersebut saat mereka membutuhkan barang atau jasa di masa depan.

Aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif adalah :

- a. *Warranty costs*. Beberapa perusahaan dalam menanganinya produk atau jasa mereka menggunakan prosentase penjualan.
- b. *Market share*. Sesuatu yang perlu dievaluasi dan berhubungan dengan hasil kerja perusahaan.
- c. *Costs of poor quality*. Dalam hal ini dapat dianggap memberikan kepuasan apabila biaya untuk pelanggan yang tidak kembali dan pergi dapat di prediksi.

- d. *Industry report*. Terdapat banyak jenis dan industry report ini, yakni report yang *fairest, most accurate, dan most eagerly* yang dibuat oleh perusahaan.
- e. *Guiltinan* mengemukakan bahwa salah satu dari manfaat kepuasan pelanggan ini dapat meningkatkan loyalitas kepada pelanggan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen,terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan antara lain :

- a. Kualitas produk. Pelanggan akan merasa sangat senang jika mereka menilai produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang tinggi.
- b. Kualitas pelayanan. Dalam sektor layanan, pelanggan akan merasa sangat puas jika mereka menerima pelayanan yang baik dan memenuhi harapan mereka.
- c. Harga. Produk mempunyai kualitas yang sama dan mempunyai tetapi menetapkan harga yang relative murah akan dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen.
- d. Biaya, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa,cenderung puas pada terhadap produk atau jasa itu.
- e. Emosional. Kepuasan konsumen akan bangga karena produk yang digunakan dikagumi orang lain karena dia menggunakan produk dengan merk tertentu yang mempunyai nilai tingkat kepuasan tinggi.

Indikator Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini diantaranya :

- a. Kesesuaian harapan, adalah tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dengan yang dirasakan pelanggan.
- b. Bersedia merekomendasikan, yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

- c. Minat berkunjung kembali, adalah niat atau kesediaan para pelanggan untuk melakukan pembelian atau menggunakan kembali produk dan jasa dari perusahaan tersebut.

2. Kepercayaan

Kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor (2013) adalah kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Menurut Imanda Nuridin (2018) kepercayaan adalah kesediaan satu pihak dalam menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan ekspektasi bahwa pihak lain akan memberikan perlakuan sesuai dengan apa yang diinginkan, meskipun kedua belah pihak tersebut belum mengenal antar satu dengan yang lain dan dapat menjalin hubungan dalam jangka panjang.

Menurut Wiedyani dan Prabowo (2019) kepercayaan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja actual dalam pemakaiannya. Menurut Priskila (2018:102) kepercayaan dapat diartikan sebagai kesediaan konsumen dalam mempercayai situs belanja online sehingga terciptanya transaksi jual beli. Hanya dengan memiliki kepercayaan yang berani melakukan transaksi melalui media online.

Kepercayaan konsumen merupakan harapan dan keyakinan konsumen terhadap ekspektasi suatu produk sehingga konsumen memiliki keinginan membeli produk dan menggunakan produk tersebut.

3. Minat

Menurut Sudirman (2016), Minat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang terjadi ketika individu melihat kualitas atau kepentingan sementara dari suatu keadaan yang menghubungkan keinginan atau kebutuhan sendiri. Menurut Noeng Muhajir (2020) Minat yaitu Kecenderungan efektif yang melibatkan perasaan atau emosi seseorang untuk membentuk aktifitas. Menurut Sukardi (1994) Minat merupakan

salah satu unsur kepribadian yang memegang peran penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang. Menurut Tampubolon (2017) Minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Dari para pendapat para ahli di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa minat merupakan sebuah kecenderungan batin individu terhadap sesuatu, yang mencakup rasa suka, ketulusan, dan hasrat yang kuat terhadap objek tertentu. Dengan adanya minat, seseorang akan terdorong untuk terlibat dalam aktivitas tertentu.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Royan Rosyadi dan Adzka Lintang Rahmanda (2023)	Pengaruh Layanan Jasa BriLink terhadap peningkatan pelanggan dalam perspektif ekonomi islam di desa sendang agung kec, Batanghari kab. Lampung Timur	Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara layanan jasa BRILink terhadap peningkatan pelanggan dalam persepektif ekonomi islam studi kasus jasa agen BRILink Aha Jaya di Desa Sendang Agung. Pelayanan menurut Islam adalah suatu

			keharusan dalam pelayanan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agen BRILink AHA Jaya sudah melakukan layanan sesuai dengan syari'ah.
2.	Sekar Chalifah Segara (2019)	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS PT.Tiger 2000 Medan	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS PT. Tiger Dua Ribu Medan.

3.	Chusnul Hajijah Murni (2020)	Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada <i>Online Shop</i> Di Shopee.	Berdasarkan hasil Penelitian, ditemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan baik secara individu maupun bersamaan, dari kepuasan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan. penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepuasan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada <i>Online Shop</i> di Shopee. dan penelitian ini lebih menekankan pada kemudahan penggunaan yang terkait dengan layanan di Shopee.
4.	Ria Febriani (2022)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan	Berdasarkan hasil penelitian ini masih banyak masyarakat di

		penggunaan Mini ATM (diBRILink Ganjar Agung Kelurahan Metro Barat)	Kelurahan Ganjar Agung yang belum mendapatkan pelayanan yang baik ketika melakukan transaksi di BRILink, karena terkait dengan belum adanya ketentuan dan penetapan biaya administrasi kepada para nasabah secara tertulis untuk mengetahui dasar dalam penetapan harga.
5.	Dea Agustin (2024)	Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Hubungan kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai dikaji dsalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada agen BRILink Kota Bandar lampung)	Berdasarkan hasil penelitian ini Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink agar selalu meningkatkan reputasi dengan mengenali konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan dan mengelola serta

			responsif terhadap ulasan dan masukan yang diberikan oleh pelanggan, dan diharapkan dengan perbaikan reputasi maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dampak pada hubungan kerjasama jangka panjang.
--	--	--	--

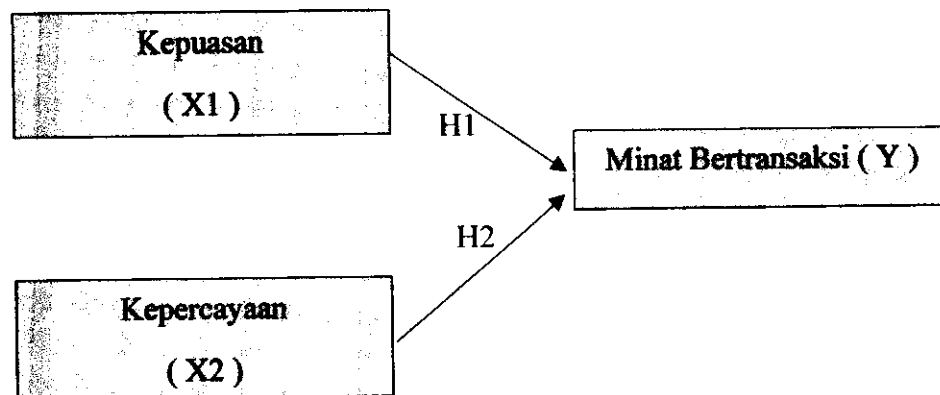
C. Kerangka Pikir

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan menurut Kotler (1997), Sedangkan Kepercayaan merupakan kesiapan seseorang untuk bergantung pada orang lain yang terlibat dalam sebuah transaksi karena individu memiliki percaya kepada tersebut. menurut Moorman (1993)

Minat beli adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subjektif yang meliputi hubungan antara orang sendiri dengan beberapa tindakan menurut Sari (2019). Minat beli merupakan faktor yang

paling vital bagi perusahaan agar bisa menjaga keberlangsungan dan bertahan dalam kompetisi.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang masih belum kuat, karena masih dalam bentuk dugaan yang belum terverifikasi. Dengan kata lain, hipotesis adalah sebuah jawaban sementara yang ingin diuji kebenarannya melalui sebuah penelitian.

Hipotesis disebut sebagai sementara, karena solusi yang diberikan baru bersumber dari teori-teori yang relevan, dan belum didasari oleh fakta-fakta yang diperoleh melalui pengalaman dari pelaksanaan percobaan atau data empiris yang didapat melalui pengumpulan informasi.

1. Pengaruh Kepuasan terhadap minat bertransaksi.

Konsumen dapat dilihat dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk yang diharapkan agar dapat memuaskan kebutuhan mereka. Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Pelanggan yang merasa puas akan memberikan rekomendasi produk tersebut kepada konsumen lainnya, sehingga dapat terciptalah niat daya

beli konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kepuasan berpengaruh terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink.

Berdasarkan penelitian, kepuasan sangat berpengaruh terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat bertransaksi.

Kepercayaan adalah kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain. Kepercayaan akan terjadi apabila kedua pihak yang berkaitan menghasilkan hasil yang positif para penggunanya, sehingga terciptalah minat konsumen. Oleh karena itu dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink.

Berdasarkan penelitian kepercayaan sangat berpengaruh terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink.

3. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap minat bertransaksi.

Konsumen yang sangat puas akan menyarankan produk itu kepada konsumen lain yang dikenal sebagai promosi *word of mouth*. Kepuasan dan kepercayaan saling berkaitan, karena sebuah kepercayaan berasal dari kepuasan. Kepuasan dan kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh tenaga kerja, produk yang diharapkan sesuai yang dijanjikan, kualitas pelayanan, harga dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Kepuasan dan Kepercayaan sangat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink di BUMDes Tumang Cepogo.

Hal ini didukung dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Dea Agustin yang berjudul Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Hubungan kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai dikaji dsalam Perspektif Maqashid

Syariah (Studi Pada agen BRILink Kota Bandar Lampung). Dimana hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian ini Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink agar selalu meningkatkan reputasi dengan mengenali konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan dan mengelola serta responsif terhadap ulasan dan masukan yang diberikan oleh pelanggan, dan diharapkan dengan perbaikan reputasi maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dampak pada hubungan kerjasama jangka panjang.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink (studi kasus Agen BRILink Bumdes Tumang Kecamatan cepogo), maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk minat bertransaksi di agen BRILink Bumdes tumang kecamatan Cepogo.
- b. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk minat bertransaksi di agen BRILink Bumdes Tumang Kecamatan Cepogo.

2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, peneliti memberi saran sebagai berikut :

- a. Melihat pada variabel kepuasan, agen BRILink berempati dalam menghadapi keluhan,kritik dan saran dari nasabah atau kosumen. Dapat memenuhi permintaan konsumen dengan tepat waktu,dan dalam menyampaikan informasi baik kemudahan layanan dan prosedur bertransaksi di agen BRILink sangat jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.
- b. Berkaitan dengan variabel kepercayaan, nasabah sangat percaya akan karyawan agen BRILink dalam melayani permintaan nasabah,baik dalam memenuhi kebutuhan nasabah,kejujuran dalam transaksi, dan nasabah bersedia menerima saran dan resiko yang kemungkinan terjadi.

- c. Agen BRILink mampu memberi reputasi yang baik agar dapat memberikan rasa percaya pada konsumen atau pengguna jasa BRILink BumdesTumang Kecamatan Cepogo.
- d. Pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh layanan pelanggan akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diterima dari agen BRILink.
- e. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjaga kepentingan transaksi, melayani nasabah dan memberikan manfaat pada pengguna lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan data, pengumpulan data, dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik, dan diharapkan untuk ditunjang pula dengan wawancara dengan sumber yang kompetendalam kajian sarana dan prasarana yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Agustin, D. (2024). *Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap hubungan kerjasama jangka panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai dikaji dalam perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Agen BRILink Kota Bandar Lampung)*.
- Arifin, Z. (2018). Perbandingan Model Pembelajaran Discovery Learning dan Talking Stick terhadap Hasil Belajar. *Edureligia; Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 77–81. <https://doi.org/10.33650/edureligia.v2i2.457>
- Ariyan, H. (2013). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen atas merek terhadap kewpustrusan pembelian ulang minuman Aqua di kota Padang. *Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padang*, 041(1), 12–26.
- Arsad. (2023). Pengaruh tarif jasa dan fasilitas terhadap keputusan bertransaksi masyarakat dengan kualitas layanan sebagai variabel moderating (studi pada gesa labean) *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Haeruddin Ari, & Ediyanto, T. D. P. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening *Seminar Nasional Unars*, 1, 125–133. <https://www.unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/2433%0Ahttps://www.unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/download/2433/1823>
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). perilaku Konsumen. *Yogyakarta; BPFE*.
- Ibrahim, A. H., Suhu, B. La, Suaib, R., Salim, A., & Noo, N. (2021). Strategi

- Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan perekonomian Masyarakat Perdesaan (Studi Di Desa Were Kecamatan Weda Kabupaten Halmahera Tengah). *Jurnal Government of Archipelago*, 1(1), 1–10. <http://jurnal.umm.ac.id/index.php/jgoa/article/view/649>
- Indriyani, L. (2021). *Pengaruh Minat, Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Loyalitas Konsumen Bertransaksi di Agen BRILink Palu Barat*. 01, 1–110.
- Irawan, A., & Nurfauzi, Y. (2023). *Pengaruh Brilink Terhadap Pendapatan Badan Usaha Milik Desa di Kecamatan Salem*. 1(1), 24–33.
- 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>
- Krisnabayu, A. (2019). Survei Sarana dan Prasarana Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan SMP Negeri 6 Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. *Jurnal Survei Sarana Dan Prasarana Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan SMP Negeri 6 Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai*, 1(1), 5–16.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 64–69.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2 Edisi Kedelapan, Jakarta : Erlangga.
- Moorman, C., R. Deshpande and G. Zaltman. 1993. Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal of Marketing*. 51 (January). 81-101
- Mayasari Dan Patmawati. 2019. Pengaruh Iklan Internet, Celebrity Endorder, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Shopee Di Kota Padang. Padang: *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. P-ISSN: 2086-5031, E-ISSN: 2615-3300.

- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh kualitas produk, online marketing, electronic word of mouth, dan harga terhadap minat beli produk fellas.co. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Murni, C. H. (2020). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee*, 117. [http://etheses.iainponorogo.ac.id/10560/1/PDF CHUSNUL.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/10560/1/PDF%20CHUSNUL.pdf)
- Panggungharjo, P. D. (2015). *Tentang Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. 2, 12–32.
- Pricilia, S. E. (2018). *Model Mitigasi Risiko Operasi pada Industri Penyeberangan: Studi Kasus Lintasan Penyeberangan Ketapang -Gilimanuk*. https://repository.its.ac.id/50521/1/04411340000002-Undergraduate_Theses.pdf
- Ratnasari, E. (2023). Peranan Agen BRILink. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 21(1). <https://doi.org/10.51826/fokus.v21i1.734>
- RIA FEBRIANI. (2022). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna mini ATM (Di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat)*. 1.
- ROSYADI, R., & RAHMANDA, A. L. (2023). Pengaruh layanan jasa BRILink terhadap peningkatan pelanggan dalam perspektif ekonomi islam. *Jurnal Riset Ekonomi Islam (JREI)*, 1(1), 1–25. <https://journal.steidarulquran.ac.id/index.php/jrei/index>
- Segara, S. C. (2019). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada ahass pt. tiger dua ribu medan. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari

Sugiyono. (2020). *Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.*

Wiedyani & Prabowo. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Muria Jurusan Semarang Tawang- Jakarta Gambir. *Journal Article*, 978–979. <https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7376>

LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN

A. SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUISIONER

Kepada Yth.

Saudara/i Responden

Ditempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyelesaian Skripsi Jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta), saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink BUMDes Tumang Kecamatan Cepogo, Boyolali.**”

Berdasarkan hal tersebut saya mengajukan kuisisioner.

Memohon Kesediaan bapak/ibu/saudara/saudari meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner tersebut sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan. Kerahasiaan identitas bapak/ibu/saudara/saudari akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian. Demikian surat permohonan saya, atas perhatian bapak/ibu/ saudara/i dalam membantu kelancaran penelitian ini, saya sampaikan terima kasih.

Hormat Saya,

Joko Suryono

B. IDENTITAS RESPONDEN

Instruksi: Isilah dan Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia!

Identitas Responden:

1. Usia : ☐ 20 - 25 Tahun
☐ 26 - 30 Tahun
☐ 31 – 35 Tahun
☐ 36 – 40 Tahun
☐ > 40 Tahun
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan
3. Pendidikan Terakhir : ☐ SD
☐ SMP/Sederajat
☐ SMA/Sederajat
☐ Diploma (1,2,atau 3)
☐ S1 (Strata Satu)
☐ S2 (Magister)
4. Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Wiraswasta
☐ Karyawan (BUMN/BUMD,Swasta,Honorar)
☐ PNS/TNI/POLRI
☐ Lainnya.....
5. Domisili :

C. Deskripsi Jawaban

Jawaban	Skore
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Daftar Pernyataan Kuisioner

1. Kepuasan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui Kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dari layanan BRILink.					
2	Saya mengetahui Kesesuaian Kualitas mesin EDC BRILink.					
3	Saya mengetahui transaksi di BRILink yang cepat.					
4	Saya mengetahui promo yang diberikan agen BRILink berbeda dengan yang lain.					
5	Saya merasa sesuai dengan tempat agen BRILink yang diharapkan.					
6	Saya sangat suka dengan keragaman produk yang ditawarkan.					
7	Saya merasa mendapatkan kemudahan bertransaksi di Brilink,dan menghemat waktu dan biaya.					
8	Saya merasa diatasi dengan baik,dengan keluhan yang saya ajukan di agen BRILink.					
9	Saya merasa puas dengan agen BRILink berempati menghadapi keluhan konsumen.					
10	Saya merasa senang Agen BRILink memenuhi permintaan transaksi tepat waktu.					
11	Saya merasa senang agen BRILink menerima kritik dan saran dari saya.					
12	Saya mendapatkan kemudahan layanan di agen BRILink sesuai yang saya harapkan.					

13	Saya mengetahui transaksi di Agen BRILink sangat mudah.					
14	Saya mendapatkan pelayanan yang ramah di Agen BRILink.					
15	Saya mendapatkan kemudahan Informasi yang disampaikan oleh agen BRILink.					

2. Kepercayaan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya bahwa karyawan agen BRILink mempunyai sifat jujur dalam melayani konsumen dalam bertransaksi.					
2	Saya merasa percaya bahwa karyawan agen BRILink sangat bersedia dalam melayani permintaan saya.					
3	Saya percaya dan bersedia menerima saran dan permintaan dari Agen BRILink.					
4	Saya berniat dan bersedia menerima resiko yang kemungkinan akan terjadi pada diri saya.					

3. Minat Bertransaksi (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sangat berniat untuk bertransaksi produk yang ada di Agen BRILink dalam waktu dekat.					
2	Saya berniat memberikan referensi kepada orang lain tentang produk yang ada di agen BRILink.					
3	Saya akan tetap bertransaksi di hari berikutnya di Agen BRILink.					
4	Saya akan selalu mencari informasi terbaru mengenai produk dan promo yang ada di agen BRILink.					