

SKRIPSI

**PENGARUH TINGKAT KEMUDAHAN DAN KEPUASAN
MASYARAKAT TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI
PADA BSI SMART AGENT
(Studi Pada Masyarakat Di Kota Meulaboh)**



Disusun Oleh:

**RINALDY PRATAMA
NIM. 210603095**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rinaldy Pratama

NIM : 210603095

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan serta ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademiknya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

AR - RANIRY Banda Aceh, 22 April 2026

Yang Menyatakan



Rinaldy Pratama

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

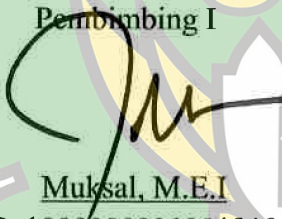
Pengaruh Tingkat Kemudahan Dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat Kota Meulaboh)

Disusun Oleh:

Rinaldy Pratama
NIM. 210603095

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I


Muksal, M.E.I.

NIP. 199009022020121008

Pembimbing II



Ella Annissa, M.E.

NIP. 199612102025052007

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Tingkat Kemudahan Dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat Di Kota Meulaboh)

Rinaldy Pratama

NIM. 210603095

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal :

Senin,

20 April 2026 M

2 Zulkaidah 1447 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

Muhsa, M.E.I

NIP. 199009022020121008

Ella Annissa, M.E

NIP. 199612102025052007

Penguji I

Penguji II

Muhammad Arifin, Ph.D

NIP. 197404172005012002

Akmal Riza, S.E., M.Si

NIP. 198402022023211023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rinaldy Pratama
NIM : 210603095
Fakultas/Program Studi : FEBI/ Perbankan Syariah
E-mail : 210603095@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

Yang berjudul:

Pengaruh Tingkat Kemudahan Dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat Di Kota Meulaboh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐ Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 22 April 2026

Mengetahui,

Penulis

Rinaldy Pratama
NIM. 210603095

Pembimbing I

Muksal, M.E.I
NIP. 199009022020121008

Pembimbing II

Ella Annissa, M.E.
NIP. 199612102025052007

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Kemudahan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat Di Kota Meulaboh)”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry,
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA sebagai Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Muksal, M.E.I. selaku pembimbing I sekaligus dosen Penasehat Akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
5. Ella Annissa, M.E. selaku pembimbing II atas bimbingan, arahan, waktu, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan karya ini. Saran dan masukan yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis menyempurnakan karya ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
6. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Penguji I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku penguji II atas masukan, arahan, waktu, serta kesabaran yang telah diberikan untuk kesempurna skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah Rasyidin. A, dan Ibu Nopy Orizae Sativa atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan serta dukungan yang tiada henti. Motivasi, nasihat, dan kepercayaan yang diberikan menjadi kekuatan utama bagi penulis dalam menyelesaikan karya ini. Setiap perjuangan dan pengorbanan Ayah dan Ibu menjadi penyemangat bagi penulis untuk terus berusaha dan tidak mudah menyerah. Semoga Ayah dan Ibu diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
9. Dengan penuh rasa sayang, penulis menyampaikan terima kasih kepada adik-adik tercinta Rafa Fatihul Ihsan dan Shakila

Annora atas perhatian, semangat dan kebersamaan yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi motivasi besar bagi penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman yang telah kebersamai setiap fase kehidupan penulis, meskipun tidak semuanya menetap untuk waktu yang lama. Di antara mereka, ada yang memberikan dukungan, semangat, dan motivasi sehingga penulis mampu terus melangkah dan menyelesaikan perjalanan ini hingga akhir.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 22 April 2026

Penulis,

Rinaldy Pratama

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Š	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َـ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
ِـ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

Kaifa : كيف

haul : هول

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
وِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah / alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَة : *Talhah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Rinaldy Pratama
NIM : 210603095
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Tingkat Kemudahan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat di Kota Meulaboh)
Pembimbing I : Muksal, M.E.I
Pembimbing II : Ella Annissa, M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kemudahan dan kepuasan masyarakat terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peningkatan inklusi keuangan melalui layanan *branchless banking* yang memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan perbankan tanpa harus datang ke kantor bank. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *Purpose Sampling*. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat di Kota Meulaboh. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kemudahan (X1) dan kepuasan (X2) sebagai variabel independen, serta minat bertransaksi (Y) sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial kemudahan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dan kepuasan yang dirasakan masyarakat, maka semakin tinggi pula minat masyarakat pada BSI Smart Agent.

Kata kunci: Kepuasan, kemudahan, minat transaksi BSI smart agent

DAFTAR ISI

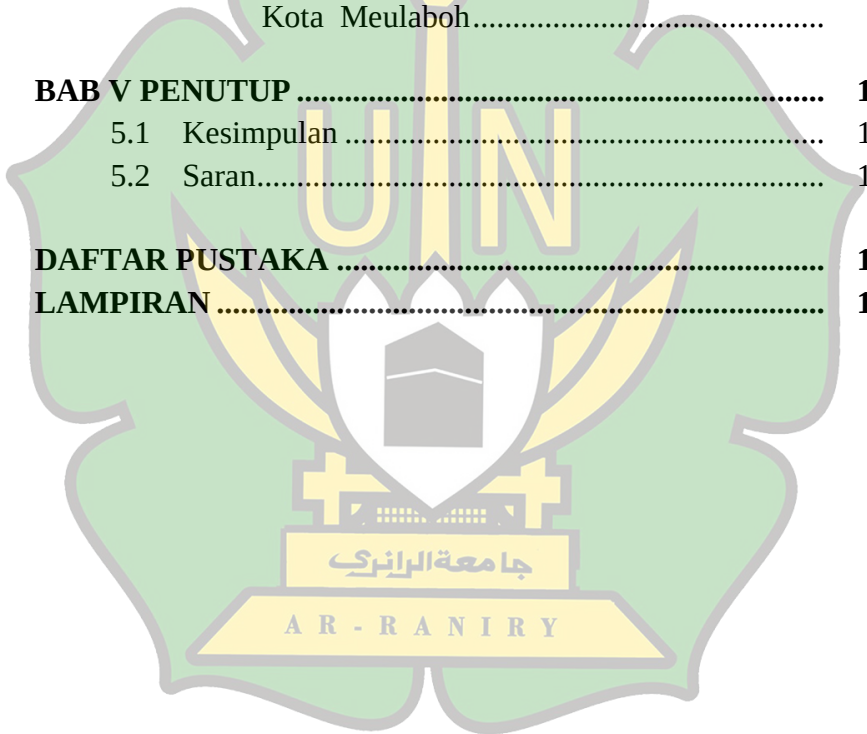
Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI....	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan.....	13
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 15
2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	15
2.1.1 Pengertian TAM	15
2.1.2 Komponen TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	16
2.2 Kemudahan.....	18
2.2.1 Pengertian Kemudahan.....	18
2.2.2 Indikator Kemudahan	20
2.3 Kepuasan.....	21
2.3.1 Pengertian Kepuasan.....	21
2.3.2 Indikator Kepuasan	23

2.4	Minat Bertransaksi.....	25
2.4.1	Pengertian Minat Bertransaksi.....	25
2.4.2	Indikator Minat Bertransaksi	27
2.5	Bank Syariah.....	28
2.5.1	Pengertian Bank Syariah.....	28
2.5.2	Tujuan Bank Syariah.....	29
2.5.3	Fungsi Bank Syariah	30
2.5.4	Akad-Akad Pada Bank Syariah.....	31
2.5.5	Produk Bank Syariah	35
2.6	Bank Syariah Indonesia	37
2.6.1	Pengertian Bank Syariah Indonesia	37
2.6.2	Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia	38
2.7	BSI Smart.....	39
2.7.1	Pengertian BSI Smart	39
2.7.2	Tujuan BSI Smart.....	40
2.7.3	Syarat Menjadi BSI Smart Agen	40
2.7.4	Alur Proses Menjadi BSI Smart Agen	42
2.8	Penelitian Terdahulu.....	43
2.9	Kerangka Konseptual.....	47
2.9.1	Definisi Kerangka Pemikiran.....	49
2.9.2	Skema Kerangka Pemikiran.....	50
2.9.3	Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	51
2.10	Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		54
3.1	Desain Penelitian	54
3.2	Lokasi Penelitian	54
3.3	Populasi dan Sampel.....	55
3.3.1	Populasi	55
3.3.2	Sampel.....	55
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	56
3.5	Jenis Data.....	57
3.5.1	Data Primer	57
3.5.2	Data Sekunder	58
3.6	Teknik Pengumpulan Data	58

3.6.1	Kuesioner	58
3.7	Skala Pengukuran Instrumen Penelitian	59
3.8	Variabel Penelitian.....	59
3.9	Metode Analisis Data	60
3.10	Uji Instrumen Penelitian	61
3.10.1	Uji Validitas.....	61
3.10.2	Uji Reliabilitas	62
3.11	Uji Asumsi Klasik.....	62
3.11.1	Uji Normalitas.....	62
3.11.2	Uji Multikolinieritas	63
3.11.3	Uji Heteroskedastisitas	63
3.12	Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.13	Uji Hipotesis	65
3.13.1	Uji F (Uji Simultan).....	65
3.13.2	Koefisien Determinan (R^2).....	65
3.13.3	Uji T (Uji Parsial)	66
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1	Profil Kota Meulaboh	67
4.2	BSI Smart Agent	69
4.2.1	Pengertian BSI Smart Agent.....	69
4.3	Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian ...	71
4.3.1	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	71
4.3.2	Deskripsi Tanggapan Responden Penelitian	74
4.4	Hasil Analisis Kualitas Instrumen.....	80
4.4.1	Hasil Uji Validitas	80
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	81
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	82
4.5.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	83
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.7	Hasil Uji Hipotesis	88
4.7.1	Hasil Uji T (Secara Parsial)	88

4.7.2 Hasil Uji F (Secara Simultan).....	89
4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.....	92
4.8.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh ..	94
4.8.3 Pengaruh Kemudahan dan Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.....	97
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peluncuran BSI Smart Agent di Aceh	3
Tabel 1.2 Perkembangan Produk BSI Smart Agent di Aceh....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1 Skala Likert	59
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	71
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan (X1).....	74
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan (X2)	76
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Bertransaksi (Y).....	78
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	81
Tabel 4.6 Hasil Reliabilitas	82
Tabel 4.7 Hasil Normalitas	83
Tabel 4.8 Hasil Multikolinieritas.....	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F)	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)	91

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

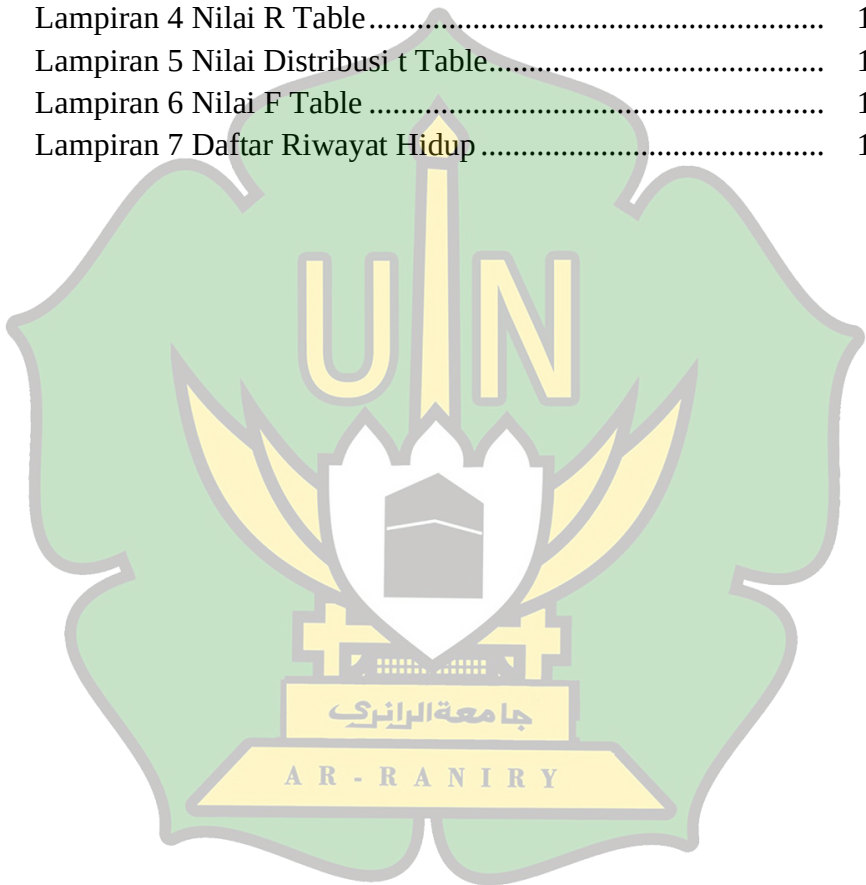
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	50
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	85



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	111
Lampiran 2 Tabulasi Data	117
Lampiran 3 Output SPSS.....	131
Lampiran 4 Nilai R Table	159
Lampiran 5 Nilai Distribusi t Table.....	163
Lampiran 6 Nilai F Table	167
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	171



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia saat ini berada pada era disrupsi digital, tak terkecuali perbankan. Pada perubahan secara besar-besaran dari era yang sifatnya *offline* ke *online* merupakan tanda adanya disrupsi digital. Menjawab tantangan disrupsi digital, maupun kemudahan dan ketersediaan layanan keuangan di seluruh wilayah Indonesia, Bank Indonesia mencanangkan *Branchless Banking*. Subramanian (2020) menjelaskan *Branchless Banking* dapat didefinisikan sebagai strategi untuk distribusi saluran perbankan yang digunakan untuk memberikan layanan keuangan tanpa bergantung pada kantor cabang.

Dengan mengandalkan teknologi informasi dan komunikasi, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengeluarkan suatu produk yaitu BSI Smart, bank memilih nasabah setia di wilayah tertentu untuk menjadi agen atau perwakilan perbankan dalam memberikan layanan perbankan kepada masyarakat sekitar. Dengan BSI Smart, bank berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya melalui sistem *officeless* yang artinya tidak perlu lagi ke bank untuk mendapatkan pelayanan sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Perbankan dapat melibatkan pihak lain (agen bank) dalam menjangkau masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan.

Bank Syariah Indonesia turut memprakarsai *Branchless Banking* dengan meresmikan agen BSI Smart sebagai agen layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif (laku pandai). BSI Smart merupakan bagian dari produk BSI digital banking yang menggunakan *Electronic Data Capture* (EDC) atau Mini ATM maupun aplikasi BSI Mobile sebagai media transaksi perbankan yang *real time online* dengan jangkauan wilayah yang lebih luas karena memanfaatkan jaringan internet dan teknologi informasi yang ada. EDC sebagai mesin kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi keuangan, hal ini telah diuji coba sejak tahun 2013 dan resmi diluncurkan pada pekan kedua bulan Desember 2014. *Branchless Banking* khususnya Agen BSI ini terutama dilakukan dengan memanfaatkan tingginya penggunaan telepon genggam, serta kerjasama dengan unit lokal atau agen.

Menurut Laporan Tahunan bank BSI 2021, inisiatif BSI Smart Agen (juga dikenal sebagai agen layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka inklusi keuangan atau Laku Pandai) diresmikan pada tanggal 19 Oktober 2021 dengan pengaktifan sekitar 4.700 agen pertama untuk memperluas akses ke layanan keuangan syariah (bankbsi.co.id). Pada tanggal 6 Agustus 2021, PT Bank Syariah Indonesia mengadakan *soft launching* layanan BSI Smart di Banda Aceh sebagai langkah awal transformasi dari agen BRILink ke BSI Smart. Sebanyak 73 agen menerima perangkat EDC (*Electronic Data Capture*) secara simbolis sebagai langkah implementasi pertama layanan BSI Smart (Antarane.ws.com, 2021). Dan pada 20

Oktober 2021, digelar acara *kick-off* resmi peluncuran BSI Smart Agen di Aceh, sebagai kelanjutan dari *soft launching* sebelumnya. Dalam acara ini, 4.700 agen BSI Smart di seluruh Aceh secara simbolis diresmikan. Transformasi massif ini merupakan peralihan jaringan BRILink menjadi agen BSI Smart di provinsi tersebut (popularitas.com, 2021).

Tabel 1.1
Peluncuran BSI Smart Agen di Aceh

Tanggal	Kegiatan	Keterangan
6 Agustus 2021	<i>Soft Launching</i> BSI Smart di Banda Aceh	Transformasi awal dari agen BRILink ke BSI Smart. Sebanyak 73 agen menerima perangkat EDC secara simbolis.
20 Oktober 2021	<i>Kick-off</i> Resmi Peluncuran BSI Smart Agen Aceh	Peresmian secara simbolis 4.700 agen BSI Smart di seluruh Aceh. Merupakan kelanjutan dari <i>soft launching</i> sebelumnya.

Sumber: Antara news.com. & Popularitas.com. (October 20, 2021)

Hadirnya BSI Smart sebagai produk yang disediakan oleh BSI menjadikan inovasi alternatif untuk masyarakat dalam bertansaksi apapun dengan mudah. kemudahan yang didapatkan masyarakat tanpa harus pergi ke kantor tanpa ada antrian menyediakan waktu yang efisien bagi nasabah tersebut. Dengan adanya kemudahan yang disediakan pada produk BSI Smart, nasabah akan merasa puas sehingga minat bertransaksi juga dilakukan.

Tabel 1.2
Perkembangan Produk BSI Smart Agent di Aceh

Tahun	Jumlah Agen	Jumlah Transaksi
2023	12.610	11,760 Juta
2024	17.830	12 Juta

Sumber: Antara News (September 9, 2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 Perkembangan Produk BSI Smart Agent di Aceh, terlihat adanya peningkatan jumlah agen dan transaksi dari tahun 2023 ke tahun 2024. Pada tahun 2023, jumlah BSI Smart Agent di Aceh tercatat sebanyak 12.610 agen dengan jumlah transaksi sebesar 11,760 juta transaksi. Sementara itu, pada tahun 2024 jumlah agen meningkat menjadi 17.830 agen, diikuti dengan kenaikan jumlah transaksi menjadi 12 juta transaksi. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa BSI Smart Agent semakin berperan dalam memudahkan masyarakat Aceh mengakses layanan perbankan syariah.

Perluasan jumlah agen mencerminkan upaya bank BSI dalam mendukung inklusi keuangan, terutama bagi masyarakat yang kurang mengakses keberadaan serta jauh dari kantor bank, sehingga transaksi keuangan dapat dilakukan secara lebih mudah, cepat, dan efisien. Penggunaan jasa keuangan menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama melalui program inklusi keuangan yang mampu membuka akses layanan hingga ke wilayah pedesaan (Setiawan, 2024). Dalam konteks ini, perilaku konsumen berperan penting karena menentukan bagaimana masyarakat menerima dan memanfaatkan layanan tersebut. Menurut

Swastha & Handoko (2000) dalam Adnan (2019), perilaku konsumen sebagai kegiatan individu yang terlibat langsung dalam memperoleh serta menggunakan barang maupun jasa, termasuk proses pengambilan keputusan dalam menentukan tindakannya.

Meulaboh merupakan ibu kota dari Kabupaten Aceh Barat yang secara administratif berada dalam wilayah Kecamatan Johan Pahlawan. Kecamatan ini terdiri atas 21 desa yang tersebar di berbagai wilayah administratifnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah penduduk yang mendiami 21 desa tersebut mencapai 67.148 jiwa. Jumlah ini menunjukkan bahwa Johan Pahlawan, khususnya kota Meulaboh, memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Aceh Barat. Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan publik, termasuk layanan perbankan, semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Dengan demikian, keberadaan lembaga keuangan maupun perantara layanan perbankan, seperti BSI Smart Agen, menjadi instrumen penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat di wilayah ini.

Namun demikian, tingginya jumlah penduduk di Kota Meulaboh tidak sepenuhnya sebanding dengan ketersediaan layanan BSI Smart Agen. Masih terdapat kesenjangan antara jumlah agen dengan jumlah masyarakat yang membutuhkan layanan perbankan. Akibatnya, sebagian masyarakat masih harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk mengakses ATM atau kantor bank. Kondisi ini

dengan masih rendahnya tingkat literasi keuangan sebagian masyarakat, terutama di kalangan awam terhadap layanan perbankan modern. Dengan kata lain, keterbatasan akses dan kurangnya literasi keuangan menjadi faktor penghambat utama dalam pemanfaatan optimal BSI Smart Agen di kota Meulaboh. Meski demikian, kondisi ini juga membentuk pola pilihan masyarakat dalam menentukan saluran transaksi yang dianggap paling mudah dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Beberapa alasan mengapa sebagian masyarakat Meulaboh, lebih memilih bertransaksi melalui BSI Smart Agen dibandingkan langsung ke ATM berdasarkan wawancara observasi awal. Dari perspektif perilaku pengguna, keterbatasan jumlah ATM di sejumlah desa, seringkali mesin mengalami gangguan jaringan, hingga ketersediaan uang tunai yang terbatas menjadi hambatan utama. Sebaliknya, BSI Smart Agen biasanya berlokasi lebih dekat dengan masyarakat, seperti di desa, pasar, atau pusat keramaian, sehingga lebih mudah dijangkau. Selain itu, agen dapat membantu nasabah yang kurang memahami prosedur transaksi atau teknologi digital, membuat layanan terasa lebih praktis dan aman dibandingkan penggunaan mesin ATM yang bersifat mandiri. Di Meulaboh juga terdapat beberapa layanan keuangan perbankan selain bank BSI, Bank Aceh, BTN Syariah, Bank Muamalat, dan Bank Mustaqim. Pada beberapa layanan keuangan perbankan tersebut, tetapi Meulaboh hanya BSI yang meluncurkan program seperti BSI Smart Agen. Kondisi ini memberikan keunggulan kompetitif bagi BSI

karena tidak adanya pesaing dalam segmen layanan berbasis agen syariah sehingga berpeluang untuk memperluas pangsa pasar.

Tujuan utama dari BSI Smart ini untuk memfasilitasi masyarakat yang berada diberbagai pelosok daerah untuk mendapatkan layanan perbankan tanpa harus datang ke unit kerja BSI dan mengantri di Teller. Melalui agen BSI Smart masyarakat dapat melakukan transaksi transfer, tarik tunai, setor tunai, pembayaran berbagai tagihan seperti PLN, Telepon, PDAM, BPJS, pembayaran cicilan kredit kendaraan dan beberapa layanan perbankan lainnya. Sedangkan bagi agen BSI Smart, mereka akan memperoleh tambahan penghasilan berupa *fee* dan berpotensi menambah pelanggan. Bagi BSI bisnis BSI Smart ini akan memberikan keuntungan dalam bentuk perluasan jaringan kerja, menghemat biaya operasional (karena tidak harus membuka cabang), menghasilkan *fee based income*, meningkatkan *Current Account Saving Account (CASA)* dan berpotensi untuk *cross selling product*.

Menurut Wahyuni & Astuti (2020), minat bertransaksi merupakan suatu dorongan internal dari dalam diri individu yang muncul setelah individu tersebut memperoleh pengetahuan, perasaan suka (afeksi positif), dan keyakinan terhadap suatu layanan atau produk. Dorongan ini kemudian mendorong individu untuk melakukan tindakan nyata, yaitu melakukan transaksi dengan penyedia produk atau jasa tersebut.

Dari berbagai aspek perilaku konsumen tersebut, penelitian ini menyoroti dua faktor penting, yaitu tingkat kemudahan dan kepuasan masyarakat, yang diduga berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Matilda (2024) menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan kepuasan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan masyarakat serta semakin tinggi tingkat kepuasannya, maka semakin besar pula minat untuk melakukan transaksi melalui agen BSI Smart.

Kemudahan mencakup persepsi sejauh mana seseorang dapat dengan mudah mengakses, menggunakan, atau mengadopsi suatu teknologi, produk, atau layanan. Dengan kata lain, kemudahan sesuatu yang membuat aktivitas menjadi lebih sederhana, nyaman, dan efisien, baik melalui fasilitas, teknologi, maupun sistem yang tersedia (Irawan, 2019). Dalam kajian empiris yang dilakukan Fitria et al. (2023) menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI. Penelitian ini memperkuat bukti bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan layanan digital menjadi faktor penting dalam mendorong minat bertransaksi.

Berbagai cara dilakukan oleh pihak bank dalam rangka melebihi (bukan hanya memenuhi) harapan-harapan nasabah, diantaranya yaitu: memahami jenis-jenis harapan, mengetahui dampak dimasa mendatang. Kegiatan mengelola harapan-harapan

nasabah dengan menawarkan pilihan-pilihan yang mungkin bisa dinikmati oleh nasabah, caranya yaitu bank dapat menyiapkan produk atau jasa alternatif sebagai pengganti bila nasabah tidak menginginkan salah satu dari pilihan yang ditawarkan dan menyiapkan produk atau jasa pengganti, maka nasabah akan merasa senang karena tidak terjebak pada pilihan yang terbatas sehingga kepuasan nasabah akan muncul jika kebutuhan dasar nasabah atas produk atau jasa bank dapat terpenuhi meski tidak seperti yang diharapkan (Wahjono, 2013).

Kepuasan juga memegang peran penting dalam membangun pengalaman positif masyarakat terhadap layanan keuangan. Kepuasan nasabah atau pelanggan suatu persepsi terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya. Selain itu, kepuasan konsumen juga sebagai hasil perasaan dari dalam diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa (Setiawan, 2018). Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas maka kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pada nasabah menjadikan sebuah penilaian yang dapat mencerminkan 5 dimensi spesifik dari layanan (Liestyanti & Prawiraatmadja, 2021), bahwa kepuasan nasabah lebih istimewa yang dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku minat bertransaksi, Masyarakat akan memilih suatu produk atau jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan kemudahan setelah

menikmati produk atau jasa tersebut cenderung akan membandingkan dengan yang kepuasan mereka dengan harapan. Bila jasa yang mereka nikmati berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, maka pelanggan akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati dapat memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan dan kemudahan mereka akan cenderung memakai kembali produk dan jasa tersebut.

Dalam penelitian ini akan dipakai dua variabel yaitu kemudahan & kepuasan masyarakat yang termasuk kedalam faktor psikologis yang mempengaruhi minat bertransaksi konsumen. Pada akhirnya, tingkat kemudahan dan kepuasan yang dirasakan masyarakat akan berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Berdasarkan uraian permasalahan, fenomena dan hasil kajian terdahulu, bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam memutuskan bertransaksi. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada layanan perbankan digital seperti BRILink dan BSI Mobile, sedangkan kajian mengenai BSI Smart Agent, khususnya pada masyarakat di kota Meulaboh, masih sangat terbatas.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dalam hal objek, konteks wilayah, dan periode penelitian dengan tujuan memberikan bukti empiris, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa BSI Smart Agent, dengan judul penelitian **“Pengaruh Tingkat Kemudahan dan Kepuasan**

Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat di Kota Meulaboh)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh tingkat kemudahan terhadap minat masyarakat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh?
2. Bagaimana pengaruh tingkat kepuasan terhadap minat masyarakat bertransaksi pada BSI Smart Agent di kota Meulaboh?
3. Bagaimana pengaruh tingkat kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan terhadap minat masyarakat bertransaksi pada BSI Smart Agen di kota Meulaboh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat bertransaksi Pada BSI Smart Agent di kota Meulaboh.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan berpengaruh terhadap minat masyarakat bertransaksi pada BSI Smart Agent di kota Meulaboh.
3. Mengetahui tingkat kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di kota meulaboh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Teoritis
 - a. Dapat menambah pemahaman dan pengetahuan tentang pengaruh tingkat kemudahan dan kepuasan dalam bertransaksi pada produk Bank Syariah Indonesia yaitu BSI Smart
 - b. Dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran bagi pihak pihak yang melakukan penelitian serupa.
2. Bagi Praktisi
 - a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai produk-produk perbankan syariah dalam kemudahan melakukan transaksi.
 - b. Bagi masyarakat, untuk memberikan gambaran dan informasi terhadap produk-produk perbankan syariah sehingga memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi.
3. Bagi Kebijakan
 - a. Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan kebijakan strategis terkait pengembangan layanan BSI Smart Agent, khususnya dalam meningkatkan kemudahan akses dan kepuasan masyarakat.

- b. Dapat digunakan sebagai dasar dalam meningkatkan kualitas layanan, memperluas jaringan agen, serta mengoptimalkan pelayanan kepada masyarakat guna mendorong peningkatan minat bertransaksi.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini disajikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini disajikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan fakta atau kasus yang sedang dibahas. Disamping itu juga dapat disajikan mengenai berbagai asas atau pendapat yang berhubungan dan benar- benar bermanfaat sebagai bahan untuk melakukan analisis terhadap fakta atau kasus yang sedang diteliti pada Bab IV.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan secara sederhana langkah- langkah penelitian yang dilakukan. Dalam Bab ini diketengahkan antara lain Metode Pendekatan Masalah, Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, serta Analisis Data yang digunakan.

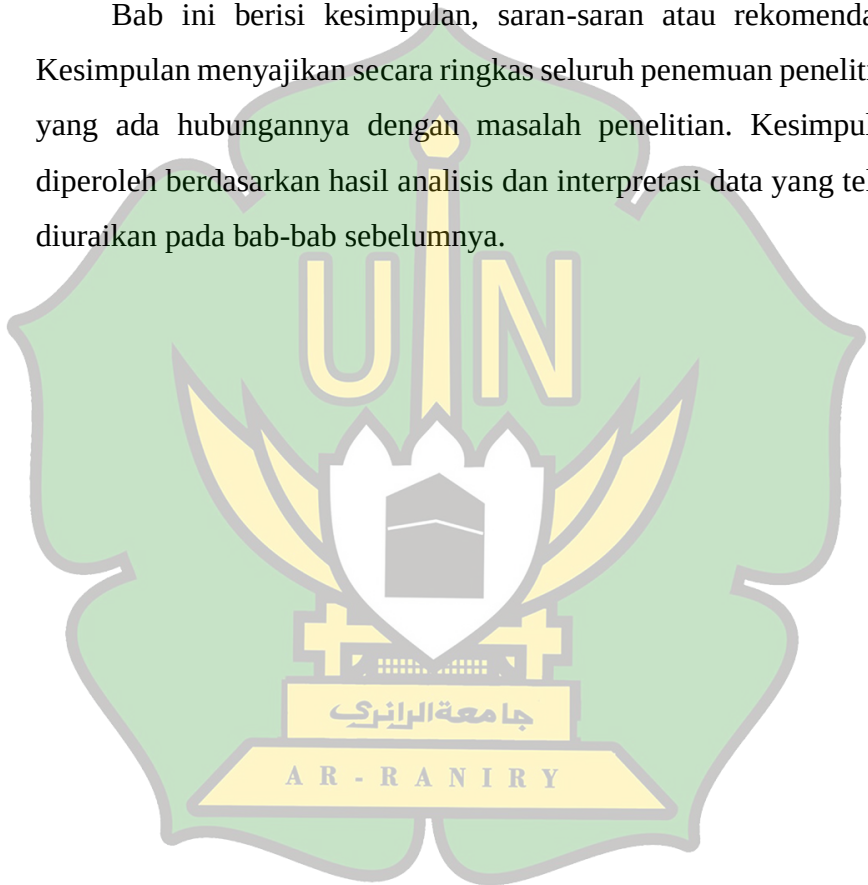
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam Bab ini data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, dikaitkan dengan kerangka teori atau kerangka analisis

yang dituangkan dalam Bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka teori yang telah dikemukakan terdahulu.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

2.1.1 Pengertian TAM

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Davis (1989). TAM suatu model yang banyak digunakan untuk mengkaji penelitian mengenai penerimaan suatu teknologi. Teori ini dikembangkan oleh Davis, yang mendasarkan TAM pada *Theory of Reasoned Action* (TRA), meskipun tidak semua komponen dari teori tersebut dimasukkan. Salah satu tujuan TAM adalah untuk menjelaskan tentang elemen-elemen yang memilih penerimaan teknologi secara luas serta mengidentifikasi perilaku dan sikap pengguna terhadap teknologi dalam suatu populasi. Dengan memahami elemen-elemen ini, TAM membantu dalam merancang sistem yang lebih efektif dan meningkatkan tingkat adopsi teknologi oleh pengguna (Santi & Erdani, 2021).

Teori TAM memperkenalkan dua struktur penting dari model sebelumnya, yaitu TRA. Kedua konstruk tersebut dilihat dari perspektif kegunaan dan kemudahan penggunaan, yang berkontribusi pada penerimaan teknologi. Keduanya dapat memengaruhi pandangan terhadap perilaku, yang selanjutnya berkontribusi dalam membentuk niat perilaku (*behavioral intention*). Niat perilaku ini menjadi landasan untuk tindakan yang akan diambil oleh individu. Dengan demikian, pemahaman tentang

kedua konstruk ini sangat penting untuk mengembangkan teknologi yang lebih mudah digunakan dan ramah pengguna (Pibriana, 2020).

2.1.2 Komponen TAM (*Technology Acceptance Model*)

Menurut Venkatesh dan Davis, Model TAM (*Technology Acceptance Model*) mempunyai empat komponen (Wicaksono, 2022), yaitu:

1) *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) merupakan elemen krusial dalam TAM (*technology acceptance model*). Istilah ini merujuk pada pandangan individu mengenai seberapa besar teknologi dapat mendukung mereka dalam menyelesaikan tugas tugas atau mencapai tujuan yang diinginkan. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja aktivitas dan pekerjaannya (Sayekti & Mardianto, 2019). Adapun beberapa hal yang diukur pada komponen ini, yaitu:

- a). Efektivitas aplikasi
- b). Keuntungan aplikasi
- c). Relevansi aplikasi
- d). Keterkaitan aplikasi dengan tugas.

2) *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan) menjadi salah satu faktor kunci pada model TAM (*technology acceptance model*). Istilah ini merujuk pada pandangan individu mengenai tingkat kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

Menurut Jogiyanto persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak akan memerlukan banyak usaha (Sayekti & Mardianto, 2019). Adapun beberapa hal yang diukur pada komponen ini, yaitu:

- a). Kemudahan belajar
- b). Kemudahan penggunaan
- c). Ketersediaan dukungan teknis
- d). Ketersediaan sumber daya.

3) *Intention to Use* (Niat Pengguna)

Komponen ini merujuk pada keinginan seseorang untuk memanfaatkan teknologi yang sudah diadopsi. *Intention to use* dapat dilihat sebagai titik awal yang krusial dalam proses adopsi teknologi. Tanpa adanya niat ini, adopsi teknologi tidak akan terwujud. Adapun beberapa hal yang diukur pada komponen ini, yaitu:

- a). Frekuensi niat untuk menggunakan aplikasi
- b). Ketertarikan untuk terus menggunakan aplikasi
- c). Rekomendasi kepada orang lain

4) *Usage Behaviour* (Perilaku Penggunaan)

Elemen ini mengacu pada perilaku individu dalam mengaplikasikan teknologi dalam kehidupan sehari-hari setelah proses adopsi. Dengan kata lain, komponen ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak berhenti pada tahap keinginan untuk menggunakan, melainkan berlanjut pada penggunaan yang

rutin dan berulang. Adapun beberapa hal yang diukur pada komponen ini, yaitu:

- a). Frekuensi penggunaan aplikasi
- b). Fitur aplikasi yang sering digunakan
- c). Lama waktu penggunaan aplikasi

2.2 Kemudahan

2.2.1 Pengertian Kemudahan

Menurut Nugroho & Irmadhani (2018), kemudahan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Definisi tersebut juga didukung dalam Matilda (2024), yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Kemudahan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Cardless Withdrawal*. Ukuran kemudahan bagi nasabah yang percaya ketika menggunakan suatu layanan dapat dilakukan dan digunakan dengan jelas tanpa hambatan (Jogiyanto, 2017). Layanan yang fokus kepada kemudahan dapat meningkatkan peluang kesuksesan suatu produk atau layanan di pasar. Dengan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi akan memperlancar proses transaksi yang beragam, dan dapat diselesaikan dengan menghemat biaya, waktu serta tenaga.

Matilda (2024) Dalam literatur ekonomi dan bisnis, pengaruh kemudahan dapat merujuk pada sejauh mana proses atau layanan

bisnis memudahkan pelanggan atau pengguna dalam melakukan transaksi atau interaksi. Setiap ahli atau disiplin ilmu mungkin memiliki interpretasi yang sedikit berbeda tentang pengaruh kemudahan, tergantung pada konteksnya. Namun, secara umum, pengaruh kemudahan mencakup persepsi atau faktor-faktor yang mempengaruhi sejauh mana seseorang atau kelompok dapat dengan mudah mengakses, menggunakan, atau mengadopsi suatu teknologi, produk, atau layanan.

Persepsi kemudahan dapat berpengaruh terhadap psikologi seseorang salah satunya sifat kepuasan setelah menggunakan suatu jasa. Menurut Kotler & Keller (2017) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Perasaan puas pada diri seseorang bersifat subjektif, karena hal tersebut sesuai dengan pikiran masing-masing seseorang dan bisa timbul karena mereka membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan.

Kemudahan bertransaksi menjadi faktor penting dalam penggunaan layanan *cardless withdrawal*. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi dan menghilangkan hambatan, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dari mana saja fasilitas yang tersedia. Dengan kemudahan nasabah dapat merasakan kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangannya, serta dapat meningkatkan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan sehari-hari (Nisa, 2025).

Jadi dapat di simpulkan kemudahan adalah sesuatu yang membuat tugas atau aktivitas menjadi lebih mudah, nyaman, atau efisien. Ini bisa berarti berbagai hal tergantung pada konteksnya, seperti fasilitas, teknologi, atau sistem yang menyederhanakan atau meningkatkan kualitas hidup atau pekerjaan seseorang (Matilda, 2024).

2.2.2 Indikator Kemudahan

Menurut Pitaloka (2023), Indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem, yaitu:

a. Mudah digunakan (*easy to use*)

Easy to use adalah sebuah sistem untuk digunakan. Dalam lingkup BSI Smart sendiri, hal ini mengacu pada semudah apa transaksi perbankan dapat dilakukan. Persepsi nasabah tentang kemudahan BSI Smart menjadi bahan pertimbangan untuk memutuskan ingin menggunakannya atau tidak.

b. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Setiap individu tentu menginginkan adanya kejelasan dalam menggunakan suatu sistem. Begitupun nasabah, apabila ingin melakukan berbagai macam transaksi keuangan di BSI Smart, mereka menginginkan kejelasan berupa bukti atau struk pembayaran bahwa transaksi tersebut benar-benar dilakukan tanpa adanya kesalahan.

c. Mudah mengoperasikan (*easy to operate*)

Seluruh perusahaan di dunia ini sangat menyadari kebutuhan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan untuk pelanggan. Dalam keinginan perusahaan tersebut, mendorong banyak perusahaan terpaksa menciptakan program-program baru dan prosedur untuk memenuhi setiap permintaan pelanggan. Teknologi informasi tepat guna dan proses kerja yang fleksibel memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan barang atau jasa bagi pelanggan perorangan dalam volume tinggi dan dengan harga yang relatif biaya rendah. Sehingga perusahaan lebih kompetitif dalam memenuhi keinginan setiap pelanggan.

d. Fleksibel (*flexible*)

Fleksibel mencerminkan sejauh mana suatu sistem atau layanan dapat menyesuaikan dengan berbagai situasi, preferensi, dan kebutuhan pengguna. Fleksibel juga memastikan bahwa Setiap pengguna memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan berbagai jenis transaksi sehingga layanan tidak hanya cocok untuk satu kelompok pengguna.

2.3 Kepuasan

2.3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan

harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Nugroho & Irmadhani, 2019).

Menurut Tjiptono (2018) kepuasan konsumen atau nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan nasabah atau pelanggan adalah suatu persepsi terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya. Selain itu, kepuasan konsumen adalah hasil perasaan dari dalam diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa (Setiawan, 2018).

Arief (2020) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu jasa yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Gremler (2018), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja penyedia jasa berdasarkan pada semua interaksi yang dialami selama proses konsumsi. Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir, tetapi juga oleh proses penyampaian layanan. Kepuasan adalah kondisi di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi. Ketika harapan terpenuhi atau terlampaui, maka akan tercipta kepuasan, sedangkan apabila

tidak terpenuhi akan timbul ketidakpuasan (Sangadji & Sopiah, 2019).

Kepuasan dapat diartikan pula sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan yang dimiliki sebelumnya (Lupiyoadi, 2020). Kepuasan pada nasabah menjadikan sebuah penilaian yang dapat mencerminkan 5 dimensi spesifik dari layanan (Liestyanti & Prawiraatmadja, 2021) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah lebih istimewa yang dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang dalam menilai suatu produk atau jasa apakah produk atau jasa tersebut sesuai dengan keinginan dan telah memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak, karena kinerja yang sesuai dengan ekspektasi maka akan timbul perasaan puas pada setiap pelanggan. Pada dasarnya, konsumen yang merasa puas akan membeli ulang dan akan menggunakan produk atau jasa tersebut secara terus-menerus.

2.3.2 Indikator Kepuasan

Menurut Kotler (2018), untuk memantau kepuasan konsumen dapat digunakan empat metode sebagai berikut:

- a. Perasaan Puas (puas akan produk dan pelayanannya)

Ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

b. Kualitas Pelayanan

Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika jasa keuangan melakukan pelayanan yang baik, ramah, dan memuaskan. Bila nasabah mendapatkan kualitas layanan tersebut, bukan tak mungkin mereka akan kembali menggunakan produk dan layanan tersebut.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk baik barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan sangatlah menentukan puas tidaknya nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah sangat ingin mendapatkan produk berkualitas sesuai dengan ekspektasi mereka. Semakin bagus kualitas produk, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Hal itu juga berlaku untuk konteks sebaliknya.

d. Terpenuhi Harapan

Sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk atau jasa dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2.4 Minat Bertransaksi

2.4.1 Pengertian Minat Bertransaksi

Minat adalah kecenderungan yang relatif menetap untuk merasa tertarik pada suatu bidang tertentu dan merasa senang bergelut dalam bidang itu. Minat bukan sekadar rasa suka sesaat, tetapi merupakan dorongan psikologis yang berakar dari dalam diri individu, dan biasanya berkaitan dengan kebutuhan, pengalaman, serta nilai-nilai yang dianut (Sardiman 2018).

Menurut Slameto (2019), minat dapat diartikan sebagai rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Ketertarikan ini menyebabkan seseorang terdorong untuk melakukan suatu kegiatan secara berulang dan sukarela. Minat tidak muncul begitu saja, tetapi bisa berkembang melalui pengalaman belajar, pengaruh lingkungan, serta stimulasi dari luar, termasuk media, teman sebaya, maupun guru.

Pandangan lain tentang minat adalah suatu keadaan di mana seseorang tertarik pada sesuatu dan berkeinginan untuk belajar lebih banyak, mengetahui, dan terus membuktikan diri (Nurdin & Azizah 2020). Sesuatu hal yang naif jika seseorang tertarik pada sesuatu tetapi tidak menanggapi dengan aktivitas yang sebenarnya. Karena pada dasarnya mengasumsikan bahwa kita tertarik pada sesuatu, itu berarti kita menyambut lingkungan atau objek dan memiliki sikap positif terhadapnya.

Menurut Wahyuni & Astuti (2020), minat bertransaksi diartikan sebagai dorongan dari dalam diri seseorang yang timbul

setelah mendapatkan pengetahuan, perasaan suka, dan keyakinan terhadap suatu layanan atau produk, yang kemudian mendorongnya untuk melakukan transaksi.

Minat adalah keinginan yang didorong oleh sesuatu setelah melihat dan mengamati dengan kebutuhan yang diinginkan (Kusumo, 2019). Minat nasabah dalam bertransaksi dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis (Darmawan *et al.*, 2019). Disamping faktor tersebut minat juga dipengaruhi oleh faktor pengetahuan nasabah dan kemudahan dalam bertransaksi pada Bank syariah. Dalam melakukan transaksi, pengetahuan tentang layanan dapat memberikan manfaat untuk kebutuhan keuangan nasabah. Begitu juga pada kemudahan dalam memperoleh layanan untuk bertransaksi dapat memberikan keleluasaan bagi minat nasabah.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan bahwa minat adalah dorongan psikologis dari dalam diri individu yang bersifat relatif menetap, ditandai dengan rasa suka, keterikatan, dan keinginan untuk terlibat secara aktif dalam suatu aktivitas atau bidang tertentu. Minat bukan sekadar rasa suka sesaat, tetapi berkembang melalui pengalaman, pengaruh lingkungan, dan rangsangan eksternal. Minat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan secara sukarela, berulang, dan konsisten.

Secara khusus, minat bertransaksi merupakan bentuk minat yang muncul ketika seseorang memiliki ketertarikan terhadap suatu

produk atau layanan setelah memperoleh pengetahuan, perasaan suka, dan keyakinan terhadapnya, yang kemudian mendorong tindakan nyata berupa transaksi.

2.4.2 Indikator Minat Bertransaksi

Untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang digunakan sebagai berikut (Nurdin & Azizah 2020):

1. Rasa ingin menggunakan.
2. Selalu menggunakan.
3. Keinginan mencoba suatu produk.
4. Rasa ingin tahu.
5. Berlanjut menggunakan dimasa mendatang.

Minat dipengaruhi dari dua faktor yaitu faktor Eksternal dan faktor Internal. Faktor yang mempengaruhi minat setiap seseorang diantaranya adalah:

1. Faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang berhubungan dengan rohani dan jasmani.....
2. Faktor Emosional, adalah ukuran seseorang dalam menaruh perhatian terhadap apa yang diinginkan atau pada objek tertentu.
3. Faktor motif social adalah kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan seseorang itu berada.

2.5 Bank Syariah

2.5.1 Pengertian Bank Syariah

Di latarbelakangi krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1998 dan keluarnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Menurut UU Republik Indonesia No.10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7/1992 bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Matilda (2024), Bank syariah merupakan badan usaha. Badan usaha adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yang meliputi larangan terhadap riba (bunga), maisir (spekulasi), gharar (ketidakjelasan), serta keharusan dalam menjalankan transaksi atas dasar keadilan, kemitraan, dan keuntungan bersama (Antonio, 2019). Menurut Usanti & Shomad (2018), Bank syariah merupakan salah satu aplikasi dari sistem ekonomi syariah Islam yang merupakan bagian dari nilai-nilai ajaran Islam mengatur bidang perekonomian umat dan tidak terpisahkan dari aspek-aspek lain ajaran Islam yang *komprehensif dan universal*.

Bank syariah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada

masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan penyertaan modal dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Basalamah & Rizal, 2018). Sistem kerja yang dilaksanakan Bank syariah menekankan partnership, kebersamaan terutama dan termasuk dalam hal-hal keuntungan dan kerugian. Hal inilah yang dinamakan bagi hasil, yaitu pembagian atas hasil usaha oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian antara pihak nasabah dan Bank syariah (Nugroho, 2019).

Dari beberapa definisi mengenai Bank syariah dapat kita simpulkan Bank syariah dalam menjalankan usahanya harus berdasarkan prinsip syariah yang telah diatur dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dan DPS (Dewan Pengawas Syariah). Setiap aktivitas yang dilakukan oleh Bank syariah dalam penghimpunan dana, penyaluran dana dan memberikan jasa harus sesuai dengan azas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal agar masyarakat luas percaya terhadap operasional bank syariah. Dengan hadirnya Bank syariah dapat mempengaruhi kebutuhan akan sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Permintaan akan produk dan layanan keuangan yang halal dan sesuai dengan prinsip agama meningkat.

2.5.2 Tujuan Bank Syariah

Menurut ketentuan dalam pasal 3 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, tujuan Bank syariah adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Ada

dua kebijakan yang diambil oleh Bank Syariah dalam mencapai tujuannya (Hidayat & Surahman, 2017) yaitu:

1. Lebih memprioritaskan maksimalisasi pendapatan dan laba.
2. Sama-sama memprioritaskan baik maksimalisasi pendapatan dan laba maupun pemerataan kesejahteraan rakyat.

Dalam menjalankan aktivitas keuangannya, Bank syariah dapat mendistribusikan kekayaan dan kesempatan secara adil pada sektor riil maupun produktif mulai dari sektor ekonomi, industri, pertanian, kesehatan, pendidikan, dan mampu memberikan dukungan kepada kelompok masyarakat yang rentan. Melalui kebijakan yang efektif dapat meningkatkan pemerataan kesejahteraan rakyat dan sebagai agen perubahan sosial dalam mewujudkan pembangunan nasional yang lebih luas.

2.5.3 Fungsi Bank Syariah

Menurut Listanti (2018), sebagai sebuah badan usaha, Bank Syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu:

- a. *Agent of trust* yaitu bank sebagai lembaga yang dipercaya masyarakat untuk dapat menitipkan dananya dan menyalurkannya pada sektor-sektor yang tepat.
- b. *Agent of development* yaitu bank sebagai lembaga yang mendukung kegiatan investasi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa.
- c. *Agent of services* yaitu bank sebagai lembaga yang memberikan jasa-jasa keuangan kepada masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pada pasal 4 fungsi Bank Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, dan atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan Unit Usaha dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola Wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).

2.5.4 Akad-Akad Pada Bank Syariah

Akad yaitu pertalian atau keterikatan antara ijab dan qobul sesuai dengan kehendak syariah (Allah dan Rasulnya) yang berakibat adanya suatu hukum dalam kegiatan perikatan (Sahroni, 2019). Bank Syariah dalam menjalankan usahanya menggunakan jenis akad atau kontrak yang sesuai dengan prinsip syariah. berikut ini beberapa akad dalam Bank Syariah adalah:

1. Akad Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pemeblian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan

keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu (Ismail, 2019).

2. Akad Mudharabah

Mudharabah merupakan akad transaksi berbasis investasi atau penanaman modal pada satu kegiatan usaha tertentu yaitu kedua belah pihak atau lebih, pemilik modal (*sahibul mal*) dan pengelola modal (*mudarib*) (Andrianto & Firmansyah, 2019).

3. Akad Musyarakah

Musyarakah merupakan kerja sama antara dua orang atau lebih dalam permodalan, keterampilan, atau kepercayaan yang pembagian keuntungan berdasarkan kontribusi dana masing masing pihak atau kesepakatan bersama (KHES, pasal 20).

4. Akad Salam

Akad salam adalah akad jual beli barang pesanan (*muslam fiih*) dengan pengiriman di kemudian hari oleh penjual (*muslam ilaihi*). Pembayaran dilakukan secara tunai (dimuka) dan objek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka tertentu (Karim, 2019)

5. Akad Istishna' AR - RANIRY

Istishna' adalah jual beli dalam bentuk pesanan dengan kriteria barang dan kondisi barang tertentu yang disepakati antara pembeli (*pemesan*) dan penjual (*shani'*). Pada akad ini penjual (*shani'*) melakukan proses pembuatan sesuai dengan spesifikasi pemesan. Objek barang pada Istihna' adalah barang yang dibuat oleh tangan manusia atau mesin (DSN-MUI No. 06).

6. Akad Ijarah

Ijarah adalah sewa barang sebagai akad pemindahan hak guna atas suatu barang maupun jasa dengan pembayaran upah sewa dalam jangka waktu tertentu. transaksi ini dapat berfungsi sebagai opsi leasing bagi penyewa atau nasabah untuk membeli aset tersebut setelah masa penyewaan berakhir (KHES, pasal 20).

7. Akad Wadiah

Wadiah adalah penitipan dana antara pihak pemilik dana dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut. Ada dua jenis wadiah yaitu wadiah amanah dan wadiah yad dhamanah. Wadiah amanah merupakan akad dimana uang atau barang yang dititipkan tidak boleh digunakan untuk berinvestasi dan bank bertanggung jawab terhadap pengembalian titipan tersebut. Wadiah yad dhamanah adalah penerima titipan dapat menggunakan uang atau barang yang dititip (PSAK, 59)

8. Akad Hawalah

Hawalah merupakan pemindahan hutang dari yang berhutang dialihkan ke tanggungan yang berkewajiban membayar. Seseorang yang memiliki utang namun tidak bisa membayarnya maka penangihan bisa dipindahkan ke pihak ketiga atau pihak lain yang wajib membayarnya (Kasanah & Ghozali, 2018).

9. Akad Kafalah

Kafalah adalah jaminan atau garansi yang diberikan oleh penjamin kepada pihak ketiga/pemberi pinjaman untuk

memenuhi kewajiban pihak kedua atau peminjam. Kafalah dapat membantu beban seseorang ketika mempunyai utang sedangkan bagi pihak piutang, penjamin (kafil) merasa tenang karena harta yang dipinjamkan ada yang menjamin (KHES, pasal 20).

10. Akad Wakalah

Wakalah sebagai pemberian kuasa kepada pihak lain untuk mengerjakan sesuatu. Dalam lembaga keuangan syariah wakalah digunakan pada produk pelayanan jasa yang ada pada bank syariah diantaranya adalah tranfer, L/C (*Letter Of Credit*), inkaso dan pembayaran gaji (KHES, pasal 20).

11. Akad Rahn

Rahn/gadai adalah penguasaan barang milik peminjam Pada akad Rahn adanya sebuah perjanjian dengan menggunakan jaminan yang diberikan oleh pihak peminjam, dan pemberi utang disini mempunyai wewenang atas barang jaminan tersebut jika pemilik utang tidak mampu membayar utangnya saat jatuh tempo (KHES, pasal 20)

12. Akad Qardh

Qardh adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati. Qard bertujuan untuk membantu pihak yang membutuhkan dana dan uang yang dikembalikan bernilai sama tidak ada ujah atau imbalan karena prinsip Qard ini adalah tolong menolong (UU No. 21/2008).

2.5.5 Produk Bank Syariah

Ada tiga jenis produk yang ada pada bank syariah yaitu penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*lending*) dan menyediakan jasa (*service*) (Romadhon, 2021).

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

1. Giro wadiah adalah titipan simpanan yang dapat diambil kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, pemindahbukuan atau alas perintah pembayaran lain. Penempatan dana pada Giro wadiah tidak mendapatkan imbalan, akan tetapi bank boleh memberikan bonus kepada nasabah dalam bentuk sukarela (Mustofa, 2019).
2. Produk Tabungan, tabungan pada bank syariah terdapat dua jenis yaitu tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Tabungan wadiah adalah titipan dari satu pihak ke pihak lain, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja oleh si penyimpan. Tabungan wadiah menggunakan prinsip wadiah yad dhamanah yaitu pengguna tabungan ini tidak mendapatkan pembagian keuntungan dari pihak bank. Tabungan mudharabah adalah produk penghimpunan dana bank syariah yang menggunakan akad mudharabah Dalam tabungan ini nasabah sebagai pemilik modal dan bank syariah sebagai pengelola dana dengan menggunakan prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan oleh kedua belah pihak (Nurhasanah, 2019).

3. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Deposito menggunakan prinsip Mudharabah yang bertujuan menggunakan instrumen deposito sebagai sarana investasi sesuai dengan prinsip syariah dalam upaya memperoleh keuntungan (Widayatsari, 2021)

b. Menyalurkan Dana Kepada Nasabah Melalui Produk Bank Syariah

Bank dalam kegiatan operasionalnya harus menerapkan prinsip kehati-hatian (*prudential banking principle*), Prinsip kehati-hatian dalam mengelola dan menjalankan aktivitas perbankan sehari-hari bertujuan untuk menjaga kesehatan bank yang berfungsi untuk menjaga kestabilan moneter suatu negara melalui transaksi keuangan yang sehat pada perbankan. Dalam penyaluran dana Bank syariah menggunakan akad dari pola bagi hasil (*mudharabah*, *musyarakah*, dan *musyarakah mutanaqishah*), pola jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*), ataupun pola sewa (*Ijarah* dan *Ijarah muntahhiya bittamlik*). Semua produk hanya ditujukan untuk pembelian barang atau usaha yang halal dan terbebas dari *maysir* (perjudian), *gharar* (ketidakjelasan) dan *riba* (bunga) (Dendhana, 2018).

c. Produk Jasa (*Service*)

Bank syariah dalam memberikan jasa umumnya menggunakan akad *tabbaru'* yang tidak mencari keuntungan

melainkan hanya sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi. Terdapat beberapa jasa yang disediakan oleh Bank syariah diantaranya adalah Sharf (jual beli valuta asing) Ijarah (sewa), dan Wakalah (wakil) yaitu seperti transfer uang, kliring, dan inkaso. Selain itu produk jasa yang disediakan oleh bank syariah adalah layanan Cardless Withdrawal atau yang dikenal tarik tunai tanpa kartu sebagai inovasi baru yang mengakses dan mengelola keuangan secara digital (www.ojk.go.id).

2.6 Bank Syariah Indonesia

2.6.1 Pengertian Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan penggabungan (merger) atas Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BRI Syariah (BRIS), dan Bank BNI Syariah (BNIS). Penggabungan tersebut dilakukan pada proses mulai Maret 2020 atau sekitar 11 bulan sebelum diresmikan operasionalnya oleh Presiden Joko Widodo pada 1 Februari 2021 (Rizal, 2020).

Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Indonesia menjadi momentum penguatan ekonomi syariah di Indonesia, sekaligus sebagai komitmen pemerintah RI dalam mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan sejarah baru bagi perjalanan ekonomi syariah di Indonesia (Mahargiyantie, 2020). Bank Syariah Indonesia (BSI) mengukuhkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia yang sudah seharusnya memiliki

perkembangan ekonomi syariah yang masif. Hal ini menjadi salah satu identitas global bagi Indonesia serta menjadi salah satu kebanggaan dan potensi besar Indonesia untuk menjadi negara yang terdepan dalam perkembangan ekonomi syariah (Rizal, 2020).

2.6.2 Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia

Produk dan layanan Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut (bankbsi.co.id):

A. Individu

1. Simpanan
2. Pembiayaan
3. Investasi
4. Haji & Umroh
5. Bisnis
6. Jasa
7. Emas
8. *Trade Finance*

B. Perusahaan

1. *Cash Management*
2. Pembiayaan Perusahaan
3. Tabungan Perusahaan

C. Kartu

1. Prioritas
2. BSI Hasanah Card

D. Digital Banking

1. BSI Tabungan Smart

2. BSI Giro Umum

3. SBSN Ritel

2.7 BSI Smart

2.7.1 Pengertian BSI Smart

Laku Pandai BSI Smart adalah perpanjangan tangan Bank Syariah Indonesia dalam melayani transaksi perbankan dan keuangan masyarakat, yang didukung dengan sarana teknologi informasi oleh BSI. Wakilnya bil ujah merupakan akad Laku Pandai BSI Smart, dimana Agen BSI Smart bertindak sebagai wakil BSI dalam melakukan transaksi dengan nasabah BSI. Agen BSI Smart berhak menerima ujah dari BSI sesuai dengan nominal yang disepakati pada saat akad (Nurul, 2023). BSI Smart merupakan layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan eksklusif yang di luncurkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk menyediakan layanan perbankan dan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui kantor cabang KCP/KC. Melainkan kerja sama dengan pihak lain. Dengan didukung sarana teknologi informasi serta difasilitasi dengan mesin EDC, aplikasi mobile apps menggunakan smartphone dan aplikasi berbasis website yang menggunakan PC, laptop (Hidayah, 2023).

Laku Pandai sendiri merupakan terobosan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan landasan hukum peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 6/SEOJK.03/2015.

2.7.2 Tujuan BSI Smart

Berdasarkan aturan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2014, adapun tujuan laku pandai (*branchless banking*) adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan produk-produk keuangan yang sederhana, mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang belum dapat menjangkau layanan keuangan saat ini.
2. Dengan semakin banyaknya anggota berbagai kelompok masyarakat diberbagai wilayah di Indonesia menggunakan layanan keuangan/perbankan, diharapkan kegiatan ekonomi masyarakat dapat semakin lancar sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pembangunan antar wilayah di Indonesia baik di desa maupun di kota.

2.7.3 Syarat Menjadi BSI Smart Agen

Untuk menjadi BSI Smart Agen atau Agen BSI tentu pemohon harus memenuhi persyaratan serta melengkapi dokumen yang dibutuhkan (Wahyuni, 2023). Berikut syarat menjadi Agen Laku Pandai Bank BSI atau Agen BSI Smart:

1. Nasabah Perorangan atau Berbadan Hukum

Yang dimaksud dengan nasabah perorangan yaitu nasabah yang memiliki tempat usaha seperti apotik, toko kelontong, warung kopi, toko elektronik serta usaha produktif lainnya yang belum memiliki Izin usaha. Sedangkan nasabah berbadan hukum yaitu nasabah yang telah memiliki izin usaha yang telah berstatus UD, CV dan PT.

2. Telah Menjadi Nasabah

BSI Yang dimaksud dengan telah menjadi nasabah BSI yaitu pemohon BSI Smart Agent telah memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia baik itu rekening tabungan baik rekening pembiayaan. Dan dimaksud rekening tabungan seperti rekening Tabungan BSI Easy Wadiah dan Tabungan BSI Easy Mudharabah. Sedangkan rekening pembiayaan yaitu rekening yang dibuka jika memiliki fasilitas pembiayaan seperti Mikro, KUR, Mitra Guna, Pembiayaan pensiun, pembiayaan mobil dan produk pembiayaan lain dari Bank Syariah Indonesia.

3. Belum Menjadi Agen Laku Pandai Dari Bank Syariah/BPRS Lain

Bagi pemohon yang telah menjadi Agen laku Pandai dari Bank Syariah atau BPRS lain tidak bisa mengajukan lagi untuk menjadi Agen BSI Smart.

4. Berjarak Minimal 500 M dari Agen Laku Pandai Lain

Jika kalian ingin mengajukan Agen BSI Smart, pastikan disekitar kalian tidak terdapat agen laku Pandai lain seperti BRI Link, Agen BNI, Agen Mandiri dan lain. Apabila terdapat Agen laku Pandai, pastikan bahwa jarak Agen lain minimal 500 M dari tempat usaha kalian.

5. Dana Deposit Awal

Kalian harus menyiapkan dana minimal Rp. 1.000.000 sebagai deposit awal.

2.7.4 Alur Proses Menjadi BSI Smart Agen

Jika telah memenuhi persyaratan menjadi Agen BSI Smart seperti yang telah dibahas diatas, selanjutnya kalian dapat memanfaatkan diri dengan langkah-langkah sebagai berikut: (Wahyuni, 2023).

1. Datanglah ke Bank BSI terdekat dengan membawa E-KTP, NPWP, Buku rekening BSI.
2. Sampaikanlah ke Satpam BSI bahwa kalian ingin mengajukan permohonan sebagai Agen
3. BSI Smart. Satpam akan mengarahkan kalian untuk bertemu Petugas Bank BSI yang menangani pendaftaran BSI Smart.
4. Petugas BSI akan memberikan formulir keagenan untuk kalian isi, isilah formulir tersebut dengan benar, data-data yang kalian isi seperti identitas diri serta nama dan jenis usaha yang kalian jalankan.
5. Petugas BSI akan melakukan verifikasi berkas kalian serta melakukan survei ke lokasi usaha kalian.
6. Jika telah dinyatakan layak maka kalian akan diregistrasi sebagai Agen BSI Smart.
7. Silahkan mengunduh aplikasi BSI Smart Agent.
8. Setelah semua registrasi telah dilakukan, terakhir adalah pemasangan Spanduk Agen BSI Smart ditempat usaha kalian. Dengan keberadaan kalian sebagai Agen BSI Smart, tentunya memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan lebih dekat.

2.8 Penelitian Terdahulu

Menurut Randi (2018), penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu juga merupakan penelitian yang sudah dilakukan dan hasil-hasil dari penelitian terdahulu bisa dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang dijadikan referensi terkait dengan penelitian ini:

Penelitian ini dilakukan oleh Matilda (2024). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini pada nasabah Agen BSI Smart di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan. Hasil dari penelitian ini bahwa kemudahan penggunaan layanan dan kepuasan masyarakat menjadi faktor penting dalam mendorong minat dan keputusan masyarakat untuk bertransaksi melalui Agen BSI Smart.

Penelitian ini dilakukan oleh Hanif (2023). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pada nasabah agen BRILink di Desa Senden, Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara tidak langsung persepsi kemudahan mempengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Sementara persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat beli ulang secara langsung.

Penelitian ini dilakukan oleh Kasim (2023), Penelitian ini dilakukan pada agen BRILink Moh Arifin di Kelurahan Alak Kota

Kupang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Teknik analisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS V.25. Hasil penelitian diperoleh Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini dilakukan oleh Nurhidayah (2022), Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta dengan teknik pengambilan secara kuisioner kepada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. Metode analisis data menggunakan Smart-PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk, tempat, promosi, harga mempengaruhi keputusan penggunaan di BSI Smart.

Penelitian ini dilakukan oleh Trenggana (2022), metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif pada pengguna BRILink kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, kepuasan mempunyai peranan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen dapat berperan memengaruhi loyalitas, dan kepuasan konsumen berperan

memediasi kualitas pelayanan dalam memengaruhi loyalitas pada pengguna BRILink Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

Penelitian ini dilakukan oleh Sanim (2020). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuisioner kepada masyarakat di sekitar agen brilink dengan cara cluster random sampling. Berdasarkan hasil penelitian faktor terpenting bagi pengguna agen brilink yang memengaruhi keputusan penggunaan agen brilink adalah kepercayaan, keamanan, manfaat, risiko dan relative advantage.

Penelitian ini dilakukan oleh Sutarno (2019). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pada agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk KC Magelang. Hasil dari penelitian ini persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan Bank Digital BRI, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan perbankan digital BRI, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dan bersamasama berpengaruh terhadap niat penggunaan perbankan digital BRI.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Matilda (2024) Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah nasabah Agen BSI Smart di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan, sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil dari penelitian ini bahwa kemudahan penggunaan layanan dan kepuasan masyarakat menjadi faktor penting dalam mendorong minat dan keputusan masyarakat untuk bertransaksi melalui Agen BSI Smart.	Variabel Kemudahan dan kepuasan sebagai variabel bebas.	Variabel terikat berupa Keputusan bertransaksi.
2	Hanif, (2023) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Brilink Melalui Kepuasan Pelanggan di Desa Senden Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek .	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah pelanggan Agen Brilink di Desa Senden Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek, sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian diketahui bahwa secara tidak langsung persepsi kemudahan mempengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Sementara persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat beli ulang secara langsung.	Variabel kemudahan, dan kepuasan.	Variabel minat ulang.

Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Judul, Nama Peneliti (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Kasim, (2023) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Agen Brilink Moh Arifin di Kelurahan Alak, Kota Kupang .	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah nasabah Agen Brilink Moh Arifin di Kelurahan Alak, Kota Kupang, sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian diperoleh Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Variabel Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara simultan.	Variabel kepuasan.	Variabel kualitas layanan.
4	Nurhidayah (2022) Analisis Pemasaran Layanan BSI Smart Febi UIN Raden Mas Said Surakarta .	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta, sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian dari ini menunjukkan bahwa produk, tempat promosi, harga mempengaruhi Keputusan penggunaan di BSI Smart.	Penggunaan layanan BSI Smart Agent	Variabel bebas berupa pemasaran.

Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Judul, Nama Peneliti (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Trenggana (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Agen Brilink Kecamatan Suliki, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat).	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah nasabah Agen Brilink di Kecamatan Suliki, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat, sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, kepuasan mempunyai peranan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen dapat berperan memengaruhi loyalitas, dan kepuasan konsumen berperan memediasi kualitas pelayanan dalam pelayanan dalam memengaruhi loyalitas pada pengguna BRILink Kecamatan Sulik.	Variabel kepuasan	Variabel terikat berupa loyalitas.
6	Sanim, (2020) Pengaruh Persepsi Agen Brilink Terhadap Keputusan Bertransaksi Penggunaan Layanan Branchless Banking).	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah pengguna layanan Agen Brilink (<i>branchless banking</i>), sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian factor terpenting bagi pengguna agen brilink yang memengaruhi Keputusan bertransaksi penggunaan agen brilink adalah kepercayaan, keamanan, manfaat, risiko dan <i>relative advantage</i> .	Variabel minat/keputusan bertransaksi.	Variabel bebas berupa kepercayaan, keamanan, manfaat, risiko dan <i>relative advantage</i> .

Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Judul, Nama Peneliti (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7	Sutarno, (2019) Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap <i>Behaviour</i> <i>Intention To Use</i> <i>Bri Digital</i> <i>Banking</i> Pada Agen Brilink PT. Bank Rakyat Indonesia,Tbk KC Magelang.	Metode Kuantitatif, populasi penelitian adalah agen Brilink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk KC Magelang, sampel diambil menggunakan teknik <i>purposive</i> <i>sampling</i> , data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil dari penelitian ini perpresi manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan Bank Digital BRI, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan perbankan digital BRI. Persepsi Manfaat persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dan bersama- bersama berpengaruh terhadap niat penggunaan perbankan digital BRI.	Variabel kemudahan dan minat.	Variabel bebas berupa <i>perceived</i> <i>usefulness</i> .

2.9 Kerangka Konseptual

2.9.1 Definisi Kerangka Pemikiran

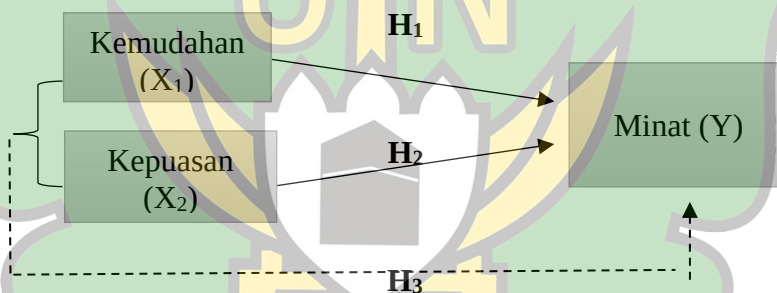
Kerangka pemikiran adalah alur berpikir atau alur penelitian yang digunakan peneliti sebagai landasan untuk berpikir tentang subjek yang mereka pelajari dan diteliti. Oleh karena itu, kerangka pemikiran menjadi pedoman bagi peneliti dalam memecahkan rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel

yang akan diteliti. Hubungan antar variabel tersebut selanjutnya dirumuskan kedalam penelitian (Hermawan, 2019).

2.9.2 Skema Kerangka Pemikiran

Skema kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X_1) dan Kepuasan (X_2), yang dapat mempengaruhi variabel dependen (Y) yaitu Minat, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan angka-angka, baik yang diperoleh langsung dari hasil penelitian maupun data yang diolah melalui analisis statistik.

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan :

Y : Variabel *Dependent* Minat Bertransaksi

X_1 : Variabel *Independent* 1 Kemudahan

X_2 : Variabel *Independent* 2 Kepuasan

—————> : Pengaruh masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

----- : Pengaruh Variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama.

2.9.3 Pengaruh Antar Variabel Penelitian

Berdasarkan Penelitian terdahulu, maka penjelasan mengenai pengaruh variabel penelitian adalah sebagai berikut:

2.9.3.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi

Kemudahan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa kemudahan merupakan kepercayaan tentang proses terhadap minat. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seorang merasa bahwa sistem informasi tersebut tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya (Azizah *et al* 2020).

Menurut penelitian Azizah *et al* (2020) Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa. Semakin tinggi kemudahan untuk digunakan dan mudah untuk dipahami maka semakin tinggi minat untuk bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mewujudkan kemudahan yang mampu menciptakan minat bertransaksi, bank sebagai perusahaan harus mampu menyeimbangkan antara harapan dan persepsi nasabah atas kemudahan yang diberikan. Karena minat bertransaksi sangat ditentukan oleh perbandingan antara harapan akan kemudahan yang akan diberikan dengan kemudahan yang dirasakan nasabah.

2.9.3.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan

dibandingkan dengan harapannya, konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Nugroho & Irmadhani, 2019). Jika kepuasan tercapai maka nasabah akan berminat untuk melakukan transaksi pada layanan atau jasa tersebut.

Hasil penelitian Ilahi (2022) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa minat bertransaksi sangat ditentukan oleh perbandingan antara harapan akan kepuasan yang akan diberikan dengan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Produk atau jasa tersebut sesuai dengan keinginan dan telah memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak, karena kinerja yang sesuai dengan ekspektasi maka akan timbul perasaan puas pada setiap pelanggan. Pada dasarnya, nasabah yang merasa puas akan membeli ulang dan akan menggunakan produk atau jasa tersebut secara terus menerus.

2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul (Sugiyono, 2019). Berdasarkan kerangka pemikiran yang dibangun dalam penelitian ini, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H_{a1} : Kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent.

H_{a2} : Kepuasan berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent.

H_{a3} : Kemudahan dan kepuasan secara bersamaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi variabel lainnya. Metode ini bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antar variabel (Iskandar, 2020).

Pada penelitian kuantitatif menggambarkan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini akan melihat bagaimana pengaruh tingkat kemudahan dan kepuasan masyarakat terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

3.2 Lokasi Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka lokasi penelitian dilakukan di Kota Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat, dengan fokus penelitian pada masyarakat di Kecamatan Johan Pahlawan. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Meulaboh merupakan pusat kegiatan ekonomi dan pemerintahan di Aceh Barat, serta menjadi salah satu wilayah dengan jaringan BSI Smart Agent yang cukup berkembang.

Dan alasan lainnya yaitu karena masyarakat Kota Meulaboh, khususnya di Kecamatan Johan Pahlawan, menunjukkan

perkembangan yang signifikan dalam penggunaan layanan keuangan digital. Hal ini sejalan dengan fokus penelitian yang mengkaji kemudahan dan kepuasan masyarakat dalam menggunakan layanan BSI Smart Agent terhadap minat bertransaksi. Oleh karena itu, lokasi penelitian ini dinilai relevan, dan sesuai untuk mendukung pencapaian tujuan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Tujuan diadakannya populasi adalah untuk dapat menentukan besarnya anggota sampel yang akan diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi. Berdasarkan pengertian diatas populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018). Karena jumlah masyarakat yang pernah menggunakan jasa pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh tidak diketahui pasti, maka

untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* (Riyanto & Hermawan, 2020).

$$n = \frac{za^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Za = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

L = *Sampling error* = $10\% = 0,1$

P = *Prevalensi outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai $50\% = 0,5$

Q = $1 - P$

Melalui rumus *Lemeshow* di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil yaitu:

$$n = \frac{za^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1}$$

$$n = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 (digenapkan menjadi 100) responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang

tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2018), *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Alasan digunakannya *purposive sampling* adalah karena peneliti hanya meneliti masyarakat yang menjadi nasabah BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh para responden dalam penelitian ini. Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh para responden adalah sebagai berikut:

1. Merupakan masyarakat di Kota Meulaboh
2. Pernah bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh
3. Responden pernah menggunakan layanan BSI Smart Agent lebih dari satu kali sehingga dapat menilai tingkat kemudahan dan kepuasan layanan.

3.5 Jenis Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari jawaban pada kuesioner yang akan diberikan kepada

responden yaitu masyarakat atau nasabah yang pernah melakukan transaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

3.5.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku, jurnal penelitian sebelumnya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Jenis kuesioner penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana responden hanya tinggal memilih alternatif jawaban yang diberikan oleh peneliti, penggunaan kuesioner tertutup juga memudahkan dalam menganalisis data kuesioner yang terkumpul. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada responden dalam bentuk *google form* yang dikirim link melalui WhatsApp pada masyarakat atau nasabah yang pernah melakukan transaksi pada agen BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

3.7 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Butir-butir instrumen kuesioner yang disajikan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert dinyatakan dalam lima respon alternatif jawaban yaitu: sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Pemberian bobot terhadap pertanyaan positif dimulai dari 5, 4, 3, 2, 1. Sedangkan pertanyaan negatif pemberian bobot mulai 1, 2, 3, 4, dan 5.

Tabel 3.1
Skala Likert

Keterangan	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono, 2019

3.8 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Pada operasional variabel ini dilampirkan pernyataan item untuk dimuat dalam kuesioner pada saat penelitian dilakukan.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Definisi Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
1	Kemudahan (X_1), adalah seseorang percaya ketika menggunakan suatu teknologi dapat digunakan tanpa banyak usaha dan mudah dioperasikan (Nugroho & Irmadhani, 2018).	1. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>) 2. Jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandables</i>) 3. Mudah mengoperasikan (<i>easy to operate</i>) 4. Fleksibel (<i>flexible</i>) (Pitaloka, 2019)	1-3 4-6 7-9 10-12	Likert
2	Kepuasan (X_2), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2018)	1. Perasaan puas 2. Kualitas pelayanan 3. Kualitas produk 4. Terpenuhinya harapan (Kotler, 2018)	1-3 4-6 7-9 10-12	Likert
3	Minat bertransaksi (Y), diartikan sebagai dorongan dari dalam diri seseorang yang timbul setelah mendapatkan pengetahuan, perasaan suka, dan keyakinan terhadap suatu layanan atau produk, yang kemudian mendorongnya untuk melakukan transaksi (Wahyuni dan Astuti, 2020)	1. Rasa ingin menggunakan. 2. Selalu menggunakan. 3. Keinginan mencoba suatu produk. 4. Rasa ingin tahu. 5. Berlanjut menggunakan dimasa mendatang (Nurdin & Azizah, 2020)	1-3 4-6 7-9 10-12 13-15	Likert

Sumber: Data diolah (2025)

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan aplikasi komputer *Software Statistical Package For Social Science* (SPSS) v.26. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan

setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data yang dilakukan berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data diri setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

3.10 Uji Instrumen Penelitian

3.10.1 Uji Validitas

Validitas merupakan bukti empiris yang menunjukkan bahwa suatu instrumen, metode, atau prosedur mampu mengukur konsep yang dimaksud secara tepat dan sesuai. Tujuan dari validitas adalah untuk menilai sejauh mana item-item pertanyaan dalam instrumen benar-benar relevan dan akurat dalam merepresentasikan variabel yang hendak diukur. Dengan kata lain, validitas memastikan bahwa instrumen tersebut mampu mengukur sesuai dengan konsep dan sasaran penelitian. Menurut Wicaksono (2022), validitas dapat diuji dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir pertanyaan terhadap total skor dari konstruk atau variabel yang bersangkutan. Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, menggunakan derajat kebebasan (df) = $n - 2$ dan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel maka variabel tersebut valid

Hasil $r < r$ tabel = tidak valid.

2. Jika r hitung negatif dan r hitung $> t$ table maka variabel tersebut tidak valid.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan alat bantu SPSS statistik untuk menghitung besarnya *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Maka dapat dikatakan reliabel.

3.11 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang umum digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan dengan mengetahui bahwa data berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinieritas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas diantara variabel yang menjelaskan dalam model regresi.

3.11.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan

variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogrow-Smirnow. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai $\alpha < 0,05$ berarti tidak terdistribusi dengan normal dan apabila nilai $\alpha > 0,05$ maka terdistribusi secara normal.

3.11.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut (Ghozali, 2018) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linier. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro* (VIF) dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya.

Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan VIF > 10 . Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).

3.11.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi, heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan varian residual antara pengamatan. Kondisi yang terjadi ketika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap sama, disebut

homoskedastisitas. Sebaliknya, ketika varian residual berbeda antar pengamatan, kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas (Ghozali 2018). Penelitian ini akan menganalisis heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *Scatterplot* yang diperoleh dari output SPSS, dengan ketentuannya Ghozali (2018) adalah sebagai berikut:

1. Jika titik – titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titiknya menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdiri dari dua variabel bebas yang memengaruhi satu variabel terikat. Adapun pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh tingkat kemudahan dan kepuasan masyarakat terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.1)$$

Keterangan:

- | | |
|-----------------|--|
| Y | = Variabel dependen (minat bertransaksi) |
| X_1 dan X_2 | = Variabel independen (kemudahan & kepuasan) |
| a | = Konstanta |
| b_1, b_2 | = Koefisien regresi |
| e | = Error term |

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2018). Dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel, jika F hitung $>$ F tabel berarti semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

1. Jika nilai Sig $<$ 0,05 atau F hitung $>$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai Sig $>$ 0,05 atau F hitung $<$ F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel secara simultan terhadap variabel Y.

3.13.2 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan dilakukan untuk mengukur sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi antara 0-1 atau dalam rumus ($0 \leq R^2 \leq 1$). Besarnya nilai R^2 jika variabel semakin mendekati 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Jika besarnya nilai R^2 semakin mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen, semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.13.3 Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, apabila t hitung $>$ t tabel berarti variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji T digunakan untuk menguji apakah setiap variabel (independen) secara masing-masing parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat signifikansi dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan.

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

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kota Meulaboh

Kota Meulaboh sebagai ibu kota Kabupaten Aceh Barat merupakan pusat kegiatan ekonomi, pemerintahan, dan layanan publik di wilayah tersebut. Meulaboh berada di Kecamatan Johan Pahlawan yang memiliki luas 44,91 km² dari total luas kabupaten 2.927,95 km². Karakter wilayah Meulaboh sebagai kawasan pusat kota dan pusat perdagangan menjadikannya lokasi yang strategis untuk berkembangnya layanan keuangan digital, termasuk aktivitas BSI Smart Agent. Dengan posisi sebagai kota pesisir yang berbatasan dengan Samudra Hindia, Meulaboh menjadi simpul aktivitas masyarakat dari berbagai kecamatan di Aceh Barat, sehingga tingkat mobilitas dan kebutuhan layanan transaksi publik relatif tinggi (BPS, 2025).

Secara demografis, Meulaboh berada pada kawasan dengan konsentrasi penduduk tertinggi di Aceh Barat. Kecamatan Johan Pahlawan merupakan wilayah administratif dan ekonomi yang paling maju dibanding kecamatan lainnya. Karakteristik penduduk yang beragam dari sisi usia, aktivitas ekonomi, serta tingkat pendidikan menjadi faktor yang dapat memengaruhi pola adopsi layanan keuangan digital. Selain itu, perkembangan kebutuhan masyarakat untuk mengakses layanan pembayaran, transfer, dan transaksi perbankan turut mendorong munculnya permintaan

terhadap sistem transaksi yang mudah dan memuaskan seperti layanan BSI Smart Agent (BPS, 2025).

Dari sisi infrastruktur, Meulaboh sebagai pusat kabupaten memiliki akses transportasi darat yang lebih baik dibanding kecamatan lain, termasuk jaringan jalan beraspal yang memudahkan aktivitas masyarakat dan distribusi layanan. Kabupaten Aceh Barat memiliki panjang jalan beraspal 412,98 km dan Meulaboh menjadi pusat konektivitas antar wilayah. Kehadiran infrastruktur yang memadai mendukung aksesibilitas masyarakat terhadap layanan agen bank dan turut memengaruhi persepsi kemudahan dalam melakukan transaksi. Akses transportasi yang baik juga memudahkan masyarakat menuju lokasi BSI Smart Agent sehingga berpotensi meningkatkan minat bertransaksi (BPS, 2025).

Dari sisi sosial dan layanan publik, Meulaboh memiliki fasilitas pendidikan, kesehatan, dan lembaga layanan sosial yang relatif lengkap dibanding kecamatan lain. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat interaksi masyarakat dengan berbagai layanan, termasuk kebutuhan transaksi keuangan. Banyaknya kegiatan ekonomi baik sektor perdagangan, jasa, maupun UMKM di Meulaboh meningkatkan frekuensi transaksi masyarakat. Pada konteks ini, kemudahan dan kepuasan terhadap layanan transaksi menjadi faktor utama yang menentukan apakah masyarakat akan memilih menggunakan BSI Smart Agent dibanding saluran transaksi lainnya (BPS, 2025).

Secara keseluruhan, kondisi geografis, demografis, dan infrastruktur Kota Meulaboh menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki potensi kuat bagi pertumbuhan layanan transaksi digital. Aksesibilitas yang baik, tingginya mobilitas penduduk, serta besarnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan transaksi memberikan dasar rasional mengapa tingkat kemudahan dan kepuasan layanan menjadi variabel penting dalam menentukan minat bertransaksi. Dengan posisi Meulaboh sebagai pusat aktivitas masyarakat Aceh Barat, studi mengenai pengaruh kemudahan dan kepuasan terhadap minat masyarakat menggunakan BSI Smart Agent sangat relevan untuk menggambarkan perilaku layanan keuangan modern di daerah tersebut (BPS, 2025).

4.2 BSI Smart Agent

4.2.1 Pengertian BSI Smart Agent

Laku Pandai BSI Smart adalah perpanjangan tangan Bank Syariah Indonesia dalam melayani transaksi perbankan dan keuangan masyarakat, yang didukung dengan sarana teknologi informasi oleh BSI. Wakalah bil ujah merupakan akad Laku Pandai BSI Smart, dimana Agen BSI Smart bertindak sebagai wakil BSI dalam melakukan transaksi dengan nasabah BSI. Agen BSI Smart berhak menerima ujah dari BSI sesuai dengan nominal yang disepakati pada saat akad (Nurul, 2023). BSI Smart merupakan layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan eksklusif yang di luncurkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk menyediakan layanan perbankan dan keuangan lainnya yang dilakukan tidak

melalui kantor cabang KCP/KC. Melainkan kerja sama dengan pihak lain. Dengan didukung sarana teknologi informasi serta difasilitasi dengan mesin EDC, aplikasi mobile apps menggunakan smartphone dan aplikasi berbasis website yang menggunakan PC, laptop (Hidayah, 2023).

BSI Smart dapat diakses melalui berbagai perangkat melalui smartphone, PC/laptop dan mesin EDC untuk melayani fitur yang beragam antara lain pembukaan rekening, setoran dan tarik tunai, serta pembayaran maupun pembelian online. BSI Smart juga turut mendukung program pemerintah dalam penyaluran bantuan sosial. Mesin EDC BSI yang disediakan kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggannya (Bank Syariah Indonesia, 2021).

BSI Smart memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut: (Bank Syariah Indonesia, 2021).

- a. Mudah Anggota masyarakat yang belum mengenal, menggunakan atau mendapatkan layanan perbankan dan keuangan lainnya.
- b. Fitur perbankan yang variatif menyediakan layanan perbankan atau layanan keuangan lainnya melalui kerja sama dengan pihak kedua yang didukung dengan sarana teknologi informasi.
- c. Biaya transaksi yang ringan layanan ini memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi dengan biaya yang ringan dan terjangkau.

- d. Membuka peluang kepada masyarakat yang akan menjadi agen laku pandai (Bank Syariah Indonesia, 2021).

4.3 Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian

4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat Kota Meulaboh yang bertransaksi pada BSI Smart Agent dengan sampel yang diperlukan yaitu sebesar 96 responden dan angket yang terisi sebanyak 100 responden. Peneliti menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Jadi, sampel yang menjadi responden harus memenuhi beberapa kriteria yang telah peneliti terapkan. Maka untuk lebih jelasnya karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Penelitian

NO	Variabel	Frekuensi	Presentase
1	Usia		
	< 20 Tahun	14	14%
	21-30 Tahun	59	59%
	31-40 Tahun	22	22%
	41-50 Tahun	5	5%
	Jumlah	100	100%
2	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	58	58%
	Perempuan	42	42%
	Jumlah	100	100%
3	Pendidikan Terakhir		
	SMP/SMA	38	38%
	D1-D3	10	10%
	S1	37	37%
	(S2/S3)	15	15%
	Jumlah	100	100%
	Pekerjaan		
	PNS/TNI/POLRI	19	19%

4	Pelajar/Mahasiswa	50	50%
	Wiraswasta	26	26%
	IRT/Pensiun	5	5%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan data hasil jawaban kuesioner oleh responden penelitian pada Tabel 4.1 tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data responden, sebagian besar berada pada kelompok usia 21–30 tahun dengan jumlah 59 orang (59%), menunjukkan dominasi responden dewasa muda dalam penelitian ini. Kelompok usia 31–40 tahun menyumbang 22 responden (22%), disusul oleh kelompok usia <20 tahun sebanyak 14 responden (14%). Sementara itu, kelompok usia 41–50 tahun merupakan yang paling sedikit berpartisipasi, yaitu 5 responden (5%). Secara keseluruhan, terdapat 100 responden yang berpartisipasi dalam pengisian data ini.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 58 orang (58%). Sementara itu, responden perempuan berjumlah 42 orang (42%). Dengan total 100 responden, distribusi ini menunjukkan bahwa keterlibatan responden laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan dalam pengisian data tersebut.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data pendidikan terakhir, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan SMP/SMA, yaitu sebanyak 38 orang (38%). Kelompok pendidikan S1 menyusul dengan jumlah 37 responden (37%), menunjukkan proporsi yang hampir seimbang dengan kelompok sebelumnya. Selanjutnya, terdapat 10 responden (10%) yang berpendidikan D1–D3, dan 15 responden (15%) memiliki tingkat Pendidikan (S2/S3). Dengan total 100 responden, distribusi ini menggambarkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan menengah hingga sarjana, dengan sebagian kecil yang telah menempuh pendidikan pasca sarjana.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data pekerjaan, sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 50 orang (50%), yang menunjukkan dominasi kelompok usia produktif dalam dunia pendidikan. Kelompok wiraswasta menyusul dengan 26 responden (26%), kemudian PNS/TNI/POLRI sebanyak 19 responden (19%). Sementara itu, kelompok IRT/pensiun merupakan yang paling sedikit berpartisipasi, yaitu hanya 5 responden (5%). Dengan total 100 responden, distribusi ini mencerminkan keragaman latar belakang pekerjaan, dengan dominasi dari kelompok pelajar dan mahasiswa.

4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah para masyarakat Kota Meulaboh yang bertransaksi pada BSI Smart Agent dengan menggunakan *platform google form*.

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
a.1	BSI Smart selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi	1	8	13	37	41	4,09
a.2	Proses transaksi pada BSI Smart terasa ringan dan cepat	2	5	11	36	46	4,19
a.3	Keseluruhan layanan BSI Smart mudah untuk digunakan dan memberikan manfaat bagi para penggunanya	2	5	12	33	48	4,20
a.4	Penggunaan BSI Smart mudah dipahami	2	8	14	34	42	4,06
a.5	Informasi BSI Smart sangat jelas pada agen BSI Smart sehingga mudah dimengerti	3	7	11	31	48	4,14
a.6	Penggunaan layanan BSI Smart mudah dan terarah	1	5	11	35	48	4,24
a.7	Layanan BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya	3	2	10	42	43	4,20
a.8	BSI Smart membuat pekerjaan menjadi lebih mudah	0	0	7	37	56	4,49
a.9	Dengan BSI Smart saya tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi	10	21	26	41		3,94
a.10	Layanan BSI Smart bisa digunakan kapan saja	6	18	23	23	30	3,53
a.11	Masyarakat dapat dengan mudah mengatur waktu ketika ingin bertransaksi pada BSI Smart Agent	2	1	14	44	39	4,17
a.12	Masyarakat dapat memilih tempat bertransaksi pada BSI Smart Agent	4	3	8	53	32	4,06
Total Rata-Rata							4,11

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.2, variabel kemudahan (X1) memiliki rata-rata skor keseluruhan sebesar 4,11, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan jawaban pada kategori “Setuju” hingga “Sangat Setuju” terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan layanan BSI Smart. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum responden menilai layanan BSI Smart mudah digunakan dan membantu dalam proses transaksi.

Pernyataan dengan skor tertinggi terdapat pada a.8, dengan rata-rata sebesar 4,49, yang berbunyi: “BSI Smart membuat pekerjaan menjadi lebih mudah.” Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bahwa kehadiran BSI Smart mampu meningkatkan efisiensi dan mempermudah aktivitas transaksi keuangan masyarakat.

Sementara itu, pernyataan dengan skor terendah terdapat pada a.10, dengan rata-rata sebesar 3,53, yaitu: “Layanan BSI Smart bisa digunakan kapan saja.” Skor yang relatif lebih rendah pada pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun responden pada umumnya masih setuju, terdapat sebagian responden yang menilai bahwa penggunaan layanan BSI Smart belum sepenuhnya fleksibel dalam segala kondisi atau waktu, kemungkinan dipengaruhi oleh keterbatasan jam operasional agen atau kendala teknis tertentu.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
b.1	Saya merasa puas sebagai masyarakat selama bertransaksi dengan BSI Smart	1	6	15	33	45	4,15
b.2	Saya merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan oleh agen BSI Smart	2	2	14	43	39	4,15
b.3	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan BSI Smart	1	3	24	33	39	4,06
b.4	BSI Smart Agent memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan santun	1	12	17	32	38	3,94
b.5	BSI Smart Agent terampil dalam melayani masyarakat	2	6	21	35	36	3,97
b.6	BSI Smart Agent sangat teliti dalam pelayanannya terhadap masyarakat	0	4	19	37	40	4,13
b.7	Kinerja BSI Smart sesuai dengan fungsional yaitu dalam bertransaksi	0	2	12	46	40	4,24
b.8	Fitur-fitur yang ditawarkan BSI Smart beragam	1	6	16	46	31	4,00
b.9	BSI Smart dapat diandalkan dengan kemampuan produk digunakan berulang kali	0	8	12	42	38	4,10
b.10	Produk BSI Smart sesuai dengan harapan saya	1	2	15	46	36	4,14
b.11	BSI Smart menjadi harapan bagi saya yang kesulitan untuk pergi ke kantor BSI	0	3	9	41	47	4,32
b.12	Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja BSI Smart terpenuhi	1	2	9	44	44	4,28
Total Rata-Rata							4,12

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.3, variabel kepuasan (X2) memiliki rata-rata skor keseluruhan sebesar 4,12, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan jawaban pada kategori “Setuju” hingga “Sangat Setuju” terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan BSI Smart. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap penggunaan layanan BSI Smart, baik dari sisi pelayanan agen, kinerja layanan, maupun manfaat yang dirasakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Pernyataan dengan skor tertinggi terdapat pada b.11, dengan rata-rata sebesar 4,32, yang berbunyi “BSI Smart menjadi harapan bagi masyarakat yang kesulitan untuk pergi ke kantor BSI.” Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bahwa keberadaan BSI Smart memberikan solusi yang efektif dan membantu masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu maupun jarak untuk mengakses kantor bank secara langsung.

Di sisi lain, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan b.4, yaitu “BSI Smart Agent memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan santun”, dengan skor sebesar 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden secara umum masih menyatakan setuju, terdapat sebagian responden yang menilai bahwa sikap pelayanan agen BSI Smart belum sepenuhnya konsisten dan masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan pengalaman layanan yang lebih optimal. Meskipun terdapat variasi nilai rata-rata pada setiap pernyataan, secara keseluruhan responden tetap

menunjukkan kecenderungan setuju terhadap variabel kepuasan ini, yang mencerminkan bahwa layanan BSI Smart telah mampu memenuhi harapan masyarakat dan memberikan kepuasan dalam proses bertransaksi.

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Bertransaksi (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
c.1	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan BSI Smart Agen	0	0	11	41	48	4,37
c.2	Saya merasa tertarik untuk mencoba layanan BSI Smart Agen	0	0	8	47	45	4,37
c.3	Saya ingin memanfaatkan layanan BSI Smart Agen untuk mempermudah transaksi	0	1	9	51	39	4,28
c.4	Saya sering menggunakan layanan BSI Smart Agen untuk transaksi keuangan	1	3	15	43	38	4,14
c.5	Saya menjadikan BSI Smart Agen sebagai salah satu pilihan utama dalam bertransaksi	3	1	38	29	29	3,80
c.6	Saya terbiasa menggunakan BSI Smart Agen untuk kebutuhan pembayaran	1	5	14	47	33	4,06
c.7	Saya ingin mencoba fitur-fitur yang tersedia pada layanan BSI Smart Agen	1	0	16	50	33	4,14
c.8	Saya bersedia mencoba layanan BSI Smart Agen yang direkomendasikan orang lain	0	3	12	54	31	4,13
c.9	Saya tertarik mencoba berbagai layanan yang ditawarkan oleh BSI Smart Agen	0	2	10	52	36	4,22
c.10	Saya tertarik mencari informasi tentang layanan BSI Smart Agen	0	3	18	43	36	4,12
c.11	Saya ingin mengetahui lebih banyak tentang fitur yang ditawarkan oleh BSI Smart Agen	1	2	16	46	35	4,12
c.12	Saya mencari tahu kelebihan BSI Smart Agen dibandingkan layanan perbankan lainnya	2	6	19	40	33	3,96

Tabel 4.4 – Lanjutan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata
c.13	Saya berencana untuk terus menggunakan layanan BSI Smart Agen di masa depan	0	5	18	39	38	4,10
c.14	Saya ingin tetap menggunakan BSI Smart Agen meskipun ada alternatif layanan lain	4	7	20	33	36	3,90
c.15	Saya akan merekomendasikan penggunaan BSI Smart Agen kepada orang lain di masa mendatang	2	2	17	36	43	4,16
Total Rata-Rata							4,12

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.4, rata-rata tanggapan responden terhadap variabel minat penggunaan layanan BSI Smart Agent adalah sebesar 4,12. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menunjukkan kecenderungan setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan minat, ketertarikan, dan keberlanjutan penggunaan layanan BSI Smart Agent dalam aktivitas transaksi keuangan.

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan c1, yaitu “Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan BSI Smart Agent”, serta pernyataan c2, “Saya merasa tertarik untuk mencoba layanan BSI Smart Agent”, yang masing-masing memperoleh skor sebesar 4,37. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat dan ketertarikan yang sangat tinggi terhadap penggunaan layanan BSI Smart Agent, baik dari sisi keinginan mencoba maupun kesiapan untuk memanfaatkannya.

Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan c5, yaitu “Saya menjadikan BSI Smart Agent sebagai salah satu pilihan utama dalam bertransaksi”, dengan skor sebesar 3,80. Meskipun skor ini masih berada dalam kategori setuju, hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden belum sepenuhnya menjadikan BSI Smart Agent sebagai pilihan utama, kemungkinan karena masih mempertimbangkan alternatif layanan keuangan lainnya. Meskipun terdapat variasi nilai rata-rata pada setiap pernyataan, secara umum seluruh pernyataan berada dalam kategori setuju, yang menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang positif dan kecenderungan untuk terus menggunakan serta merekomendasikan layanan BSI Smart Agent di masa mendatang.

4.4 Hasil Analisis Kualitas Instrumen

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid, sehingga semua pernyataan yang terkandung dalam kuesioner ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan ke penelitian yang lebih mendalam, karena diperoleh nilai validitas lebih besar dari nilai R_{tabel} sebesar 0,196 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, sehingga instrumen data tersebut layak untuk dilakukan pembahasan lebih lanjut.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Item Variabel	Variabel	<i>R_{Hitung}</i>	<i>R_{Tabel}</i>	Sig.	Keterangan
a 1	X ₁	0,546	0,1966	0,000	Valid
a 2		0,470	0,1966	0,000	Valid
a 3		0,541	0,1966	0,000	Valid
a 4		0,526	0,1966	0,000	Valid
a 5		0,535	0,1966	0,000	Valid
a 6		0,471	0,1966	0,000	Valid
a 7		0,503	0,1966	0,000	Valid
a 8		0,419	0,1966	0,000	Valid
a 9		0,272	0,1966	0,000	Valid
a 10		0,387	0,1966	0,000	Valid
a 11		0,422	0,1966	0,000	Valid
a 12		0,480	0,1966	0,000	Valid
b 1	X ₂	0,575	0,1966	0,000	Valid
b 2		0,510	0,1966	0,000	Valid
b 3		0,512	0,1966	0,000	Valid
b 4		0,599	0,1966	0,000	Valid
b 5		0,660	0,1966	0,000	Valid
b 6		0,617	0,1966	0,000	Valid
b 7		0,616	0,1966	0,000	Valid
b 8		0,399	0,1966	0,000	Valid
b 9		0,508	0,1966	0,000	Valid
b 10		0,311	0,1966	0,000	Valid
b 11		0,418	0,1966	0,000	Valid
b 12		0,398	0,1966	0,000	Valid
c 1	Y	0,561	0,1966	0,000	Valid
c 2		0,495	0,1966	0,000	Valid
c 3		0,456	0,1966	0,000	Valid
c 4		0,560	0,1966	0,000	Valid
c 5		0,610	0,1966	0,000	Valid
c 6		0,623	0,1966	0,000	Valid
c 7		0,686	0,1966	0,000	Valid
c 8		0,525	0,1966	0,000	Valid
c 9		0,628	0,1966	0,000	Valid
c 10		0,591	0,1966	0,000	Valid
c 11		0,562	0,1966	0,000	Valid
c 12		0,563	0,1966	0,000	Valid
c 13		0,703	0,1966	0,000	Valid
c 14		0,762	0,1966	0,000	Valid
c 15		0,573	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel, dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Kriteria yang digunakan adalah :

1. Nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, berarti reliabel.
2. Nilai *Cronbach Alpha* < 0,60, berarti tidak reliabel.

Adapun hasil yang didapatkan setelah dianalisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kemudahan (X ₁)	0,657	0,60	Reliabel
Kepuasan (X ₂)	0,745	0,60	Reliabel
Minat Bertransaksi (Y)	0,868	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Uji reliabilitas terhadap 3 (tiga) atribut pernyataan yang terlibat dalam masing-masing variabel Kemudahan (X₁), Kepuasan (X₂) dan Minat Bertransaksi (Y) masyarakat Kota Meulaboh yang bertransaksi pada BSI Smart Agent yang menjadi responden mendapatkan masing-masing nilai sebesar 0,657, 0,745 dan 0,868. Dengan demikian, nilai-nilai dari atribut yang terlibat dalam pengukuran variabel tersebut memenuhi kredibilitas *Cronbach Alpha* karena nilainya melebihi dari 0,60.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang

dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov one sample test* dengan kriteria uji. Jika probabilitas signifikan $> 0,05$, maka data berdistribusi normal. Pengolahan data dalam penelitian ini memperoleh hasil seperti pada Tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,53735436
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,052
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variabel-variabel penelitian adalah sebesar 0,054. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual dari model regresi dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas yang diperlukan dalam analisis regresi telah terpenuhi.

4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel besar tersebut melalui besaran koefisien relasi (r). Pedoman pengambilan keputusan pada

uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF, yaitu :

A. Berdasarkan nilai *tolerance*

1. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10, maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

B. Berdasarkan nilai VIF

1. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan (X ₁)	0,606	1,652	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Kepuasan (X ₂)	0,606	1,652	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

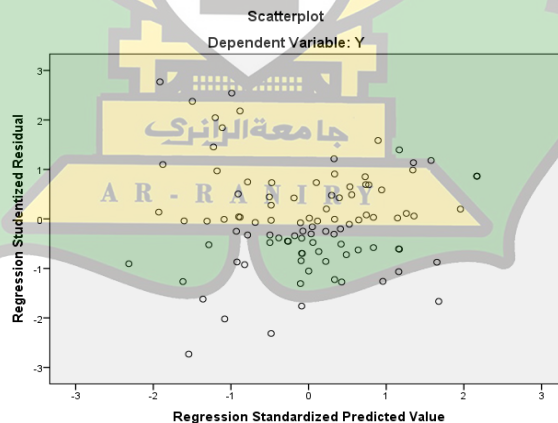
Berdasarkan Tabel 4.8, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Kemudahan (X₁) dan Kepuasan (X₂) masing-masing sebesar 1,652. Nilai tersebut berada jauh di bawah ambang batas 10, yang mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinearitas. Selain itu, nilai *tolerance* dari kedua variabel adalah 0,606, yang melebihi nilai minimum 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan gejala multikolinearitas di antara variabel independen dalam model penelitian ini.

4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam analisis regresi berganda penting untuk memeriksa keamanan varian residual antar observasi. Jika residual memiliki varian yang sama, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS dengan grafik *Scatterplot* yang memplot *Z Prediction (ZPRED)* sebagai variabel bebas pada sumbu X (nilai prediksi) dan *SRESID* sebagai nilai residual pada sumbu Y (selisih antara nilai prediksi dan nilai aktual). Homoskedastisitas terjadi jika titik – titik *Scatterplot* hasil pengolahan *ZPRED* dan *SRESID* tersebar merata di atas dan bawah garis 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik berikut ini :

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)



Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *Scatterplot* yang diperoleh dari output SPSS, dengan ketentuannya Ghazali (2018) adalah sebagai berikut :

1. Jika titik-titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titiknya menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Dari hasil output gambar *Scatterplot* di atas, didapat titik – titik menyebar dibawah serta di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur. Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel residual tersebar secara merata di sepanjang garis regresi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi ini dapat dianggap layak untuk menganalisis pengaruh variabel kemudahan dan kepuasan masyarakat terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Kemudahan (X_1) dan Kepuasan (X_2) terhadap Minat Bertransaksi (Y) Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh atau untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara

variabel bebas terhadap variabel terkait. Hasil pengujian dari analisis regresi linear berganda ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,496	6,741		3,931	,000
	Kemudahan	,345	,159	,250	2,172	,032
	Kepuasan	,372	,156	,274	2,378	,019

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan pada Tabel 4.9 output data melalui program SPSS, dari rumus persamaan regresi berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (4.1)$$

Maka diperoleh hasil menjadi persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 26.496 + 0.345, X_1 + 0.372, X_2 + e \quad (4.2)$$

Model persamaan pada Tabel 4.9 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta yaitu 26,496 yang menunjukkan bahwa jika variabel Kemudahan (X_1) dan Kepuasan (X_2) dianggap konstan maka nilai variabel minat bertransaksi pada BSI Smart Agent sebesar 26,496
- b. Nilai koefisien variabel kemudahan (X_1) adalah sebesar 0,345. Ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel kemudahan, dengan

asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan minat bertransaksi sebesar 0,345 satuan.

- c. Nilai koefisien variabel kepuasan (X_2) adalah sebesar 0,372. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Setiap peningkatan satu satuan pada variabel kepuasan, dengan asumsi variabel lain tetap, akan meningkatkan minat bertransaksi sebesar 0,372 satuan.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Hasil Uji T (Secara Parsial)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari perhitungan didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 yang diperoleh dari $df = n - k = 100 - 3 = 97$ (dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel). Pengujian ini dengan ketentuan – ketentuan sebagai berikut :

1. Jika probabilitas (signifikan) $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikan) $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan nilai t_{hitung} untuk variabel Kemudahan (X^1) sebesar 2,172 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dengan nilai probabilitas $0,032 < 0,05$, maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kemudahan (X^1) berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil ini menegaskan bahwa Kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

Nilai t_{hitung} untuk variabel Kepuasan (X^2) sebesar 2,378 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dengan nilai probabilitas $0,019 < 0,05$, maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kepuasan (X^2) berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil ini menegaskan bahwa Kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

4.7.2 Hasil Uji F (Secara Simultan)

Uji Simultan (Uji f) untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini berfungsi sebagai alat evaluasi terhadap kontribusi kolektif seluruh variabel bebas dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat dalam suatu model analisis. Dari perhitungan didapatkan nilai f_{tabel} sebesar 3,090 yang diperoleh dari $df = n - k = 100 - 2 - 1 = 97$ (dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1214,347	2	607,173	13,920	.000 ^b
	Residual	4230,963	97	43,618		
	Total	5445,310	99			

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan data pada Tabel 4.10, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 13,920 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, nilai F hitung (13,920 > 3,090) lebih besar dibandingkan nilai F tabel, yang memperkuat bukti bahwa model regresi yang digunakan layak dan signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X^1) dan kepuasan (X^2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi (Y) pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen. Dengan demikian hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.11 di bawah.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.472 ^a	.223	.207	6,60441

Sumber: Data Primer, 2025 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.11, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,207 atau 20,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan kepuasan hanya mampu menjelaskan minat bertransaksi sebesar 20,7%, sedangkan 79,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi sejauh mana pengaruh variabel independen, yaitu kemudahan (X_1) dan kepuasan (X_2), terhadap variabel dependen, yaitu minat bertransaksi (Y) pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Berikut ini adalah pembahasan mengenai hubungan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen dalam konteks penelitian ini.

4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh

Berdasarkan hasil uji parsial pada persamaan regresi linear berganda di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Kemudahan (X^1) sebesar 2,172 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dengan nilai probabilitas $0,032 < 0,05$, maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kemudahan (X^1) berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil ini menegaskan bahwa Kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi menggunakan BSI Smart Agent. Kemudahan dalam mengakses layanan, kejelasan prosedur transaksi, serta fleksibilitas penggunaan layanan memberikan pengalaman transaksi yang praktis dan efisien bagi masyarakat. Ketika layanan dirasakan mudah digunakan dan tidak menyulitkan pengguna, maka akan terbentuk persepsi positif terhadap layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap niat individu dalam menggunakan suatu sistem atau layanan. Ketika suatu layanan dipersepsikan mudah untuk dipahami dan dioperasikan, maka individu akan lebih terdorong untuk menggunakannya. Dengan demikian, kemudahan yang ditawarkan

oleh BSI Smart Agent terbukti mampu mendorong minat bertransaksi masyarakat di Kota Meulaboh, sehingga temuan penelitian ini memperkuat relevansi TAM dalam menjelaskan perilaku penggunaan layanan perbankan berbasis agen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan BSI Smart memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi.

Berdasarkan Tabel 4.2, sebanyak 78% responden merasa bahwa layanan BSI Smart memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Faktor utama yang mendominasi adalah “BSI Smart membuat pekerjaan menjadi lebih mudah.” Jumlah Rata-rata pada variabel kemudahan mencapai 4,11, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa layanan ini mudah digunakan dan efisien.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hanif (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa minat bertransaksi sangat ditentukan oleh tingkat kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam menggunakan layanan. Apabila layanan BSI Smart Agent mudah dipahami, mudah diakses, serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam proses transaksinya, maka layanan tersebut akan dinilai sesuai dengan harapan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam menggunakan layanan BSI Smart Agent, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk melakukan transaksi.

Pengaruh kemudahan dapat merujuk pada sejauh mana proses atau layanan bisnis memudahkan pelanggan atau pengguna dalam melakukan transaksi atau interaksi. Setiap ahli atau disiplin ilmu mungkin memiliki interpretasi yang sedikit berbeda tentang pengaruh kemudahan, tergantung pada konteksnya. Namun, secara umum, pengaruh kemudahan mencakup persepsi atau faktor-faktor yang mempengaruhi sejauh mana seseorang atau kelompok dapat dengan mudah mengakses, menggunakan, atau mengadopsi suatu teknologi, produk, atau layanan.

4.8.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh

Berdasarkan hasil uji parsial pada persamaan regresi linear berganda di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Kepuasan (X^2) sebesar 2,378 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dengan nilai probabilitas $0,019 < 0,05$, maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kepuasan (X^2) berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil ini menegaskan bahwa Kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh.

Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan minat bertransaksi menggunakan layanan BSI Smart Agent. Kepuasan yang dirasakan masyarakat berasal dari pengalaman positif setelah menggunakan layanan, seperti pelayanan agen yang baik, proses transaksi yang lancar, serta hasil layanan yang sesuai dengan harapan pengguna.

Ketika masyarakat merasa puas terhadap layanan yang diterima, maka akan terbentuk persepsi positif terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan masyarakat terhadap layanan BSI Smart Agent, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk melakukan transaksi melalui layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan dan penggunaan suatu layanan tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, tetapi juga oleh evaluasi positif pengguna setelah menggunakan layanan tersebut. Dalam kerangka TAM, pengalaman penggunaan yang memberikan manfaat dan kenyamanan akan membentuk sikap positif terhadap layanan, yang selanjutnya mendorong minat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks BSI Smart Agent di Kota Meulaboh, kepuasan yang dirasakan masyarakat setelah melakukan transaksi mencerminkan sikap positif terhadap layanan, sehingga berpengaruh dalam meningkatkan minat bertransaksi. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat penerapan TAM dalam menjelaskan hubungan antara kepuasan pengguna dan minat bertransaksi pada layanan perbankan berbasis agen. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi di kalangan responden.

Berdasarkan data dari Tabel 4.3, 82% responden merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh agen BSI Smart. yang paling mendominasi adalah " BSI Smart menjadi harapan bagi nasabah

yang kesulitan untuk pergi ke kantor BSI.” bahwa keberadaan BSI Smart memberikan solusi yang efektif dan membantu masyarakat, khususnya bagi nasabah yang memiliki keterbatasan waktu maupun jarak untuk mengakses kantor bank secara langsung. Jumlah rata-rata pada variabel kepuasan mencapai skor 4,12, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa layanan yang diberikan tidak hanya memenuhi harapan mereka, tetapi juga melebihi ekspektasi mereka.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Trenggana (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan BRILink. Hal ini menunjukkan bahwa minat bertransaksi sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah setelah menggunakan layanan. Apabila layanan BSI Smart Agent mampu memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan harapan nasabah, maka layanan tersebut akan dinilai memiliki kinerja yang baik sehingga menimbulkan perasaan puas. Kesesuaian antara harapan dan kepuasan yang dirasakan akan membentuk persepsi positif, yang pada akhirnya mendorong nasabah untuk melakukan transaksi ulang dan terus menggunakan layanan BSI Smart Agent secara berkelanjutan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan,

konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Nugroho & Irmadhani, 2019).

4.8.3 Pengaruh Kemudahan dan Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel tingkat kemudahan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung ($13,920 > 3,090$) lebih besar dibandingkan F tabel, serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kemudahan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.

Hasil ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan layanan BSI Smart Agent tidak hanya dipengaruhi oleh satu variabel secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi antara kemudahan layanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Kemudahan dalam mengakses layanan, kejelasan prosedur transaksi, serta fleksibilitas penggunaan layanan BSI Smart Agent yang didukung oleh pelayanan agen yang baik mampu menciptakan kepuasan bagi masyarakat, sehingga mendorong meningkatnya minat untuk bertransaksi.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi pada Tabel 4.12, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,207 atau 20,7%. Hal ini

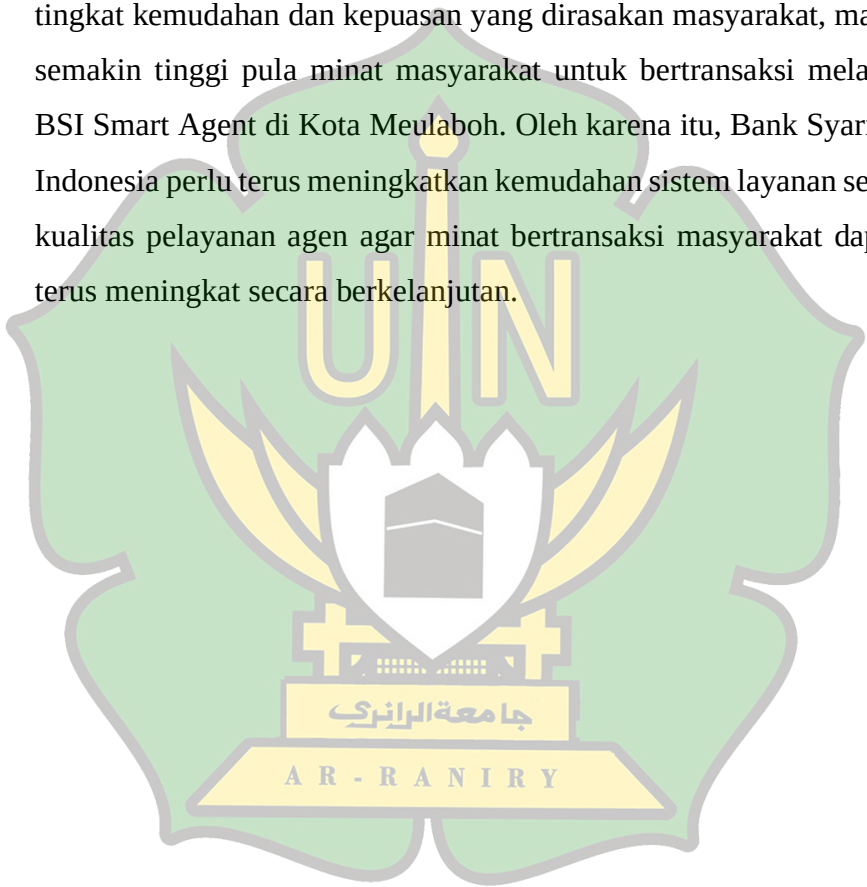
menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan kepuasan secara bersama-sama hanya mampu menjelaskan minat bertransaksi pada layanan BSI Smart Agent sebesar 20,7%, sedangkan 79,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan theory *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa minat individu dalam menggunakan suatu layanan dipengaruhi secara simultan oleh persepsi kemudahan penggunaan dan evaluasi positif terhadap pengalaman penggunaan layanan tersebut. Dalam kerangka TAM, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan sikap positif pengguna yang tercermin melalui kepuasan saling berinteraksi dalam membentuk minat perilaku. Oleh karena itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kepuasan secara bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan minat bertransaksi pada layanan BSI Smart Agent di Kota Meulaboh, sehingga memperkuat relevansi TAM dalam menjelaskan perilaku penerimaan layanan perbankan berbasis agen. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 89% responden memiliki minat yang tinggi untuk terus menggunakan layanan BSI Smart.

Berdasarkan Tabel 4.4, yang paling mendominasi adalah "Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan BSI Smart Agent" dan "Saya merasa tertarik untuk mencoba layanan BSI Smart Agent", Jumlah rata-rata pada variabel minat mencapai skor 4,12. Pada variabel ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa tertarik untuk menggunakan layanan BSI Smart lebih sering. Ini juga

mencerminkan bahwa kedua faktor sebelumnya kemudahan dan kepuasan berperan besar dalam mendorong individu untuk melakukan transaksi lebih lanjut dengan BSI Smart.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dan kepuasan yang dirasakan masyarakat, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk bertransaksi melalui BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia perlu terus meningkatkan kemudahan sistem layanan serta kualitas pelayanan agen agar minat bertransaksi masyarakat dapat terus meningkat secara berkelanjutan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kemudahan dan Kepuasan Terhadap Minat Bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah layanan BSI Smart Agent digunakan, baik dari segi akses, prosedur, maupun kejelasan transaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk bertransaksi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.
2. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi. Kepuasan yang dirasakan nasabah sebagai hasil dari pelayanan yang sesuai dengan harapan akan mendorong niat untuk melakukan transaksi ulang dan menggunakan layanan secara

berkelanjutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi

3. Kemudahan dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh. Hasil uji simultan (uji F) membuktikan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi antara kemudahan layanan dan kepuasan yang dirasakan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi BSI Smart Agent

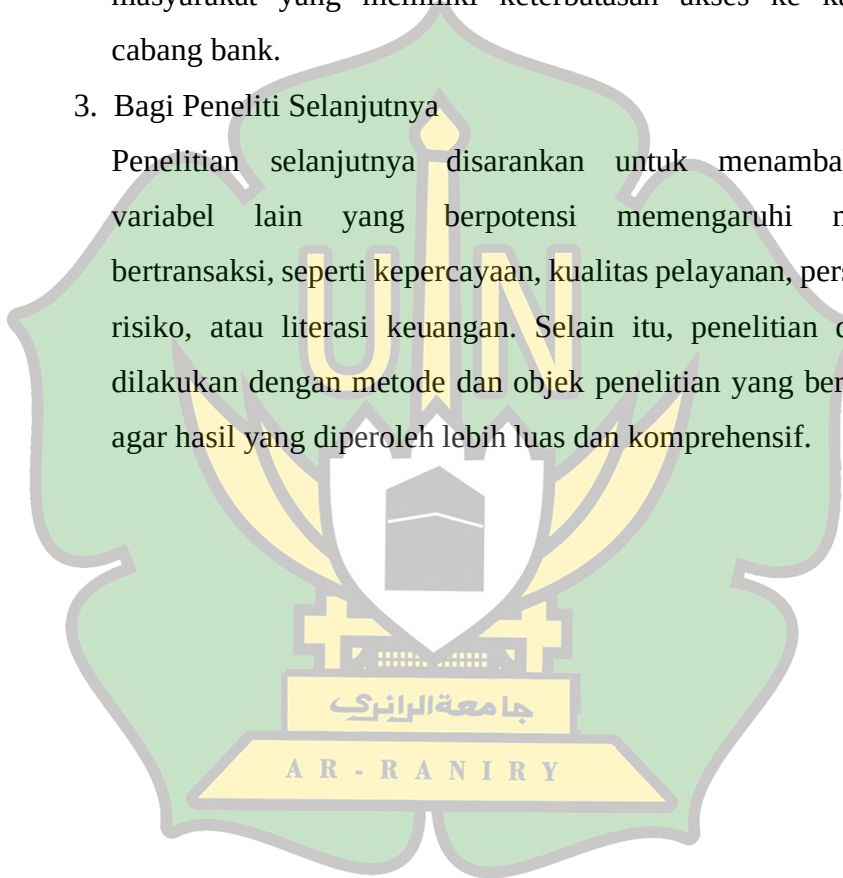
Agen diharapkan dapat memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada nasabah. Pelayanan yang baik akan menciptakan rasa nyaman dan kepuasan, sehingga nasabah terdorong untuk terus menggunakan layanan BSI Smart Agent dalam melakukan transaksi keuangan.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan layanan BSI Smart Agent secara optimal sebagai alternatif transaksi perbankan yang mudah, aman, dan efisien, khususnya bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan akses ke kantor cabang bank.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat bertransaksi, seperti kepercayaan, kualitas pelayanan, persepsi risiko, atau literasi keuangan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan metode dan objek penelitian yang berbeda agar hasil yang diperoleh lebih luas dan komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, I. N., & Amri, M. (2024). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, dan Fitur terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BSI Mobile. *Jurnal Mutawasith: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 45–57.
- Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementansi Teori dan Praktek*. Surabaya: CV. Qiara Media.
- Antara News. (2021). *BSI Lakukan Soft Launching Layanan Bsi Smart Di Banda Aceh*. Antaranews. Online dari <https://www.antaranews.com>.
- Antara News. (2024). BSI Optimalikan Layanan Dukung Transaksi finansial PON XXI (termasuk 17.830 BSI Agen siap melayani transaksi di Aceh). Antaranews. Online dari <https://www.antaranews.com>. Diakses pada 9 September 2024.
- Antonio, M. S. (2019). *Bank syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arief, M. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus: Pecel Lele Cak Lomon) (*Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Arief, Mufti, Zahra Nuralita Putri Irkham, dan Amaliya Ayu Nurhidayah.
“Analisis Pemasaran Layanan BSI Smart FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)* 2, no. 2 (2023): 181–192.
- Artianingsih, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Efektivitas Terhadap Minat

Bertransaksi menggunakan Financial technology Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019) (*Doctoral dissertation*, IAIN KUDUS).

Azizah, W. N. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199-222.

Bank Syariah Indonesia. (2021). Produk dan Layanan. Online dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1618199550bsi-smart-agent>. Diakses pada 20 Oktober 2023.

Basalamah, M. R., & Rizal, M. (2018). *Perbankan syariah*. Malang: Empatdua Media.

Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng syariah. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 43- 52.

Dendhana, T. (2018). Penerapan Prudential Banking Principle Dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Penyimpan Dana. *Lex et Societatis*, 1(1), 40-53.

Fitria, D., Widya, H., & Alvina, R. (2023). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 5(2), 123–132.

Ilahi, (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Agen Brilink Kecamatan Suliki, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat). (Universitas Telkom). *Jurnal Manajemen*.)

Hidayah, (2023). Kepatuhan Hukum Agen Laku Pandai BSI Smart dalam Layanan terhadap Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*.

Hidayat, Y. R., & Surahman, M. (2017). Analisis Pencapaian Tujuan Bank Syariah Sesuai UU No 21 Tahun 2008. Amwaluna: *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 34-50.

Ilahi, & Trenggana. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Agen BRILink Kecamatan Suliki, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat).” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.

Indrianto, D. A., & Kasim, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Agen Brilink Moh Arifin Di Kelurahan Alak, Kota Kupang .*Jurnal Bisnis & Manajemen*, 15(1), 201-215.

Irawan, H. (2019). Kemudahan Akses dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Bertransaksi Digital. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 6(2), 123–134.

Irmadhani, & Nugroho. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan computer self efficacy terhadap penggunaan online banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi*.

Iskandar. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Edisi Revisi)*. Jakarta: Gaung Persada Press.

Ismail, (2019) *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana.

Jogiyanto. (2017), *Konsep Dasar Sistem Informasi*, Yogyakarta: BPFE.

Karim, (2019) *Islamic Banking: Fiqh And Financial Analysis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasanah, N., & Ghozali, M. (2018). Analisis Hukum Terhadap Praktik Produk Jasa Perbankan Syariah (Fee Based Service). *Jurnal Diklat Keagamaan*, 12(2), 97-105.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Bab II tentang Akad Nomor 02 Tahun 2008.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management (15th ed.)*. London: Pearson Education.

Lestari, S.S.A., Hanif, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Brilink Melalui Kepuasan Pelanggan di Desa Senden Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7 (1), 127-141.

Liestyanti, R., & Prawiraatmadja, W. (2021). Kepuasan nasabah dalam layanan perbankan syariah: Studi pada BSI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(2), 98–112.

Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.

Mahargiyantie, (2020). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

Matilda, A. (2024). Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart Kluet Selatan) (*Doctoral dissertation*, UIN Ar-raniry).

Mustofa, M. (2019). *Fiqih Mu'amalah Kontemporer: Kompilasi Hukum ekonomi Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Nisa, B. I. (2025). Pengaruh understanding dan convenience (kemudahan) terhadap Penggunaan Fitur Cardless Withdrawal. *Repository UIN Khas -*.
- Nuridin, & Azizah, W. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology (fintech) pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Nurhasanah, N. (2019). *Mudharabah Dalam Teori Dan Praktik*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Nurul, (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Bermitra Menjadi Agen Bsi Smart*. *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 10 No. 1.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). Penjelasan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/PJOK.03/2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Online dari 93 <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/129870/peraturan-ojk-no-19poj032014-tahun-2014>. Diakses pada 31 Oktober 2023.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK 03/ 2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif.
- Pibriana, D. (2020). Analisis Penerimaan Pengguna Technology Acceptance Model (TAM) pada Aplikasi [Nama Aplikasi]". *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 9(1), 15-22.
- Pitaloka, D. A (2023). Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada

Masyarakat di Kota Cirebon). (*Repository*, UIN Raden Mas Said).

Popularitas.com. (2021). 4.700 agen BSI Smart siap layani transaksi keuangan di seluruh Aceh. Popularitas.com. Online dari <https://popularitas.com>. Diakses pada 20 Oktober 2021.

Rahmanu, R., L. N. Yulianti, & B. Sanim. (2020). “Pengaruh Persepsi Agen BRILink terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Branchless Banking. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*.

Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 (pasal 4) tentang Perbankan Syariah.

Riyanto, A., & Hermawan, A. (2020). *Teknik Penulisan dan Penyusunan Karya Ilmiah Penelitian dan Skripsi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Rizal, (2020). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101-1106.

Romadhon, B. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 86-98.

Sahroni, O. (2019). *Fikih Muamalah Kontemporer: Membahas Ekonomi Kekinian*. Jakarta: Republika Penerbit.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2019). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Andi.

Santi, Indyah Hartami, dan Bayu Erdani. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM) Penggunaannya Pada Analisis User Experience Dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Pekalongan: Penerbit NEM.

- Sardiman, A. M. (2018). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sayekti, R., & Mardianto. (2019). *Perpustakaan Digital: Mengukur Penerimaan Inovasi Teknologi*. Medan: Perdana Publishing.
[http://repository.uinsu.ac.id/8334/1/BukuPeprustakaan Digital Lengkap.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/8334/1/BukuPeprustakaanDigitalLengkap.pdf).
- Setiawan, I. P., & Fachmi, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega, Tbk Cabang Makassar Daya. *Seiko Journal of Management & Business*, 1(2), 204–211.
- Setiawan, M. A. (2016). Analisis keterkaitan inklusi keuangan terhadap perilaku keuangan personal masyarakat di wilayah kota dan kabupaten Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Slameto. (2019). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subramanian, R. (2020). Branchless banking and financial inclusion in emerging markets. *International Journal of Financial Studies*, 8(3), 101–115.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2018). *Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press.
- Usanti, T. P., & Shomad, A. (2022). *Transaksi Bank Syariah*. Bumi Aksara.
- Wahjono, S. I. (2013). *Manajemen pemasaran bank* (Ed. 1, Cet. 2). Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Wahyuni, (2023). Analisis Layanan Laku Pandai BSI Smart. *Repository. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)*.
- Wahyuni, S., & Astuti, E. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 45–53.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: Seribubintang.
- Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudharabah Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 3(1), 1-21.
- Wijayanti, Mentari Wilis, Alwi Suddin, & Sutarno. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behaviour Intention to Use BRI Digital Banking pada Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* 13: 188–199.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th Ed.). New York: McGraw-Hill Education.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket/Kuesioner Penelitian

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Kemudahan dan Kepuasan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Pada BSI Smart Agent (Studi Pada Masyarakat Di Kota Meulaboh)** saya:

Nama : Rinaldy Pratama

NIM : 210603095

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamu 'alaikum wr,wb.

Hormat Saya,

Rinaldy Pratama

I. Karakteristik Responden

Karakteristik responden untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merupakan masyarakat di Kota Meulaboh
2. Pernah bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh
3. Responden pernah menggunakan layanan BSI Smart Agent lebih dari satu kali sehingga dapat menilai tingkat kemudahan dan kepuasan layanan.

II. Data Responden

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda check (✓).

Apakah anda merupakan masyarakat Kota Meulaboh?

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah anda pernah bertransaksi pada BSI Smart Agent di Kota Meulaboh?

☐ Ya

☐ Tidak

1. Nama

2. Umur

☐ < 20

☐ 21-30

☐ 31-40

☐ 41-50

3. Jenis Kelamin

: L/P

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

4. Pendidikan Terakhir :

☐ SMP s/d SMA ☐ D1 s/d D3

☐ S1 ☐ (S2/S3)

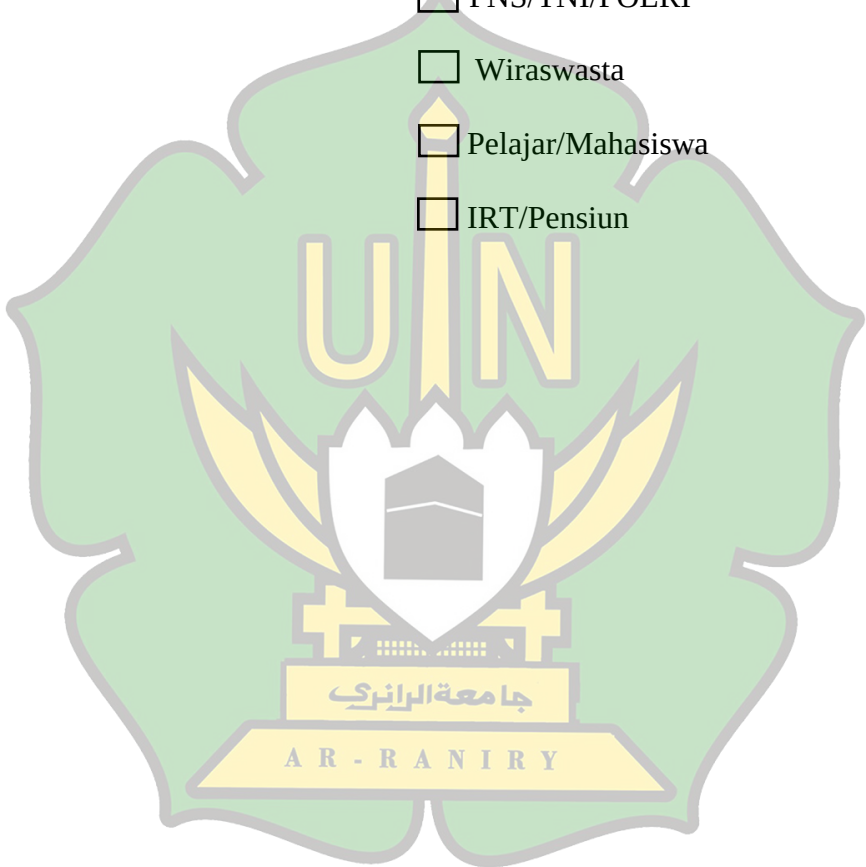
5. Pekerjaan :

☐ PNS/TNI/POLRI

☐ Wiraswasta

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ IRT/Pensiun



III. Tanggapan Responden

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda check (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Salah satu skala yang tersedia pada kolom disamping pernyataan, keterangan skala tersebut sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

KS = Kurang Setuju (skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

A. Kemudahan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)						
a1	BSI Smart selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi					
a2	Proses transaksi pada BSI Smart terasa ringan dan cepat					
a3	Keseluruhan layanan BSI Smart mudah untuk digunakan dan memberikan manfaat bagi para penggunanya					
Jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>)						
a4	Penggunaan layanan BSI Smart mudah dipahami					
a5	Informasi BSI Smart sangat jelas pada agen sehingga mudah dimengerti					
a6	Penggunaan layanan BSI Smart mudah dan terarah					
Mudah mengoperasikan (<i>easy to operate</i>)						
a7	Layanan BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya					
a8	BSI Smart membuat pekerjaan menjadi lebih mudah					
a9	Dengan BSI Smart saya tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi					
Fleksibel (<i>flexibel</i>)						

a10	Layanan BSI Smart bisa digunakan kapan saja					
a11	Masyarakat dapat dengan mudah mengatur waktu ketika ingin bertransaksi pada BSI Smart Agent					
a12	Masyarakat dapat memilih tempat bertransaksi pada BSI Smart Agent					

B. Kepuasan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Perasaan puas						
b1	Saya merasa puas sebagai masyarakat selama bertransaksi dengan BSI Smart					
b2	Saya merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan oleh agen BSI Smart					
b3	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan BSI Smart					
Kualitas pelayanan						
b4	BSI Smart Agent memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan santun					
b5	BSI Smart Agent terampil dalam melayani masyarakat					
b6	BSI Smart Agent sangat teliti dalam pelayanannya terhadap masyarakat					
Kualitas Produk						
b7	Kinerja BSI Smart sesuai dengan fungsional yaitu dalam bertransaksi					
b8	Fitur-fitur yang ditawarkan BSI Smart beragam					
b9	BSI Smart dapat diandalkan dengan kemampuan produk digunakan berulang kali					
Terpenuhi harapan						
b10	Produk BSI Smart sesuai dengan harapan saya					
b11	BSI Smart menjadi harapan bagi saya yang kesulitan untuk pergi ke kantor BSI					
b12	Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja BSI Smart terpenuhi					

C. Minat Bertransaksi

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Rasa ingin menggunakan						
c1	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan BSI Smart Agen					
c2	Saya merasa tertarik untuk mencoba layanan BSI Smart Agen					
c3	Saya ingin memanfaatkan layanan BSI Smart Agen untuk mempermudah transaksi					
Selalu menggunakan						
c4	Saya sering menggunakan layanan BSI Smart Agen untuk transaksi keuangan					
c5	Saya menjadikan BSI Smart Agen sebagai salah satu pilihan utama dalam bertransaksi					
c6	Saya terbiasa menggunakan BSI Smart Agen untuk kebutuhan pembayaran					
Keinginan mencoba suatu produk						
c7	Saya ingin mencoba fitur-fitur yang tersedia pada layanan BSI Smart Agen					
c8	Saya bersedia mencoba layanan BSI Smart Agen yang direkomendasikan orang lain					
c9	Saya tertarik mencoba berbagai layanan yang ditawarkan oleh BSI Smart Agen					
Rasa ingin tahu						
c10	Saya tertarik mencari informasi tentang layanan BSI Smart Agen					
c11	Saya ingin mengetahui lebih banyak tentang fitur yang ditawarkan oleh BSI Smart Agen					
c12	Saya mencari tahu kelebihan BSI Smart Agen dibandingkan layanan perbankan lainnya					
Berlanjut menggunakan di masa mendatang						
c13	Saya berencana untuk terus menggunakan layanan BSI Smart Agen di masa depan					
c14	Saya ingin tetap menggunakan BSI Smart Agen meskipun ada alternatif layanan lain					
c15	Saya akan merekomendasikan penggunaan BSI Smart Agen kepada orang lain di masa mendatang					

Lampiran 2: Tabulasi Data

NO	Karakteristik Responden			
	k1	k2	k3	k4
1	2	2	3	3
2	2	1	3	2
3	2	2	3	2
4	3	2	3	1
5	2	2	3	2
6	2	2	1	2
7	2	1	3	2
8	2	2	1	2
9	2	1	3	2
10	2	1	3	3
11	2	1	3	2
12	2	1	1	2
13	2	1	3	2
14	2	2	3	2
15	2	1	3	3
16	2	2	1	2
17	2	1	3	3
18	2	1	1	2
19	2	2	3	2
20	2	2	3	4
21	2	2	3	2
22	2	1	1	2
23	2	2	3	2
24	2	1	1	2
25	3	1	3	1
26	3	1	3	3
27	3	1	3	1
28	2	1	1	2
29	2	2	3	3

30	2	2	1	2
31	3	1	3	1
32	2	1	3	2
33	2	2	3	2
34	2	1	1	2
35	1	1	1	2
36	2	1	3	2
37	2	2	3	3
38	2	2	1	2
39	1	1	1	2
40	2	2	3	2
41	3	1	4	1
42	2	1	3	1
43	2	1	1	2
44	2	2	3	3
45	2	2	1	2
46	1	1	1	2
47	2	1	3	3
48	1	2	1	2
49	4	1	4	1
50	2	1	3	3
51	2	1	3	3
52	2	1	3	3
53	2	1	1	2
54	2	2	1	2
55	2	1	1	2
56	2	1	1	3
57	3	1	3	1
58	2	2	3	4
59	2	2	1	2
60	2	1	2	3
61	3	1	4	1

62	3	2	2	4
63	1	2	1	2
64	1	1	1	2
65	3	1	2	1
66	3	1	4	1
67	1	1	1	2
68	3	2	4	1
69	2	1	1	2
70	3	1	4	3
71	4	1	4	1
72	3	1	2	3
73	2	2	1	2
74	3	1	4	1
75	2	2	1	2
76	1	2	1	2
77	3	1	4	1
78	1	1	1	2
79	2	2	2	3
80	2	1	1	2
81	2	2	2	3
82	2	2	1	2
83	3	1	4	3
84	1	2	1	2
85	3	1	4	3
86	3	2	2	1
87	1	1	1	2
88	2	2	2	3
89	3	1	4	1
90	2	2	1	2
91	1	2	1	2
92	4	1	4	1
93	1	2	1	2

94	3	2	2	4
95	4	1	4	1
96	2	2	2	3
97	4	2	4	4
98	1	1	1	2
99	2	1	3	3
100	3	1	3	3

Keterangan :

k1 :Usia

1. >20
2. 21-30
3. 31-40
4. 41-50

k2 : Jenis kelamin

1. laki-laki
2. Perempuan

k3 : Pendidikan terakhir

- 1.SMP/SMA
- 2.D1-D3
- 3.S1
- 4.S2/S3

k4 : Pekerjaan

- 1.PNS/TNI/POLRI
- 2.Pelajar/Mahasiswa
- 3.Wiraswasta
4. IRT/Pensiun

NO	X1											
	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12
1	4	4	3	2	5	4	5	4	4	1	4	4
2	4	4	4	2	2	3	5	5	4	4	4	2
3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	2	4	5
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4
5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	1	4
6	5	4	3	2	2	4	4	5	5	5	3	4
7	4	5	5	4	2	2	4	5	4	5	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4
11	3	3	3	5	5	2	5	4	5	4	1	3
12	5	2	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
15	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4
16	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
17	5	3	5	2	2	2	4	4	5	3	4	3
18	4	4	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4
19	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
21	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	4	5	5	5	5	4	4	3	2	3	3
26	5	5	4	4	5	4	4	5	2	1	3	3
27	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4
28	5	5	4	4	3	4	4	4	2	1	3	3
29	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4

31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
38	4	4	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4	4
39	4	4	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4
40	4	4	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	4
41	4	4	4	5	5	5	5	4	2	2	4	4	4
42	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4
45	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5	4	5	3	1	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	4	4
49	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4
50	5	5	4	5	4	5	5	4	3	2	4	4	4
51	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4
52	5	5	5	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4
53	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	3	3	3
54	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4
55	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4
56	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	3	4	4
57	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4
58	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4
59	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
60	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4
61	3	4	4	4	1	3	4	4	1	2	3	3	3
62	2	4	4	3	2	4	5	4	2	1	3	2	2

63	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	2
64	4	2	1	4	4	5	3	4	5	2	5	1
65	2	1	2	1	3	3	5	3	5	4	5	5
66	2	5	2	5	5	4	2	5	5	5	5	1
67	2	5	5	2	5	5	1	5	5	2	2	1
68	3	5	3	3	3	1	2	5	5	5	5	5
69	2	1	3	2	1	5	1	5	5	5	5	5
70	4	5	4	5	2	3	4	4	4	5	4	5
71	2	3	2	4	5	2	1	4	5	5	5	5
72	5	5	3	5	5	4	5	5	2	4	5	5
73	3	5	2	3	3	5	5	3	5	4	5	5
74	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
75	5	5	5	3	4	5	5	5	4	3	5	5
76	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
77	5	5	2	2	5	2	4	5	5	5	3	3
78	1	5	3	2	3	5	5	5	5	2	4	5
79	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4
80	4	5	4	3	5	4	3	4	5	3	4	5
81	4	2	1	5	3	4	3	3	5	4	3	4
82	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4
83	3	5	3	3	5	5	4	5	5	3	5	4
84	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5
85	5	5	4	3	4	5	5	5	2	5	4	5
86	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
87	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4
88	2	5	3	1	5	4	3	5	5	5	5	1
89	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5
90	3	3	5	3	5	3	4	5	5	5	4	5
91	3	3	5	3	1	3	3	3	5	4	5	5
92	3	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
93	3	3	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5
94	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5

95	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
96	3	3	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5
97	5	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	5
98	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
99	3	2	3	3	2	3	3	5	4	5	5	5
100	2	3	5	4	3	4	3	3	4	5	5	5

NO	X2											
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12
1	5	4	2	4	4	3	4	4	5	5	3	4
2	3	4	4	2	4	4	5	4	4	3	5	5
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	2	3	4	5	3	3	5	4	5
5	4	5	5	4	3	5	4	2	4	5	5	5
6	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3
7	4	4	5	2	3	4	3	5	2	5	4	1
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	3	5	3	3	4	5	3	4	3	4	5
11	3	3	5	5	3	2	4	3	3	4	4	4
12	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	3	5	3	3	4	4	4	5	4	5
16	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
17	3	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5
19	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
20	4	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4
21	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
22	5	1	4	5	4	5	4	5	2	5	5	3

23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	5	4
26	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4
27	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
28	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
31	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
36	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
40	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4
41	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4
42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
43	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
45	5	5	2	5	5	4	5	5	4	4	2	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
49	5	4	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4
50	5	4	3	5	5	5	5	3	3	4	5	5
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
52	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	4
53	3	5	3	4	4	4	5	3	3	5	5	3
54	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4

55	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	5	4
56	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
57	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
60	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
61	2	5	3	2	5	3	3	2	4	4	4	3
62	3	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5
63	3	2	1	2	1	2	3	3	4	3	4	5
64	5	1	3	5	2	5	4	4	2	5	3	5
65	2	5	3	4	2	5	3	4	2	5	4	2
66	2	4	4	4	2	5	3	2	5	3	4	3
67	5	3	5	5	5	3	2	1	2	2	5	5
68	3	2	3	1	3	3	5	5	5	5	3	5
69	2	4	5	4	2	4	4	2	5	5	5	5
70	2	4	3	3	5	3	4	2	2	4	4	5
71	3	5	5	5	3	3	5	3	2	1	4	5
72	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
74	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5
76	3	4	5	2	3	4	5	5	4	3	4	5
77	2	3	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5
78	4	5	5	3	2	3	5	4	5	5	4	4
79	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5
80	4	4	4	4	4	5	2	4	5	3	2	4
81	3	3	2	3	3	3	3	5	3	5	3	3
82	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5
83	5	3	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4
84	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5
85	4	3	5	2	3	4	4	5	5	4	3	4
86	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5

87	3	4	5	5	4	5	3	5	2	4	5	2
88	5	3	4	2	4	3	4	5	3	5	4	5
89	1	3	3	3	5	3	5	5	5	5	3	5
90	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5
91	5	5	5	3	1	2	3	5	5	5	3	5
92	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3
93	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
94	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
95	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
96	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3
97	5	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5
98	5	4	3	2	3	4	3	4	4	5	5	5
99	3	4	5	3	5	3	5	4	5	2	3	4
100	4	4	5	3	3	5	3	2	3	5	4	3

NO	Y														
	c1	c2	c3	c4	c5	c6	c7	c8	c9	c10	c11	c12	c13	c14	c15
1	4	4	5	3	3	4	4	5	3	2	4	3	4	5	4
2	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4
3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4
4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
5	4	4	4	5	1	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5
6	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3
7	4	5	2	1	4	5	3	5	4	3	5	4	5	1	2
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	5	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	2	4
11	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	5	5	4	3
12	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	5

16	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	2	2	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
19	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3
20	3	4	4	2	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
26	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4
27	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
31	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
37	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
38	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	4
40	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4
43	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
47	5	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4

48	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
49	5	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4
50	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4
51	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5
52	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
53	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3
54	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
56	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
57	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
61	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	2	1	2
62	4	5	4	3	4	5	1	2	3	4	3	3	2	1	3
63	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3
64	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5
67	5	5	5	2	1	2	3	5	5	5	5	1	2	5	5
68	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
69	5	4	5	5	3	4	5	3	5	3	4	5	5	5	3
70	5	5	3	5	5	1	4	2	5	5	5	1	2	4	5
71	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	4	5	5	3	5	5	2	1	2	5	5	5
73	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
74	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5
75	5	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5
76	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
77	5	4	4	3	3	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5
78	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3
79	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	3	5

80	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4
81	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	3	1
82	5	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4
83	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	5
84	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	3
85	4	5	4	5	3	3	5	3	5	4	5	3	4	5	3
86	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
87	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5
88	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	2	4	5	3
89	5	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	2	5	2	1
90	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5
91	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
96	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	5
97	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
98	4	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	3

Keterangan :

X1 : Kemudahan **A R - R A N I R Y**

X2 : Kepuasan

Y : Minat Bertransaksi

Lampiran 3: Daftar Output SPSS

Frequencies

[Kr] Karakteristik Responden

Frequency Table

Usia [k1]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20	14	14,0	14,0	14,0
21-30	59	59,0	59,0	73,0
31-40	22	22,0	22,0	95,0
41-50	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jenis Kelamin [k2]

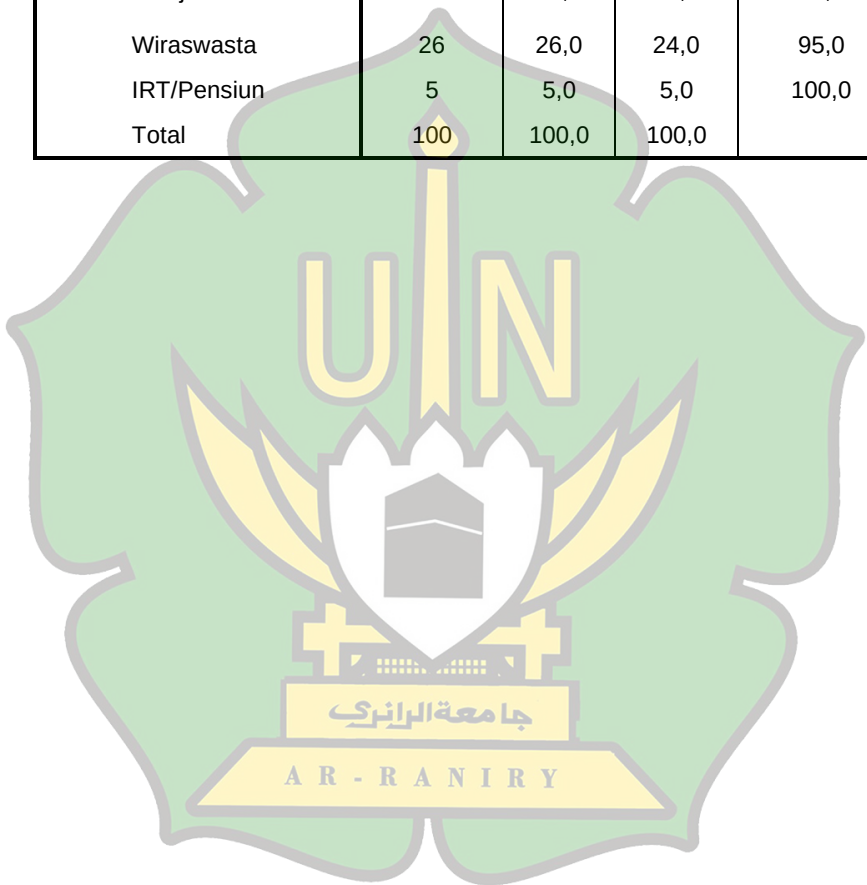
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	58	58,0	58,0	58,0
perempuan	42	42,0	42,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir [k3]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP/SMA	38	38,0	38,0	38,0
D1-D3	10	10,0	10,0	48,0
S1	37	37,0	37,0	85,0
S2/S3	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan [k4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/TNI/POLRI	19	19,0	19,0	19,0
	Pelajara/Mahasiswa	50	50,0	52,0	71,0
	Wiraswasta	26	26,0	24,0	95,0
	IRT/Pensiun	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Frequencies

[X1] Kemudahan

Frequency Table

BSI Smart selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi [a1]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	8	8,0	8,0	9,0
	KS	13	13,0	13,0	22,0
	S	37	37,0	37,0	59,0
	SS	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Proses transaksi pada BSI Smart terasa ringan dan cepat [a2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	5	5,0	5,0	7,0
	KS	11	11,0	11,0	18,0
	S	36	36,0	36,0	54,0
	SS	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Keseluruhan layanan BSI Smart mudah untuk digunakan dan memberikan manfaat bagi para penggunanya [a3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	5	5,0	5,0	7,0
	KS	12	12,0	12,0	19,0
	S	33	33,0	33,0	52,0
	SS	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Penggunaan layanan BSI Smart mudah dipahami [a4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	8	8,0	8,0	10,0
	KS	14	14,0	14,0	24,0
	S	34	34,0	34,0	58,0
	SS	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Informasi BSI Smart sangat jelas pada agen sehingga mudah dimengerti [a5]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	7	7,0	7,0	10,0
	KS	11	11,0	11,0	21,0
	S	31	31,0	31,0	52,0
	SS	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Penggunaan layanan BSI Smart mudah dan terarah [a6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	5	5,0	5,0	6,0
	KS	11	11,0	11,0	17,0
	S	35	35,0	35,0	52,0
	SS	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Layanan BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya [a7]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	2	2,0	2,0	5,0
	KS	10	10,0	10,0	15,0
	S	42	42,0	42,0	57,0
	SS	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BSI Smart membuat pekerjaan menjadi lebih mudah [a8]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	7	7,0	7,0	7,0
	S	37	37,0	37,0	44,0
	SS	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dengan BSI Smart saya tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi [a9]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	10	10,0	10,0	12,0
	KS	21	21,0	21,0	33,0
	S	26	26,0	26,0	59,0
	SS	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Layanan BSI Smart bisa digunakan kapan saja [a10]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,0	6,0	6,0
	TS	18	18,0	18,0	24,0
	KS	23	23,0	23,0	47,0
	S	23	23,0	23,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Masyarakat dapat dengan mudah mengatur waktu ketika ingin bertransaksi pada BSI Smart Agent [a11]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	1	1,0	1,0	3,0
	KS	14	14,0	14,0	17,0
	S	44	44,0	44,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Masyarakat dapat memilih tempat bertransaksi pada BSI Smart Agent
[a10]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	3	3,0	3,0	7,0
	KS	8	8,0	8,0	15,0
	S	53	53,0	53,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequencies

[X2] Kepuasan

Frequency Table

**Saya merasa puas sebagai masyarakat selama bertransaksi dengan BSI
Smart [b1]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	6	6,0	6,0	7,0
	KS	15	15,0	15,0	22,0
	S	33	33,0	33,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan oleh agen BSI Smart [b2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	2	2,0	2,0	4,0
	KS	14	14,0	14,0	18,0
	S	43	43,0	43,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya berniat untuk terus menggunakan layanan BSI Smart [b3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,0	3,0	4,0
	KS	24	24,0	24,0	28,0
	S	33	33,0	33,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BSI Smart Agent memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan santun [b4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	12	12,0	12,0	13,0
	KS	17	17,0	17,0	30,0
	S	32	32,0	32,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BSI Smart Agent terampil dalam melayani masyarakat [b5]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	6	6,0	6,0	8,0
	KS	21	21,0	21,0	29,0
	S	35	35,0	35,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BSI Smart Agent sangat teliti dalam pelayanannya terhadap masyarakat [b6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	KS	19	19,0	19,0	23,0
	S	37	37,0	37,0	60,0
	SS	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kinerja BSI Smart sesuai dengan fungsional yaitu dalam bertransaksi [b7]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	12	12,0	12,0	14,0
	S	46	46,0	46,0	60,0
	SS	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fitur-fitur yang ditawarkan BSI Smart beragam [b8]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	6	6,0	6,0	7,0
	KS	16	16,0	16,0	23,0
	S	46	46,0	46,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BSI Smart dapat diandalkan dengan kemampuan produk digunakan berulang kali [b9]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	KS	12	12,0	12,0	20,0
	S	42	42,0	42,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Produk BSI Smart sesuai dengan harapan saya [b10]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	KS	15	15,0	15,0	18,0
	S	46	46,0	46,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BSI Smart menjadi harapan bagi saya yang kesulitan untuk pergi ke kantor BSI [b11]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	KS	9	9,0	9,0	12,0
	S	41	41,0	41,0	53,0
	SS	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja BSI Smart terpenuhi [b12]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	KS	9	9,0	9,0	12,0
	S	44	44,0	44,0	56,0
	SS	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequencies

[Y] Minat Bertransaksi

Frequency Table

Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan BSI Smart Agen [c1]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	11	11,0	11,0	11,0
	S	41	41,0	41,0	52,0
	SS	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya merasa tertarik untuk mencoba layanan BSI Smart Agen [c2]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	8	8,0	8,0	8,0
	S	47	47,0	47,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya ingin memanfaatkan layanan BSI Smart Agen untuk mempermudah transaksi [c3]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	9	9,0	9,0	10,0
	S	51	51,0	51,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya sering menggunakan layanan BSI Smart Agen untuk transaksi keuangan [c4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,0	3,0	4,0
	KS	15	15,0	15,0	19,0
	S	43	43,0	43,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya menjadikan BSI Smart Agen sebagai salah satu pilihan utama dalam bertransaksi [c5]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	1	1,0	1,0	4,0
	KS	38	38,0	38,0	42,0
	S	29	29,0	29,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya terbiasa menggunakan BSI Smart Agen untuk kebutuhan pembayaran [c6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	5	5,0	5,0	6,0
	KS	14	14,0	14,0	20,0
	S	47	47,0	47,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya ingin mencoba fitur-fitur yang tersedia pada layanan BSI Smart Agen [c7]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	16	16,0	16,0	17,0
	S	50	50,0	50,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya bersedia mencoba layanan BSI Smart Agen yang direkomendasikan orang lain [c8]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	KS	12	12,0	12,0	15,0
	S	54	54,0	54,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya tertarik mencoba berbagai layanan yang ditawarkan oleh BSI Smart Agen [c9]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	KS	10	10,0	10,0	12,0
	S	52	52,0	52,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya tertarik mencari informasi tentang layanan BSI Smart Agent
[c10]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	KS	18	18,0	18,0	21,0
	S	43	43,0	43,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya ingin mengetahui lebih banyak tentang fitur yang ditawarkan
oleh BSI Smart Agen [c11]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	KS	16	16,0	16,0	19,0
	S	46	46,0	46,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya mencari tahu kelebihan BSI Smart Agen dibandingkan layanan
perbankan lainnya [c12]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	6	6,0	6,0	8,0
	KS	19	19,0	19,0	27,0
	S	40	40,0	40,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya berencana untuk terus menggunakan layanan BSI Smart Agen di masa depan [c13]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5,0	5,0	5,0
	KS	18	18,0	18,0	23,0
	S	39	39,0	39,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya ingin tetap menggunakan BSI Smart Agen meskipun ada alternatif layanan lain [c14]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	7	7,0	7,0	11,0
	KS	20	20,0	20,0	31,0
	S	33	33,0	33,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Saya akan merekomendasikan penggunaan BSI Smart Agen kepada orang lain di masa mendatang [c15]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	2	2,0	2,0	4,0
	KS	17	17,0	17,0	21,0
	S	36	36,0	36,0	57,0
	SS	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Correlations

[X1] Kemudahan

Correlations													
	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	Total
a1 Pearson Correlation	1	.380	.363	.446	.299	.248	.441	.274	-.221	-.105	-.091	.115	.546
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.013	.000	.006	.027	.298	.366	.254	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a2 Pearson Correlation	.380	1	.261	.202	.339	.201	.288	.414	-.161	-.092	-.027	-.024	.470
Sig. (2-tailed)	.000		.009	.044	.001	.045	.004	.000	.109	.360	.786	.813	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a3 Pearson Correlation	.363	.261	1	.349	.207	.332	.304	.218	-.121	-.063	.068	.196	.541
Sig. (2-tailed)	.000	.009		.000	.039	.001	.002	.029	.232	.536	.501	.051	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a4 Pearson Correlation	.446	.202	.349	1	.388	.339	.295	.048	-.237	-.079	.023	.152	.526
Sig. (2-tailed)	.000	.044	.000		.000	.001	.003	.638	.018	.434	.823	.131	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a5 Pearson Correlation	.299	.339	.207	.388	1	.371	.219	.229	.033	-.056	-.038	-.029	.535
Sig. (2-tailed)	.002	.001	.039	.000		.000	.029	.022	.743	.580	.710	.777	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a6 Pearson Correlation	.248	.201	.332	.339	.371	1	.315	.146	-.106	-.226	.077	.077	.471
Sig. (2-tailed)	.013	.045	.001	.001	.000		.001	.149	.292	.024	.447	.445	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a7 Pearson Correlation	.441	.288	.304	.295	.219	.315	1	.091	-.188	-.066	.021	.184	.503
Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.003	.029	.001		.369	.062	.513	.839	.067	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a8 Pearson Correlation	.274	.414	.218	.048	.229	.146	.091	1	.072	.090	.088	-.033	.419
Sig. (2-tailed)	.006	.000	.029	.638	.022	.149	.369		.475	.374	.384	.743	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a9 Pearson Correlation	-.221	-.161	-.121	-.237	.033	-.106	-.188	.072	1	.629	.345	.209	.272
Sig. (2-tailed)	.027	.109	.232	.018	.743	.292	.062	.475		.000	.000	.037	.006
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a10 Pearson Correlation	-.105	-.092	-.063	-.079	-.056	-.226	-.066	.090	.629	1	.470	.357	.387
Sig. (2-tailed)	.298	.360	.536	.434	.580	.024	.513	.374	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a11 Pearson Correlation	-.091	-.027	.068	.023	-.039	.077	.021	.088	.345	.470	1	.390	.422
Sig. (2-tailed)	.360	.786	.501	.823	.710	.447	.839	.384	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a12 Pearson Correlation	.115	-.024	.196	.152	-.029	.077	.184	-.033	.209	.357	.390	1	.460
Sig. (2-tailed)	.354	.813	.051	.131	.777	.445	.067	.743	.037	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.546	.470	.541	.526	.535	.471	.503	.419	.272	.387	.422	.460	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

[X2] Kepuasan

Correlations														Total
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12		
b1 Pearson Correlation	1	.237*	.173	.396**	.353*	.344*	.134	.200	.099	.076	.238*	.170	.575*	
Sig. (2-tailed)		.018	.085	.000	.000	.000	.184	.047	.326	.451	.017	.090	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b2 Pearson Correlation	.237*	1	.213*	.247*	.315**	.227*	.301**	.026	.235*	.055	.183	.084	.510*	
Sig. (2-tailed)	.018		.033	.013	.001	.023	.002	.801	.019	.588	.068	.406	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b3 Pearson Correlation	.173	.213*	1	.231*	.178	.335*	.216*	.110	.272**	.016	.203*	.171	.512*	
Sig. (2-tailed)	.085	.033		.021	.077	.001	.031	.276	.006	.878	.043	.089	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b4 Pearson Correlation	.396**	.247*	.231*	1	.503*	.539*	.211*	.074	-.015	-.014	.248*	.056	.599*	
Sig. (2-tailed)	.000	.013	.021		.000	.000	.035	.464	.884	.894	.013	.579	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b5 Pearson Correlation	.353*	.315**	.178	.503*	1	.474*	.378**	.169	.182	.005	.238*	.125	.660*	
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.077	.000		.000	.000	.094	.070	.959	.017	.213	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b6 Pearson Correlation	.344*	.227*	.335*	.539*	.474*	1	.188	.157	.087	.132	.259*	-.054	.617*	
Sig. (2-tailed)	.000	.023	.001	.000	.000		.060	.119	.390	.191	.009	.594	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b7 Pearson Correlation	.134	.301**	.216*	.211*	.378**	.188	1	.288*	.371**	.161	.202*	.487**	.616*	
Sig. (2-tailed)	.184	.002	.031	.035	.000	.050		.004	.000	.109	.044	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b8 Pearson Correlation	.200	.026	.110	.074	.169	.157	.288*	1	.273**	.303*	-.162	.000	.399*	
Sig. (2-tailed)	.047	.801	.276	.464	.094	.119	.004		.006	.002	.108	1.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b9 Pearson Correlation	.099	.235*	.272*	-.015	.182	.087	.371**	.273*	1	.241*	.041	.412*	.508*	
Sig. (2-tailed)	.326	.019	.006	.884	.070	.390	.000	.006		.016	.686	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b10 Pearson Correlation	.076	.055	.016	-.014	.005	.132	.161	.303*	.241*	1	.057	-.014	.311*	
Sig. (2-tailed)	.451	.588	.878	.894	.959	.191	.109	.002	.016		.573	.887	.002	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b11 Pearson Correlation	.238*	.183	.203*	.248*	.238*	.259*	.202*	-.162	.041	.057	1	.168	.418*	
Sig. (2-tailed)	.017	.068	.043	.013	.017	.009	.044	.108	.686	.573		.096	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
b12 Pearson Correlation	.170	.084	.171	.056	.125	-.054	.487**	.000	.412**	-.014	.168	1	.398*	
Sig. (2-tailed)	.090	.406	.089	.579	.213	.594	.000	1.000	.000	.887	.096		.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Total Pearson Correlation	.575*	.510*	.512*	.599*	.660*	.617*	.616*	.399*	.508*	.311*	.418*	.398*	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000		
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

AR - RANIRY

Correlations

[Y] Minat Bertransaksi

Correlations																
	c1	c2	c3	c4	c5	c6	c7	c8	c9	c10	c11	c12	c13	c14	c15	Total
c1	1	.800**	.350**	.377**	.251*	.270**	.235*	.207*	.294**	.177	.265**	.130	.314**	.404**	.457**	.561**
Pearson Correlation		.000	.000	.005	.012	.007	.019	.038	.003	.079	.008	.197	.001	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c2		1	.279**	.166	.237*	.161	.060	.113	.156	.229*	.187	.222*	.355*	.317**	.525**	.495**
Pearson Correlation		.000	.005	.099	.018	.110	.553	.261	.121	.022	.063	.026	.000	.001	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c3			1	.250*	.211*	.300**	.223*	.275*	.254*	.087	-.044	.142	.316*	.315**	.305**	.456**
Pearson Correlation		.000	.005	.012	.035	.002	.026	.006	.011	.390	.667	.160	.001	.001	.001	.002
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c4				1	.999**	.300	.536**	.222*	.318*	.357*	.106	.189	.294*	.436*	.113	.560**
Pearson Correlation		.005	.099	.012	.000	.002	.000	.023	.001	.000	.295	.059	.003	.000	.263	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c5					1	.468**	.342**	.291**	.359**	.223*	.296*	.322**	.405**	.398**	.116	.610**
Pearson Correlation		.012	.018	.035	.000	.000	.001	.003	.000	.025	.003	.001	.000	.000	.254	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c6						1	.340**	.429**	.306**	.219*	.201*	.383*	.523*	.365**	.214	.623**
Pearson Correlation		.007	.110	.002	.002	.000	.001	.000	.002	.029	.045	.000	.000	.000	.032	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c7							1	.369**	.513**	.487**	.464**	.352*	.410*	.544**	.216	.686**
Pearson Correlation		.019	.553	.026	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.031
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c8								1	.393**	.195	.242*	.120	.406*	.369**	.134	.525**
Pearson Correlation		.038	.261	.006	.022	.003	.000	.000	.000	.052	.015	.233	.000	.000	.185	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c9									1	.344**	.373**	.219*	.277*	.526**	.335*	.628**
Pearson Correlation		.003	.121	.011	.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.029	.005	.000	.001	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c10										1	.634**	.327**	.313*	.345**	.328**	.591**
Pearson Correlation		.177	.229*	.087	.357**	.223*	.219*	.487**	.195	.344**	.000	.001	.002	.000	.001	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c11											1	.373**	.266*	.394**	.239*	.562**
Pearson Correlation		.265*	.187*	.044	.105	.296**	.201**	.464**	.242*	.373**	.634**	.000	.000	.007	.000	.032
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c12												1	.446**	.271**	.335*	.563**
Pearson Correlation		.130	.222*	.142	.189	.322**	.383**	.352**	.120	.219*	.327**	.373**	.000	.000	.006	.001
Sig. (2-tailed)		.197	.026	.160	.059	.001	.000	.000	.233	.029	.001	.000	.000	.000	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c13													1	.529**	.334*	.703**
Pearson Correlation		.314*	.355*	.316*	.294*	.405**	.523**	.410*	.406*	.277*	.313*	.266*	.446*	.000	.001	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c14														1	.478*	.762**
Pearson Correlation		.404*	.317*	.315*	.436*	.388**	.365**	.544**	.368*	.526*	.345*	.384*	.271*	.529*	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
c15															1	.573**
Pearson Correlation		.457**	.525**	.305*	.113	.115	.214*	.216*	.134	.235*	.328**	.229*	.335*	.334*	.478**	.000
Sig. (2-tailed)		.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total																1
Pearson Correlation		.561**	.495**	.456**	.560**	.610**	.623**	.686**	.525**	.628**	.591**	.562**	.563**	.703**	.762**	.573**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Reliability

[X1] Kemudahan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,657	,672	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
a1	4,0900	,97540	100
a2	4,1900	,96080	100
a3	4,2000	,97442	100
a4	4,0600	1,03299	100
a5	4,1400	1,06382	100
a6	4,2400	,91143	100
a7	4,2000	,92113	100
a8	4,4900	,62757	100
a9	3,9400	1,09931	100
a10	3,5300	1,25895	100
a11	4,1700	,85345	100
a12	4,0600	,94088	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.109	3.530	4.490	.960	1.272	.051	12
Item Variances	.959	.394	1.585	1.191	4.024	.082	12
Inter-Item Covariances	.132	-.269	.871	1.140	-3.235	.044	12
Inter-Item Correlations	.146	-.237	.629	.866	-2.654	.040	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	45.2200	24.133	.398	.408	.619
a2	45.1200	24.975	.313	.321	.634
a3	45.1100	24.180	.394	.264	.620
a4	45.2500	24.129	.365	.380	.624
a5	45.1700	23.920	.370	.329	.623
a6	45.0700	25.116	.324	.325	.633
a7	45.1100	24.766	.359	.292	.627
a8	44.8200	26.472	.315	.264	.638
a9	45.3700	26.902	.069	.493	.679
a10	45.7800	25.244	.164	.546	.668
a11	45.1400	25.758	.279	.325	.640
a12	45.2500	24.937	.328	.285	.632

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
49.3100	28.903	5.37614	12

Reliability

[X2] Kepuasan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.745	.743	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	4.1500	.95743	100
b2	4.1500	.88048	100
b3	4.0600	.91916	100
b4	3.9400	1.06192	100
b5	3.9700	.99955	100
b6	4.1300	.86053	100
b7	4.2400	.74019	100
b8	4.0000	.89893	100
b9	4.1000	.90453	100
b10	4.1400	.81674	100
b11	4.3200	.76383	100
b12	4.2800	.79239	100

Summary Item Statistics

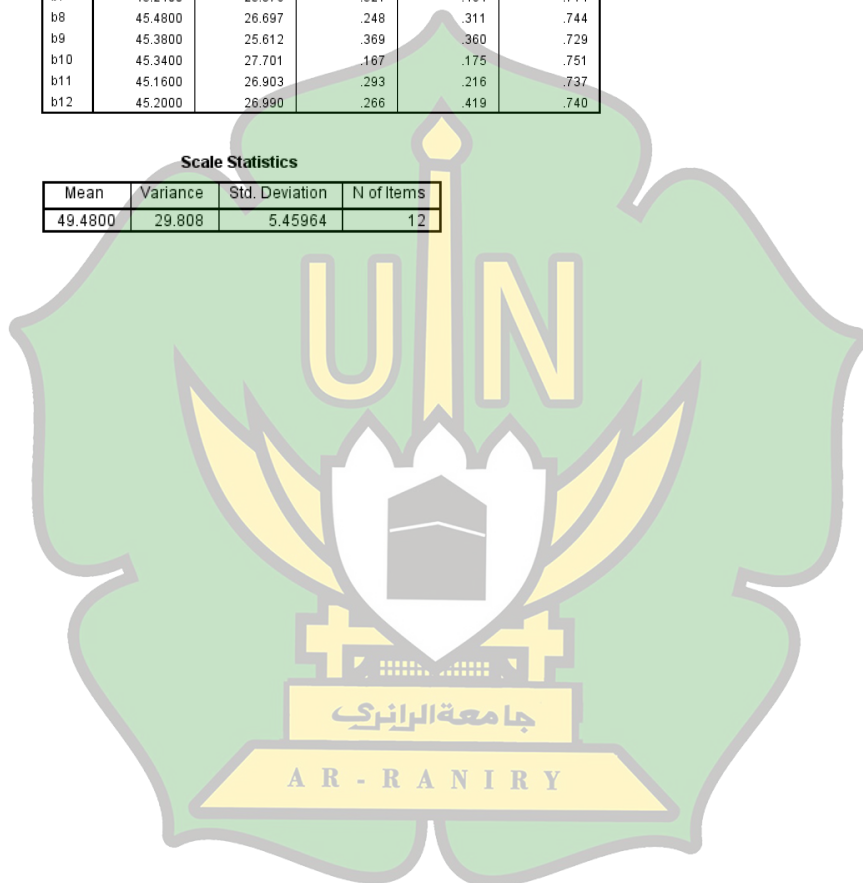
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.123	3.940	4.320	.380	1.096	.014	12
Item Variances	.788	.548	1.128	.580	2.058	.029	12
Inter-Item Covariances	.154	-.111	.534	.645	-4.802	.015	12
Inter-Item Correlations	.194	-.162	.539	.701	-3.332	.020	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	45.3300	24.708	.439	.294	.720
b2	45.3300	25.678	.376	.221	.728
b3	45.4200	25.519	.371	.214	.729
b4	45.5400	23.988	.451	.425	.718
b5	45.5100	23.606	.536	.421	.706
b6	45.3500	24.755	.504	.438	.713
b7	45.2400	25.376	.521	.464	.714
b8	45.4800	26.697	.248	.311	.744
b9	45.3800	25.612	.369	.360	.729
b10	45.3400	27.701	.167	.175	.751
b11	45.1600	26.903	.293	.216	.737
b12	45.2000	26.990	.266	.419	.740

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
49.4800	29.808	5.45964	12



Reliability

[Y] Minat Bertransaksi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.868	.869	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c1	4.3700	.67652	100
c2	4.3700	.63014	100
c3	4.2800	.66788	100
c4	4.1400	.85304	100
c5	3.8000	.97442	100
c6	4.0600	.87409	100
c7	4.1400	.75237	100
c8	4.1300	.73382	100
c9	4.2200	.70467	100
c10	4.1200	.80754	100
c11	4.1200	.81995	100
c12	3.9600	.97359	100
c13	4.1000	.87039	100
c14	3.9000	1.09637	100
c15	4.1600	.91806	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.125	3.800	4.370	.570	1.150	.025	15
Item Variances	.695	.397	1.202	.805	3.027	.051	15
Inter-Item Covariances	.212	-.024	.505	.529	-21.186	.011	15
Inter-Item Correlations	.307	-.044	.634	.678	-14.565	.015	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c1	57.5000	49.828	.494	.511	.862
c2	57.5000	50.778	.426	.516	.864
c3	57.5900	50.931	.380	.286	.866
c4	57.7300	48.644	.473	.502	.862
c5	58.0700	47.136	.517	.396	.861
c6	57.8100	47.691	.542	.436	.859
c7	57.7300	47.916	.626	.583	.856
c8	57.7400	49.831	.447	.341	.863
c9	57.6500	48.937	.565	.432	.859
c10	57.7500	48.573	.513	.567	.860
c11	57.7500	48.836	.479	.619	.862
c12	57.9100	47.820	.463	.396	.864
c13	57.7700	46.684	.636	.521	.854
c14	57.9700	43.807	.689	.584	.850
c15	57.7100	48.046	.480	.515	.862

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
61.8700	55.003	7.41641	15

Regression

[X1, X2] Minat Bertransaksi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Bertransaksi	61.8700	7.41641	100
Kemudahan	49.310	5.3761	100
Kepuasan	49.4800	5.45964	100

Correlations

		Minat Bertransaksi	Kemudahan	Kepuasan
Pearson Correlation	Minat Bertransaksi	1.000	.422	.430
	Kemudahan	.422	1.000	.628
	Kepuasan	.430	.628	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Bertransaksi	.	.000	.000
	Kemudahan	.000	.	.000
	Kepuasan	.000	.000	.
N	Minat Bertransaksi	100	100	100
	Kemudahan	100	100	100
	Kepuasan	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan, Kemudahan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.472 ^a	.223	.207	6.60441	1.499

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1214.347	2	607.173	13.920	.000 ^b
	Residual	4230.963	97	43.618		
	Total	5445.310	99			

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	26.496	6.741		3.931	.000		
	Kemudahan	.345	.159	.250	2.172	.032	.606	1.652
	Kepuasan	.372	.156	.274	2.378	.019	.606	1.652

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kemudahan	Kepuasan
1	1	2.989	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	21.588	1.00	.16	.21
	3	.004	26.139	.00	.84	.79

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	53.7617	69.4619	61.8700	3.50230	100
Std. Predicted Value	-2.315	2.168	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.663	2.537	1.087	.358	100
Adjusted Predicted Value	54.1352	69.1234	61.8562	3.49522	100
Residual	-17.46436	17.83306	.00000	6.53735	100
Std. Residual	-2.644	2.700	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.732	2.769	.001	1.009	100
Deleted Residual	-18.63762	18.75539	.01383	6.79716	100
Stud. Deleted Residual	-2.829	2.871	.002	1.023	100
Mahal. Distance	.008	13.620	1.980	2.179	100
Cook's Distance	.000	.167	.013	.027	100
Centered Leverage Value	.000	.138	.020	.022	100

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

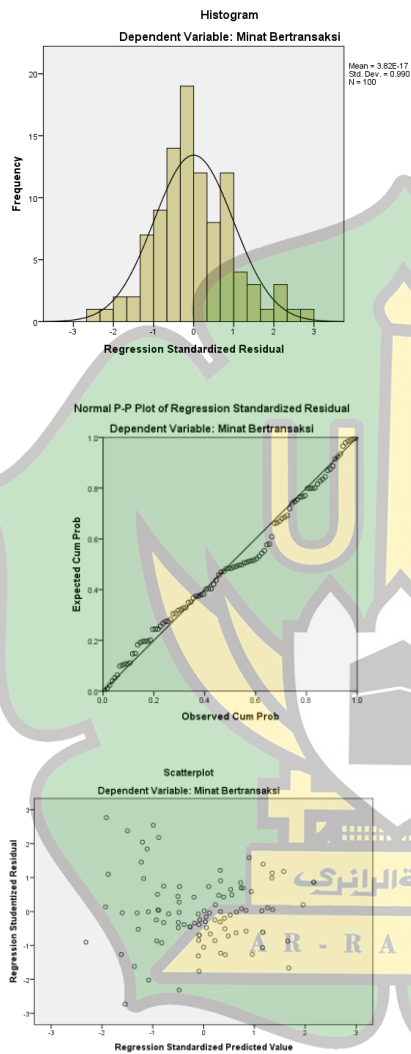
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.53735436
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.052
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Charts



Lampiran 4: Daftar Distribusi r Tabel

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1
2	0,9	0,95	0,98	0,99	0,999
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,847
10	0,4973	0,576	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,801
12	0,4575	0,5324	0,612	0,6614	0,78
13	0,4409	0,514	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,588
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,579
28	0,3061	0,361	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,355	0,4158	0,4556	0,562

30	0,296	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,344	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,381	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,376	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,316	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,312	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,495
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,294	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,342	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,361	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,428
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,421
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,411
60	0,2108	0,25	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,248	0,2925	0,3223	0,4048

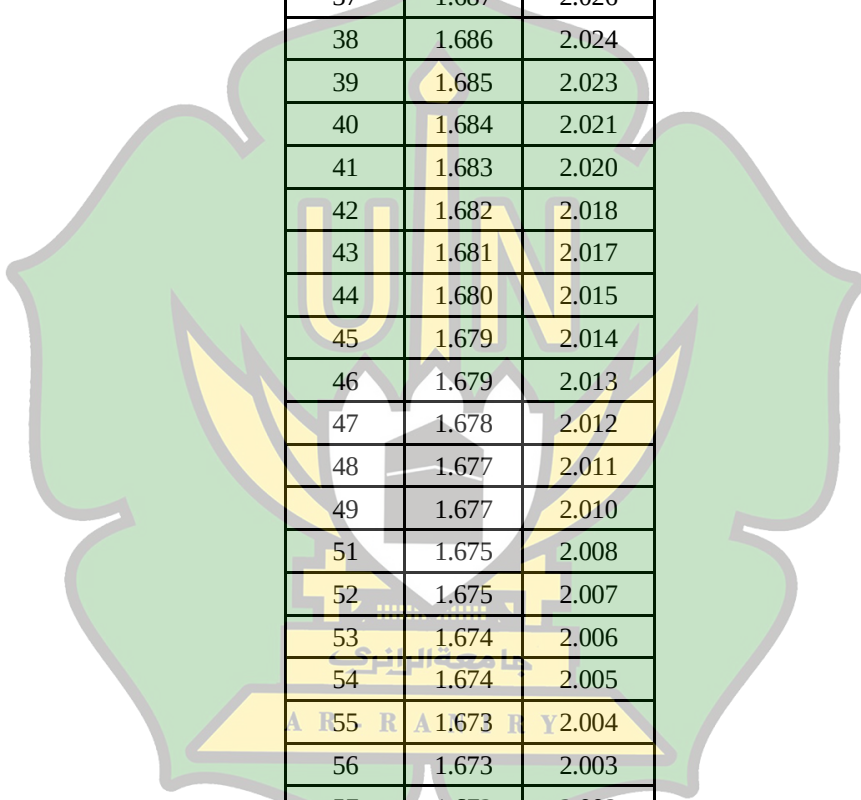
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,288	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,315	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,306	0,385
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,194	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,27	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,263	0,29	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,283	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,255	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,252	0,278	0,3507
84	0,1786	0,212	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,343
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,205	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323

94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,168	0,1996	0,2359	0,2604	0,329
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,254	0,3211



Lampiran 5: Daftar Distribusi t tabel

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042



31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.013
47	1.678	2.012
48	1.677	2.011
49	1.677	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998

64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.994
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
81	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985

96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984



Lampiran 6: Daftar Distribusi F tabel

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278

30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092

63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037

96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032



Lampiran 7: Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP

Nama : Rinaldy Pratama
NIM : 210603095
Tempat/ Tgl. Lahir : Meulaboh, 14 Desember 2003
Status : Belum Menikah
Alamat : Desa Seneubok, Kec. Johan Pahlawan, Kab.
Aceh Barat
No. Hp : 0812 6931 5941
Email : rinaldy.pratama1409@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. Mis Nurul Falah : 2009-2015
2. MTsN 3 Aceh Barat : 2015-2018
3. SMAN 1 Meulaboh : 2018-2021
4. FEBI UIN Ar-Raniry Aceh : 2021-Sekarang

Data Orang Tua

Nama Ayah : Rasyidin. A
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Nopy Orizae Sativa
Pekerjaan : PNS
Alamat Orang tua : Desa Seneubok, Kec. Johan Pahlawan, Kab.
Aceh Barat.