

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERTRANSAKSI PADA AGEN
BSI SMART (STUDI PADA MASYARAKAT KECAMATAN
TAMIANG HULU)**



Disusun Oleh:

DWI PRATIWI

NIM: 220603021

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dwi Pratiwi

NIM : 220603021

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 mempertanggungjawabkan.*
- 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 bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya 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 sesungguhnya.

Banda Aceh, 6 April 2026

Yang Menyatakan


Dwi Pratiwi)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Keputusan
Bertransaksi Pada Agen BSI Smart
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu)

Disusun Oleh:

Dwi Pratiwi
NIM: 220603021

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

Pembimbing II


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A


Dr. Evy Iskandar, SE., M. Si, AK, CA, CP

NIP. 198310282015031001

NIP. 196902242025211001

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Dr. Nevi Hasnita, M. Ag.

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu)**

Dwi Pratiwi
NIM: 220603021

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: Selasa, 12 Mei 2026
25, Dzulqaidah 1447 H


Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001


Dr. Evy Iskandar, SE., M. Si, AK, CA., CPA
NIP. 196902242025211001

Penguji 1

Penguji 2


Yulindawati, S.E., M.M
NIP:197907132014112002


Dara Amanatillah, M.Sc. Fin.
NIP:198702222023212041

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Prof. Dr. Hafas Fulqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dwi Pratiwi
NIM : 220603021
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 220603021@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 Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu)

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 :

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Dwi Pratiwi
220603021

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Evy Iskandar, SE., M. Si, AK, CA., CPA
NIP. 196902242025211001

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu)”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu upaya dalam menyampaikan dan mengamalkan sunah beliau melalui pengembangan khazanah ilmu pengetahuan. Penyusunan skripsi ini dilalui dengan berbagai proses dan tantangan, sehingga tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan kontribusi, baik dalam lingkup akademik maupun non akademik.

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku ketua dan 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. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku pembimbing I dan Dr. Evy Iskandar, SE., M. Si, AK, CA., CPA selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Ismail Nura, M.E. selaku Pembimbing Akademik (PA), serta seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh.

6. Seluruh masyarakat Tamiang hulu yang sudah membantu penulis dalam pengisian kuesioner, sehingga data penelitian ini bisa terkumpul dengan baik.
7. Ayah dan ibu tercinta terima kasih untuk seluruh cinta dan sayang yang tak pernah habis, untuk semua pengorbanan yang diberikan dalam setiap langkah penulis dari kecil sampai pada titik ini, untuk semua doa yang dilangitkan, untuk semua hal yang selalu di usahakan, dan untuk semua bentuk dukungan yang diberikan, semoga ayah ibu selalu sehat, diberikan umur panjang agar bisa melihat dan menemani setiap langkah penulis dalam tumbuh dan terus berkembang, semoga selalu di kelilingi kebahagiaan dan selalu diberi ketenangan dan rezeki yang melimpah.
8. Mamak (nenek) serta seluruh keluarga besar termasuk abang dan keluarga lainnya, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, perhatian dan kasih sayang kepada penulis, terima kasih atas kehadiran dan kebersamaan yang selalu menguatkan penulis dalam setiap proses.
9. Sahabat-sahabat tercinta Angel, Nuran, Humer, Pua, Dara, Dg, Apdia Aura, Fadhil, Sherin, Izza, Liza, Wirda, Buyu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya sebagai balasan atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis mengucapkan terima kasih

kepada seluruh pihak yang telah membantu, serta berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 12 Mei 2026



Penulis

Dwi Pratiwi

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 | Ṭ |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Ẓ |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ' |
| 4 | ث | Ṣ | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | Ḥ | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ẓ | 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 | Ṣ | 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 |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| َ ي | <i>Fathah</i> dan ya | Ai |
| َ و | <i>Fathah</i> dan wau | Au |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

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 |
|------------------|--|-----------------|
| اَ / اِي | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā |
| اِ | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i> | Ī |
| اُ | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i> | Ū |

Contoh:

| | | |
|---------|---|---------------|
| قَالَ | : | <i>qāla</i> |
| رَمَى | : | <i>ramā</i> |
| قِيلَ | : | <i>qīla</i> |
| يُقُولُ | : | <i>yaqūlu</i> |

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. 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 : *Raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

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

طَلْحَةَ : *Talḥah*

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. A R - R A N I R Y
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Dwi Pratiwi
NIM : 220603021
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh kualitas layanan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu)"
Pembimbing I : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
Pembimbing II : Dr. Evy Iskandar, SE.,M. Si, Ak, CA., CPA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan transaksi pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan masyarakat pengguna layanan agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada agen BSI Smart di Tamiang Hulu. kualitas layanan mempengaruhi keputusan bertransaksi sebesar 40,2 % dengan keandalan (*reliability*) sebagai pengaruh terbesar dan kepuasan mempengaruhi sebesar 36,8% dengan kesesuaian harapan terhadap layanan yang didapatkan sebagai pengaruh terbesar terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada agen BSI Smart di Tamiang Hulu. Keputusan masyarakat untuk melakukan transaksi pada agen BSI Smart di pengaruhi oleh kualitas layanan dan kepuasan sebesar 54,6% dan 45,4% sisanya di pengaruhi oleh faktor-faktor lainya di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan, Keputusan Bertransaksi, Agen BSI Smart.*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN | xi |
| ABSTRAK | xv |
| DAFTAR ISI | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xx |
| DAFTARLAMPIRAN | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 13 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 14 |
| 1.5 Sistematika pembahasan..... | 16 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 18 |
| 2.1 Bank Syariah..... | 18 |
| 2.1.1 Pengertian bank syariah..... | 18 |
| 2.1.2 Peran dan fungsi bank syariah..... | 19 |
| 2.1.3 Produk dan layanan bank syariah..... | 20 |
| 2.2 Usaha jasa keagenan..... | 27 |
| 2.2.1 Pengertian usaha keagenan..... | 27 |
| 2.2.2 Peran usaha keagenan..... | 28 |
| 2.2.3 Jenis usaha keagenan..... | 29 |
| 2.3 Keputusan bertransaksi..... | 31 |
| 2.3.1 Pengertian keputusan bertransaksi..... | 31 |
| 2.3.3 Tujuan Memahami Keputusan bertransaksi..... | 33 |
| 2.3.5 Faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi..... | 35 |
| 2.3.6 Indikator Keputusan Bertransaksi..... | 37 |
| 2.4 Kualitas layanan..... | 39 |
| 2.4.1 Pengertian kualitas layanan..... | 39 |
| 2.4.2 Tujuan kualitas layanan pada bank syariah..... | 40 |
| 2.4.4 Indikator kualitas layanan..... | 42 |
| 2.5 Kepuasan nasabah..... | 43 |
| 2.5.1 Pengertian kepuasan nasabah..... | 43 |

| | |
|--|-----------|
| 2.5.3 Tujuan kepuasan nasabah..... | 45 |
| 2.6 Penelitian terdahulu | 48 |
| 2.7 Kerangka Pemikiran | 54 |
| 2.7.1 Pengaruh antar variabel penelitian | 54 |
| 2.7.2 Model kerangka berpikir | 56 |
| 2.8 Hipotesis | 57 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 58 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 58 |
| 3.2 Lokasi Penelitian..... | 58 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 59 |
| 3.4 Sumber Data | 61 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 61 |
| 3.6 Variabel Penelitian..... | 62 |
| 3.7 Uji instrumen | 63 |
| 3.7.1 Uji validitas | 63 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas..... | 64 |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik..... | 64 |
| 3.8.1 Uji Normalitas | 64 |
| 3.8.2 Uji Multikolinearitas | 65 |
| 3.8.3 Uji Heteroskedasitas..... | 65 |
| 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 66 |
| 3.10 Pengujian Hipotesis..... | 66 |
| 3.10.1 Uji t (Parsial)..... | 67 |
| 3.10.2 Uji F (Simultan)..... | 67 |
| 3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 68 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 69 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 69 |
| 4.1.1 Profil Kecamatan Tamiang Hulu Kabupaten Aceh Tamiang..... | 69 |
| 4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia..... | 70 |
| 4.1.3 BSI Smart | 72 |
| 4.2 Karakteristik Dan Tanggapan Responden | 75 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden | 75 |
| 4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 76 |
| 4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Desa Tempat Tinggal | 78 |

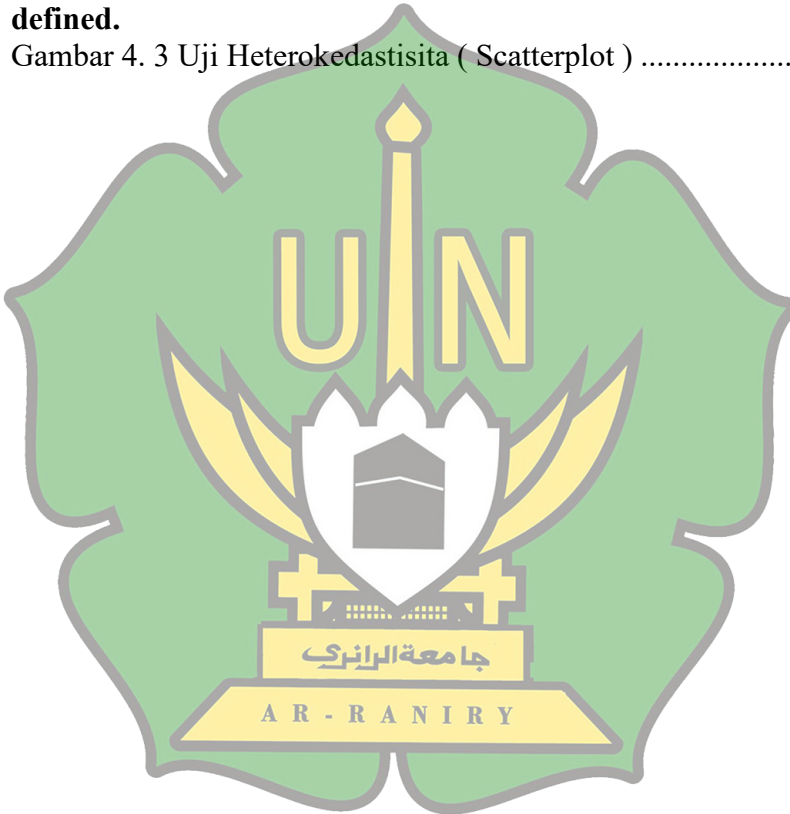
| | |
|--|-----|
| 4.2.2 Tanggapan Responden | 81 |
| 4.2.2.1 Tanggapan Variabel Kualitas Layanan | 81 |
| 4.3 Hasil Uji Instrumen..... | 86 |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas..... | 86 |
| 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas | 88 |
| 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik | 89 |
| 4.4.1 Hasil Uji Normalitas..... | 89 |
| 4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas | 91 |
| 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 92 |
| 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis | 94 |
| 4.6.1 Hasil Uji T (Parsial) | 94 |
| 4.6.2 Hasil Uji F (Simultan)..... | 96 |
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 97 |
| 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian | 98 |
| 4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Masyarakat Bertransaksi Pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu..... | 98 |
| 4.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Secara Simultan Terhadap Keputusan Masyarakat Bertransaksi Pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu. | 102 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 104 |
| 5.1 Kesimpulan | 104 |
| 5.2 Saran | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | 106 |
| LAMPIRAN | 113 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 148 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya..... | 52 |
| Tabel 3. 1 Instrumen skala likert | 62 |
| Tabel 3. 2 Operasional Variabel..... | 63 |
| Tabel 4. 1 Jumlah Outlet Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu tahun 2025 | 74 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .. | 76 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 77 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah pengalaman bertransaksi..... | 78 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... | 78 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .. | 80 |
| Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 81 |
| Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan | 82 |
| Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan | 83 |
| Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Bertransaksi | 85 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan | 86 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kepuasan | 87 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Bertransaksi..... | 88 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas..... | 89 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas | 90 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas | 91 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 93 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji T (Parsial)..... | 95 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji F (Simultan) | 96 |
| Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 97 |

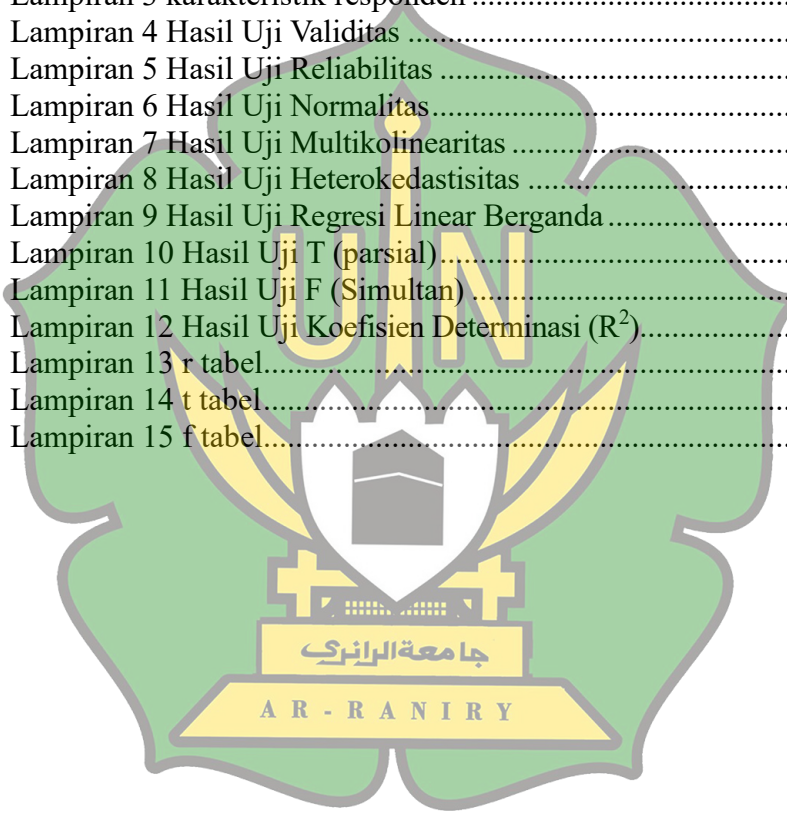
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Agen BSI Smart Tamiang Hulu..... | 5 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Model Penelitian..... | 56 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas (Histogram) | 90 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot) .. Error! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4. 3 Uji Heterokedastisita (Scatterplot) | 92 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Angket Penelitian | 113 |
| Lampiran 2 Jawaban Responden | 118 |
| Lampiran 3 karakteristik responden | 127 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas | 129 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas | 135 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas | 136 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas | 137 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas | 138 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 138 |
| Lampiran 10 Hasil Uji T (parsial) | 138 |
| Lampiran 11 Hasil Uji F (Simultan) | 139 |
| Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 139 |
| Lampiran 13 r tabel | 140 |
| Lampiran 14 t tabel | 142 |
| Lampiran 15 f tabel | 145 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini terjadi sangat pesat dan membawa perubahan pada sektor industri perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari persaingan bisnis pada sektor industri perbankan syariah yang semakin ketat. Persaingan menuntut industri perbankan syariah agar bekerja lebih efisien dan efektif untuk menjaga keberlangsungan operasional perusahaan. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (UU No. 21 Tahun 2008). Bank syariah merupakan Lembaga yang dijadikan sebagai perantara dalam menjalankan operasional menghimpun dan menyalurkan dana kepada Masyarakat dengan tidak bertentangan terhadap aturan Allah, dan menggunakan sistem bagi hasil sebagai pengambilan imbalan yang sesuai dengan prinsip syariah (Hutagalung, 2021). salah satu contoh bank syariah yang berdiri dan beroperasi di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Bank syariah Indonesia merupakan lembaga keuangan yang hadir sejak 1 Februari 2021 sebagai respons terhadap kemajuan industri keuangan, serta sebagai salah satu alternatif sistem keuangan nasional berbasis syariah. Dengan mengusung prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya, seperti keadilan, kemitraan, dan transparansi. Bank syariah Indonesia merupakan bank yang

terbentuk dari hasil penggabungan tiga bank yaitu, Bank Mandiri Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) (Bank Syariah Indonesia, 2021). Penggabungan ini bertujuan untuk memperkuat posisi industri perbankan syariah di Indonesia. Memiliki fungsi utama sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat, Bank Syariah Indonesia juga berperan penting dalam mendorong inklusi keuangan dengan menyediakan berbagai produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia tidak hanya berfokus pada aspek profitabilitas, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi umat serta pembangunan yang berkelanjutan.

Bank Syariah Indonesia menerapkan sistem layanan keagenan dalam rangka memperluas jangkauan layanan keuangan kepada masyarakat, khususnya masyarakat di daerah yang belum terdapat kantor cabang Bank Syariah Indonesia. Keagenan merupakan model pelayanan yang melibatkan masyarakat sebagai mitra yang bertugas untuk melayani masyarakat yang ingin melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang resmi Bank Syariah Indonesia (BSI, 2025). Agen bertindak sebagai penyedia layanan secara teknis juga penghubung antara masyarakat dan bank. Cara ini menjadi solusi yang efektif dalam mengatasi keterbatasan akses dan memperkuat inklusi keuangan terutama di daerah pedesaan terpencil. Karena tujuan utama dari agen adalah sebagai perpanjangan tangan dalam memberikan layanan perbankan

khususnya kepada masyarakat yang belum terlayani secara administratif (Ratnasari, 2023).

Melalui konsep keagenan bank dapat memberikan layanan keuangan secara menyeluruh dan efisien kepada masyarakat tanpa perlu membangun kantor cabang baru yang pasti membutuhkan biaya yang besar. Keberadaan agen menciptakan peluang usaha bagi masyarakat lokal dan turut mendorong pelaku usaha kecil yang menjadi bagian dari sistem pelayanan keagenan. Oleh karena itu keberhasilan dari sistem keagenan ini sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan dan integritas seorang agen. Agen yang memiliki etika yang baik dalam memberikan pelayanan akan menumbuhkan rasa kepercayaan pada masyarakat, memberikan rasa puas, serta menciptakan loyalitas pada masyarakat terhadap layanan yang diberikan agen, karena agen memiliki peran penting dalam mempertahankan dan juga meningkatkan pasar yang sudah ada dengan memberikan pelayanan terbaiknya (Fauzan, 2020).

Bank Syariah Indonesia membentuk dan mengembangkan layanan BSI Smart sebagai bentuk implementasi nyata dari sistem keagenan, dan juga sebagai bentuk komitmen kepada masyarakat dalam mengoptimalkan layanan yang diberikan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. BSI Smart merupakan sebuah inovasi unggulan dari Bank Syariah Indonesia yang berperan sebagai perwakilan resmi bank dalam menghadirkan layanan perbankan syariah secara digital, khususnya di wilayah pedesaan

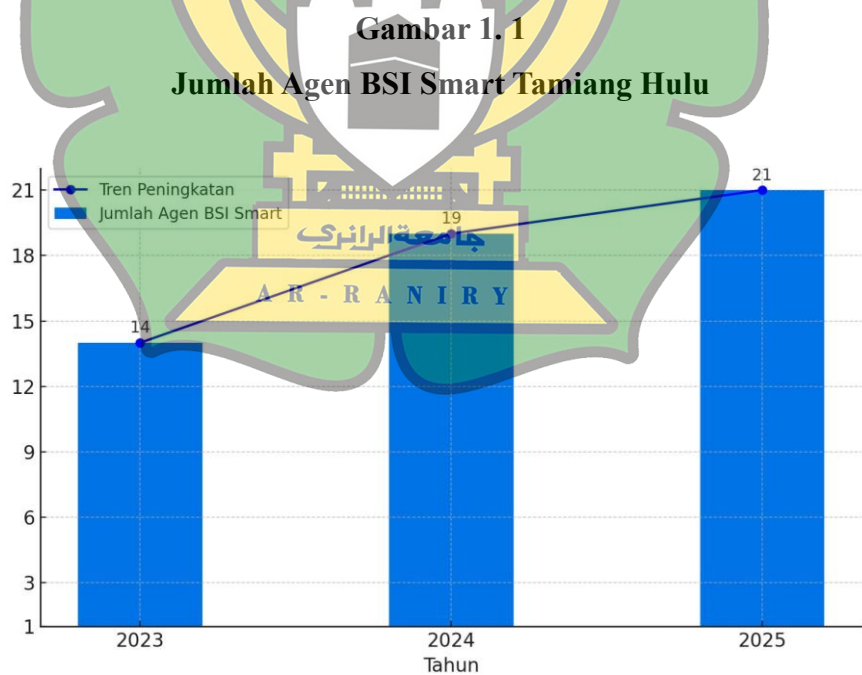
yang selama ini sulit dijangkau oleh kantor cabang (Salsabila et al., 2024). Melalui agen ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai jenis transaksi keuangan, seperti melakukan setor tunai, tarik tunai, transfer dana, hingga pembayaran tagihan, tanpa perlu repot mengunjungi kantor cabang Bank Syariah Indonesia secara langsung.

Agen BSI Smart berperan penting dalam meningkatkan pemahaman keuangan di kalangan masyarakat. Mereka tidak hanya memberikan layanan transaksi, tetapi juga menjadi sumber edukasi dan informasi mengenai layanan keuangan syariah. Dengan latar belakang sosial yang umumnya berasal dari komunitas setempat, agen memiliki hubungan emosional dan kemampuan komunikasi yang baik dengan masyarakat. Keberadaan agen BSI Smart pun lebih mudah diterima dan dianggap lebih terpercaya oleh masyarakat dibandingkan dengan pendekatan dari institusi formal yang cenderung kaku.

Pertumbuhan jumlah agen BSI Smart di Indonesia dari tahun ke tahun menjadi gambaran keberhasilan program ini dalam menjangkau masyarakat luas. Berdasarkan hasil laporan keberlanjutan PT Bank Syariah Indonesia Tbk tahun 2024, yang menunjukkan bahwa jumlah Agen BSI Smart dan jumlah transaksinya terus mengalami kenaikan dari 2022-2024. Pada tahun 2022 jumlah agen 57.973 dengan total transaksi sebanyak 15,5 juta dan total nilai transaksi 38,04 triliun, pada 2023 jumlah agen

sebanyak 86,200 dengan 19,6 juta total transaksi dan total nilai transaksi sebanyak 43,80 triliun, pada tahun 2024 total agen mencapai 119,295 dengan total transaksi 26,9 juta dan total nilai transaksi 59,02 triliun. Dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah agen, total transaksi, dan total nilai transaksi terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Fenomena yang sama juga terlihat di tingkat lokal seperti pada kecamatan Tamiang Hulu. Peningkatan ini menjadi bukti bahwa masyarakat Tamiang Hulu semakin mengandalkan layanan keuangan BSI Smart dalam memenuhi kebutuhan finansial sehari-hari mereka.



sumber: Hasil Observasi Peneliti (2025)

Gambar di atas dibuat berdasarkan hasil dari pengamatan dan penelusuran langsung yang dilakukan oleh peneliti mengenai perkembangan jumlah agen BSI Smart di kecamatan Tamiang Hulu. Menunjukkan bahwa jumlah agen BSI Smart pada kecamatan Tamiang hulu juga ikut mengalami peningkatan di setiap tahunnya, di mana dapat di lihat dari tahun 2023 jumlah agen BSI Smart sebanyak 14 agen, kemudian di tahun 2024 jumlah agen BSI Smart sebanyak 19 agen, dan di tahun 2025 jumlah agen BSI Smart menjadi 21 agen.

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti kepada beberapa masyarakat pengguna layanan agen BSI Smart di Tamiang Hulu, ditemukan sejumlah permasalahan yang terkadang terjadi dan mungkin dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam bertransaksi. Pertama, terdapat keluhan terkait keterbatasan operasional agen. Masyarakat menyatakan bahwa agen BSI Smart terkadang mengalami keterbatasan uang tunai. Hal ini menyebabkan masyarakat harus menunggu lama atau bahkan tidak dapat melakukan transaksi tarik tunai. Kedua, masalah terkait waktu operasional yang tidak konsisten. Beberapa agen BSI Smart tidak memiliki jam operasional yang tetap atau sering tutup tanpa pemberitahuan sebelumnya. Ketiga, permasalahan terkait ketika sistem sedang mengalami gangguan atau jaringan internet tidak stabil maka masyarakat tidak bisa melakukan transaksi. Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan nasabah terhadap layanan agen BSI Smart dengan kenyataan yang mereka terima. Kondisi ini tentunya

dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dan pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan agen BSI Smart.

Peningkatan Jumlah agen BSI Smart yang terjadi pada kecamatan Tamiang Hulu, kemungkinan juga disebabkan minimnya kantor cabang dan jauhnya jarak yang harus ditempuh untuk datang ke kantor cabang BSI yang ada. Tamiang Hulu hanya memiliki satu kantor cabang BSI di daerahnya yang terletak di kampung Perkebunan Pulau Tiga, sedangkan jarak kampung terjauh dengan kantor BSI yaitu 23 Km, tentu hal tersebut menjadi kendala bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi langsung di kantor cabang BSI, sehingga banyak dari masyarakat di Tamiang Hulu yang memutuskan bertransaksi di agen BSI Smart.

Perkembangan yang terjadi pada jumlah agen dan jumlah transaksi pada BSI Smart tidak dapat dilepaskan dari perilaku konsumen yang terus berubah mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Perubahan perilaku konsumen yang semakin rasional, kompleks dan berorientasi pada kualitas, karena perilaku konsumen dalam memilih layanan saat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti faktor psikologis, sosial, dan budaya. Menurut (Nugraha et al., 2021) perilaku konsumen melibatkan berbagai aspek seperti aspek psikologis, sosial dan juga budaya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor lain seperti persepsi, sikap, motivasi, serta pengaruh keluarga dan media juga membentuk pola konsumsi dari konsumen.

Dalam konteks ini, keputusan untuk melakukan transaksi menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Keputusan bertransaksi merupakan proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok, dalam pengambilan keputusan dan menentukan untuk melakukan kegiatan transaksi atau tidak. Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses dalam memilih beberapa alternatif pilihan yang artinya, ketika seseorang ingin melakukan transaksi maka ia harus memiliki beberapa alternatif pilihan yang kemudian seseorang tersebut memilih salah satunya (Khoiriyah & Putra, 2022). Keputusan nasabah dalam melakukan transaksi di industri perbankan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas layanan dan perasaan puas yang akan di dapatkan oleh nasabah.

Kualitas layanan berperan penting dalam memengaruhi keputusan bertransaksi nasabah, terutama di sektor perbankan yang produknya bersifat *intangible*. Layanan yang berkualitas menciptakan nilai tambah dan mendorong keputusan penggunaan kembali. Dalam agen BSI Smart, kemudahan akses, kecepatan, dan keramahan menjadi faktor yang membentuk persepsi positif nasabah. Hubungan antara kualitas layanan dan keputusan bertransaksi diperkuat melalui mekanisme kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang bagaimana kualitas layanan dan kepuasan mempengaruhi keputusan bertransaksi menjadi sangat penting bagi pengembangan strategi layanan agen BSI Smart. Identifikasi aspek-aspek kualitas layanan

yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan bertransaksi akan membantu manajemen BSI dan para agen dalam meningkatkan kinerja layanan mereka secara lebih efektif dan efisien.

Penelitian terbaru oleh (Setyawan & Rachmawati, 2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang selanjutnya berdampak pada niat nasabah untuk tetap menggunakan layanan (*customer retention intention*) dalam sektor perbankan digital di Indonesia. Karna dalam sebuah usaha mempertahankan nasabah yang puas lebih menguntungkan dibanding mencari nasabah baru (Kotler et al., 2022). Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan yang berorientasi pada kepuasan menjadi strategi utama untuk membangun loyalitas dan memperkuat keputusan bertransaksi nasabah.

Bank sebagai industri yang bergerak di bidang keuangan, merupakan perusahaan jasa yang harus memberikan kualitas pelayanan yang sempurna (Sri et al., 2022). Salah satu faktor kuat yang mempengaruhi dominasi persaingan suatu bank dengan bank lainya adalah kualitas pelayanannya, kualitas pelayanan ialah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan rasa puas kepada pelanggan karena mendapatkan pelayanan yang berkualitas (Majid, 2021). Apabila bank tidak mampu untuk memberikan pelayanan yang baik nasabah akan memutus ikatan dengan bank

tersebut dan pindah kepada perusahaan kompetitor yang memberikan pelayanan terbaik, suatu layanan dapat dikatakan berkualitas saat apa yang didapatkan nasabah melebihi dari yang diharapkannya, hal itu dapat diukur dengan membandingkan layanan yang benar-benar dirasakan nasabah atau biasa disebut dengan metode SERVQUAL (Fitriana., 2023), menurut Parasuraman dan tim terdapat lima dimensi dalam SERVQUAL yang dapat menentukan kualitas layanan yaitu: *reability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (nyata), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap). Karena nasabah yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas cenderung merasakan kepuasan.

Kepuasan nasabah merupakan persepsi bahwa harapan nasabah tersebut sudah terpenuhi, dan tingkat perasaan senang atau kecewa seorang nasabah terkait dengan harapannya terhadap suatu layanan dan produk. Menurut (Tjiptono, 2020) kepuasan nasabah adalah yang dirasakan oleh seseorang baik itu perasaan senang atau perasaan kecewa ketika seseorang tersebut membandingkan persepsinya terhadap suatu kinerja produk yang diterimanya. Jika kinerja produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya, jika kinerja produk atau layanan tidak memenuhi harapan, maka nasabah akan merasa kecewa, dan tingkat kepuasan sangat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu bank selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan melayani nasabah dengan sebaik-baiknya guna untuk memberikan

kepuasan yang maksimal kepada nasabah karena nasabah merupakan sumber utama dalam bisnis perbankan untuk terus berjalan dan mendapatkan keuntungan.

Pemilihan variabel kualitas layanan dan kepuasan sebagai faktor yang memengaruhi keputusan bertransaksi, dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kualitas layanan merupakan hasil perbandingan antara harapan nasabah dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima (Apriliana & Sukaris, 2022). Dalam konteks agen BSI Smart, aspek ini memiliki peran yang sangat penting karena layanan keagenan sangat bergantung pada kualitas interaksi antara agen dan nasabah. Sementara itu, kepuasan nasabah merupakan bentuk evaluasi setelah penggunaan layanan, yang muncul dari perbandingan antara ekspektasi nasabah dan pengalaman aktual yang mereka rasakan. Dalam dunia perbankan, kepuasan telah terbukti menjadi faktor penting dalam mempertahankan nasabah serta mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan bank (Harahap et al., 2018).

Penelitian mengenai kualitas layanan dan kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat telah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Namun masih terdapat beberapa perbedaan dari hasil penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya. Terutama terkait dengan tingkat pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan konsumen. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap keputusan masyarakat dalam

bertransaksi, khususnya melalui agen BSI Smart. Penelitian ini menjadi penting karena di Kecamatan Tamiang Hulu belum ditemukan kajian serupa yang secara khusus membahas pengaruh kedua variabel tersebut dalam konteks layanan keuangan berbasis keagenan. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya membahas keputusan bertransaksi dalam konteks toko ritel, pembiayaan konsumtif, maupun platform digital, bukan pada layanan perbankan berbasis keagenan seperti yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Oktaviar dkk (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam mendorong keputusan penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Ramadani dkk (2024) juga menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Master Cash & Credit. Penelitian serupa oleh Janwar (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamart Sukabumi. Juga penelitian oleh Susanti & Putra (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam transaksi keuangan.

Di sisi lain, tidak semua penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Maharani (2024) menemukan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian item digital dalam aplikasi game Free Fire. Begitu juga dengan Baihaky dkk (2022) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di usaha kuliner Tokkebi Snack

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut keputusan masyarakat untuk melakukan transaksi di Agen BSI Smart Tamiang Hulu. Apakah keputusan masyarakat untuk melakukan transaksi dikarenakan layanan yang berkualitas dan rasa puas yang di dapatkan, atau karena keterpaksaan yang disebabkan jauhnya jarak untuk datang ke kantor cabang BSI yang ada. Yang kemudian dituangkan dalam penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi kasus pada masyarakat Tamiang Hulu)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan menjawab beberapa pertanyaan pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu?
2. Bagaimana tingkat kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, dan tingkat kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca, baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. **Manfaat Teoritis** **جامعة الرانري**
Menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan dan tingkat kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat, khususnya dalam konteks perbankan syariah dan agen BSI Smart di Tamiang Hulu. Sebagai kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang layanan, pemasaran, serta perbankan syariah, khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan dan keputusan transaksi.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis:

Dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi di sektor perbankan syariah. Meningkatkan wawasan mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks agen BSI Smart.

b. Bagi Bank Syariah Indonesia

Memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bertransaksi pada agen BSI Smart. Menjadi dasar untuk peningkatan kualitas layanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah.

c. Bagi masyarakat:

Memberikan wawasan mengenai pentingnya kualitas layanan dan tingkat kepuasan dalam memilih dan bertransaksi pada agen BSI Smart. Membantu masyarakat dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam memilih layanan perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen Bank Syariah Indonesia dan lembaga yang mengatur perbankan syariah dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kualitas

layanan di agen BSI Smart. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa dijadikan pedoman dalam menyusun strategi pelayanan yang berfokus pada kepuasan nasabah serta peningkatan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu terciptanya kebijakan operasional yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan.

1.5 Sistematika pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka berikut ini disajikan sistematika penulisan sebagai berikut ini:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang memuat hal yang melatarbelakangi penulisan skripsi ini, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis

Menguraikan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Dari landasan teori dan penelitian terdahulu yang diterapkan di bab I maka didapat kerangka pemikiran konseptual. Di akhir bab ini terdapat hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini merupakan bab yang berisi metode yang dipakai untuk mendapatkan data dalam menjawab permasalahan yang

dimulai dari pendekatan masalah, sumber dan jenis data, prosedur pengumpulan data dan prosedur pengolahan data serta diakhiri dengan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memuat mengenai deskripsi data dari hasil penelitian serta analisis dan pembahasan dari data penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab penutup diuraikan mengenai kesimpulan atas hasil pembahasan analisis dari data penelitian, serta memberikan rekomendasi.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian bank syariah

Bank muamalat Indonesia yang didirikan pada tahun 1992 merupakan satu satunya bank umum di Indonesia yang menggunakan prinsip bagi hasil dalam melaksanakan kegiatan usaha dan merupakan pelopor bank syariah pertama di Indonesia. Menurut (UU No. 21 Tahun 2008) tentang perbankan syariah, bank syariah adalah badan usaha yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada Masyarakat dengan prinsip hukum Islam dalam menjalankan kegiatannya. Prinsip tersebut mengedepankan nilai keadilan, investasi halal juga melarang adanya *riba*, *gharar*, dan *maysir* dalam kegiatan ekonomi (Asmita, 2025). Sejak UU No. 21 tahun 2008 disahkan jumlah bank syariah di Indonesia semakin bertambah. Peraturan ini juga disambut baik oleh bank-bank konvensional yang turut ikut mendirikan unit usaha syariah di Indonesia.

Menurut (Agustin, 2021) bank syariah merupakan lembaga yang kegiatannya menghindari unsur riba dan hal-hal yang di larang lainnya, bank syariah juga beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam memberikan pelayanan penyimpanan dan pembiayaan serta menjadikan alquran dan hadis sebagai pedoman.

Bank syariah menurut (Hutagalung, 2021) merupakan lembaga yang dijadikan sebagai perantara dalam menjalankan

operasional menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dengan tidak bertentangan terhadap aturan Allah, dan menggunakan sistem bagi hasil sebagai pengambilan imbalan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan berlandaskan prinsip-prinsip syariat yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat secara merata dengan menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada Masyarakat, bank syariah dalam praktiknya menghindari unsur riba dengan menggunakan metode bagi hasil sebagai sistem pengambilan kompensasi (Azizah et al., 2021).

2.1.2 Peran dan fungsi bank syariah

Bank syariah memiliki peranan besar bagi perekonomian di Indonesia dengan tata kelola yang sesuai syariah dan penerapan prinsip kehati-hatian bank syariah mampu menjaga kestabilan perekonomian di Indonesia. Bank syariah memiliki efektivitas yang sangat baik dalam mempertahankan vitalitas dan kestabilan sistemnya, bahkan di tengah fluktuasi bisnis yang terjadi bank syariah tetap mampu dalam menghadapi segala risiko keuangan yang mengancam (Pratikto & Afiq, 2021). Bank syariah juga berperan aktif untuk mendorong inklusi keuangan dengan meningkatkan pemahaman Masyarakat terhadap keuangan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Salah satu strategi yang dilakukan oleh bank syariah adalah dengan menonjolkan produk-produk bebas riba yang disampaikan kepada Masyarakat melalui iklan, cara

tersebut efektif menarik minat Masyarakat untuk lebih mempercayai bank syariah dalam melakukan berbagai kegiatan keuangan (Risnawati & Fasa, 2023).

Bank syariah memberikan kontribusi sosial melalui pelayanan kepada masyarakat yang menggunakan nilai-nilai keislaman dan budaya organisasi yang sesuai prinsip syariah, selain itu fungsi pembiayaan dalam sistem bank syariah memiliki peran besar dalam menunjang pertumbuhan UMKM skema pembiayaan yang diberikan bank syariah mengurangi ketergantungan Masyarakat terhadap pinjaman liar yang membebankan bunga tinggi kepada Masyarakat, secara tidak langsung hal ini memperkuat fondasi perekonomian Masyarakat (Noviana et al., 2020). Dalam operasionalnya, bank syariah tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dari pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat (Absarihim, 2024).

2.1.3 Produk dan layanan bank syariah

Bank syariah memiliki beberapa produk dan jasa pelayanan yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam rangka mempermudah dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat. produk pada bank syariah dikelompokkan menjadi produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), dan produk pelayanan jasa. Produk-produk bank syariah menurut (Hasibuan & Nofianawati, 2021) yaitu;

1. Produk penghimpunan dana

Produk penghimpunan dana merupakan produk-produk yang digunakan oleh bank dalam menghimpun dana dari masyarakat, dibagi menjadi tiga jenis yaitu giro syariah, tabungan syariah, dan deposito syariah

a. Giro syariah

Tabungan atau simpanan yang biasanya digunakan oleh bisnis atau perusahaan dalam melakukan transaksi sehari-hari, yang penarikannya dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu debit dan transfer.

b. Tabungan syariah

Tabungan atau simpanan yang biasanya digunakan oleh orang pribadi dan dijalankan sesuai dengan syariah Islam, yang penarikannya dilakukan dengan menggunakan ATM, buku tabungan, dan kartu debit.

c. Deposito syariah

Simpanan berjangka yang dikelola oleh bank syariah berdasarkan prinsip Islam, dan tanpa bunga, yang penarikannya hanya bisa dilakukan pada saat jatuh tempo atau pada jangka waktu yang telah ditentukan.

2. Produk penyaluran dana

Produk penyaluran dana merupakan produk-produk yang digunakan oleh bank dalam menyalurkan dana kepada masyarakat.

a. Pembiayaan murabahah

Jual beli antara nasabah dan bank di mana bank membeli barang membelikan terlebih dahulu barang dibutuhkan oleh nasabah kemudian nasabah melunasi barang tersebut dengan mencicilnya ke bank dengan harga dan keuntungan yang disepakati.

b. Pembiayaan salam

Pembiayaan salam adalah jenis jual beli di mana nasabah membayar terlebih dahulu untuk barang yang ingin dibeli, kemudian bank membelikan barang yang diinginkan nasabah lalu menyerahkannya kepada nasabah.

c. Pembiayaan ishtishna

Jual beli dalam bentuk pemesanan yang belum ada atau harus dibuat terlebih dahulu di mana harga, spesifikasi, dan waktu disepakati di awal oleh nasabah dan bank

d. Pembiayaan ijarah

Sewa menyewa antara bank dan nasabah di mana bank sebagai pemilik objek sewa dan nasabah sebagai penyewa, dan bank mendapatkan imbalan dari objek yang disewakannya.

e. Pembiayaan Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT)

Sewa menyewa antara bank dan nasabah di mana bank sebagai pemilik objek sewa dan nasabah sebagai

penyewa, dengan opsi pemindahan kepemilikan pada saat yang sudah di sepakati.

f. Pembiayaan mudharabah

Kerja sama antara bank sebagai pemilik modal (*shahibul maal*) dan nasabah sebagai pengelola modal (*mudharib*) dengan pembagian keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang di sepakati di dalam kontrak, dan kerugian ditanggung oleh bank sebagai pemilik modal, selama bukan disebabkan oleh kelalaian pengelola modal.

g. Pembiayaan musyarakah

Kerja sama antara bank dan nasabah dengan menggabungkan modal yang dimiliki dengan membagi keuntungan sesuai modal yang diberikan, membagi tanggung jawab bersama, dan kerugian ditanggung bersama.

3. Produk pelayanan jasa

Produk pelayanan jasa merupakan semua jenis pelayanan yang diberikan oleh bank. Produk pelayanan jasa bank syariah merupakan layanan non pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah guna mempermudah transaksi keuangan nasabah.

a. Jasa transfer dan kliring

Layanan pemindahan dana antar rekening, contohnya jasa transfer antar rekening, dan kliring nasional (SKNBI).

b. Jasa penjaminan

Bank syariah memberikan jaminan kepada nasabah, bank menjamin kewajiban nasabah kepada pihak ketiga, contohnya bank garansi.

c. Jasa keagenan

Jasa dengan masyarakat sebagai perpanjangan tangan bank dalam memberikan layanan, contohnya BSI Smart yaitu layanan laku pandai milik Bank Syariah Indonesia

d. Jasa pembayaran

Bank syariah menyediakan jasa pembayaran seperti pembayaran listrik, air, pulsa, dan zakat melalui sistem elektronik.

e. Jasa penitipan barang berharga

Bank syariah memberikan jasa penitipan barang berharga melalui produk safe deposit box yang memungkinkan nasabah untuk menitipkan surat berharga, emas, dan dokumen penting lainnya.

f. Jasa penukaran valuta asing

Bank syariah memberikan jasa penukaran valuta asing dimana nasabah dapat melakukan penukaran mata uang asing sesuai dengan ketentuan syariah.

2.1.4 Akad-akad pada bank syariah

Akad adalah perjanjian yang dilakukan oleh dua orang pihak atau lebih, orang yang sudah melakukan akad berarti memiliki ikatan atau tanggung jawab dari masing-masing di antara mereka. Pada operasional perbankan syariah penggunaan akad umumnya dikelompokkan menjadi dua jenis akad yang menyesuaikan dengan kegiatan pada bank syariah, yaitu kelompok akad tolong menolong (*tabarru*) dan kelompok akad yang digunakan dalam mencari keuntungan (*tijarah*) (Ichsan, 2016).

1. Akad tolong menolong (*tabarru*)

Akad *tabarru* merupakan akad kebaikan yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, melainkan didasarkan pada prinsip tolong-menolong dengan mengharap balasan dari Allah SWT semata. Menurut (Karim, 2016), terdapat beberapa jenis akad yang termasuk dalam kategori ini. Pertama, akad *qard*, yaitu akad pinjam-meminjam tanpa adanya imbalan, di mana pihak pemberi pinjaman menyerahkan dana secara sukarela. Kedua, akad *rahn*, yaitu memberikan jaminan berupa barang berharga sebagai bentuk tanggungan utang tanpa unsur komersial. Ketiga, akad *hawalah*, yaitu pengalihan utang dari satu pihak kepada pihak lainnya. Keempat, akad *hibah*, yaitu pemberian barang secara sukarela dari satu pihak kepada pihak lain tanpa mengharapkan imbalan. Kelima, akad *wadiah*, yakni akad titipan yang diberikan tanpa mengharap imbalan atas jasa

penitipan tersebut. Selanjutnya adalah akad kafalah, yakni bentuk penjaminan atau tanggung jawab yang diberikan oleh seorang penjamin kepada pihak ketiga atas kewajiban pihak yang dijamin. Akad lainnya adalah akad waqf, yakni akad kebajikan di mana seseorang menyerahkan hartanya secara permanen untuk kepentingan umum dengan tujuan meraih pahala dari Allah SWT. Ada pula akad sedekah, yaitu pemberian kepada orang lain secara sukarela tanpa mengharapkan imbalan. Terakhir, akad hadiah merupakan pemberian yang bersifat sukarela sebagai bentuk kasih sayang atau penghargaan kepada pihak lain secara cuma-cuma.

2. Akad dalam mencari keuntungan (*tijarah*)

Akad *tijarah* adalah akad yang digunakan dalam tujuan mencari keuntungan atau *profit*, dalam akad *tijarah* dua pihak atau lebih sepakat untuk melakukan kegiatan transaksi atau kerja sama dengan tujuan mencari keuntungan. Menurut (Karim, 2016) akad-akad yang termasuk akad *tijarah* yaitu; Akad *Murabahah* jual beli yang dilakukan dengan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Kemudian akad *mudharabah* akad kerja sama antara pemilik modal dengan pengelola modal dalam menjalankan bisnis yang keuntungannya dibagi sesuai kesepakatan dan kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama itu bukan disebabkan oleh kelalaian pengelola modal.

Selanjutnya akad *musyarakah* akad kerja sama antara dua belah pihak atau lebih dan mereka sama-sama memberikan kontribusi sama, keuntungan dan kerugian dibagi sesuai porsi modal masing-masing. Lalu akad *al-bai* jual beli seperti yang dilakukan pada umumnya, yaitu jual beli barang dengan harga tertentu yang sudah disepakati. Berikutnya akad *salam* jual beli dengan melakukan pembayaran di awal dan barangnya diserahkan belakangan. Sementara itu akad *istishna* merupakan akad jual beli dengan cara melakukan terlebih dahulu barang atau jasa yang diinginkan dan harus dibuat terlebih dahulu, dengan pembayaran bisa dilakukan di awal, cicilan, atau setelah barang selesai dibuat. Adapun akad *ijarah* akad sewa menyewa barang atau jasa dengan pembayaran imbalan atas manfaat yang di ambil dari barang atau jasa yang disewakan tanpa adanya perpindahan kepemilikan. Dan yang terakhir akad *ijarah muntahiya bit-tamlik (IMBT)* yaitu akad sewa menyewa barang atau jasa yang di akhir masa sewa terjadi perpindahan kepemilikan barang.

2.2 Usaha jasa keagenan

2.2.1 Pengertian usaha keagenan

Usaha keagenan adalah sebuah usaha yang dijalankan oleh individu atau sebuah badan usaha yang biasa disebut dengan julukan agen dalam rangka menjadi perantara untuk menjual dan memasarkan produk berupa barang atau jasa milik pihak yang

diwakili atau prinsipal, dalam bergerak menjalankan tugasnya menjual dan memasarkan produk, agen tidak mengatasnamakan nama pribadi melainkan menggunakan nama prinsipal sebagai pemilik produk tersebut (Putera, 2014).

Keagenan adalah lembaga yang bergerak dalam aktivitas perdagangan dengan menyediakan layanan khusus yang mendukung proses penjualan dan penyaluran barang, tetapi tidak memiliki hak kepemilikan terhadap barang yang diperjual belikan (Octavia et al., 2017). Hubungan agen dan prinsipal yaitu, agen memperluas penyebaran produk berupa barang atau jasa milik prinsipal dan agen mendapatkan keuntungan dari jasa yang diberikannya. Untuk menjaga hubungan yang baik biasanya ada kontrak atau perjanjian tertulis yang dibuat untuk mengatur masing-masing hak dan kewajiban yang dimiliki agen dan juga prinsipal yang biasa disebut perjanjian keagenan, dengan adanya kontrak tersebut maka agen dan prinsipal dapat dikatakan terikat secara hukum (Diani & Kusuma, 2021).

2.2.2 Peran usaha keagenan

Memberikan manfaat kepada prinsipal sebagai pemilik usaha dan agen sebagai perantara merupakan peran penting dari usaha keagenan. Menurut (Maylani et al., 2023) beberapa peran penting dari usaha keagenan yaitu;

1. Meningkatkan Jumlah Nasabah

Agen berperan sebagai marketing dalam menjual dan memasarkan produk, hal itu sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

2. Memperluas jangkauan pasar

Agen bertindak sebagai perantara antara prinsipal dan juga konsumen, hal tersebut membuat prinsipal dapat memperluas jangkauan pasarnya tanpa perlu membangun infrastruktur sendiri, dengan adanya agen produk milik prinsipal lebih mudah di akses oleh konsumen.

2.2.3 Jenis usaha keagenan

Menurut (Octavia et al., 2017) terdapat beberapa jenis usaha keagenan yang umumnya digunakan dalam praktik bisnis yaitu:

1. Agen penunjang

Agen penunjang merupakan agen yang memiliki hubungan langsung dengan penjual dan pembeli, agen penunjang juga berperan dalam memindahkan barang dari penjual kepada pembeli. Peran utama agen penunjang ialah memberikan fasilitas dalam melakukan perpindahan barang dari pihak produsen atau distributor kepada konsumen akhir. Contoh dari agen penunjang antara lain agen ekspedisi seperti JNE dan J&T yang memiliki tanggung jawab dalam melakukan pengiriman barang dari penjual kepada pembeli.

2. Agen pelengkap

Agen pelengkap merupakan agen yang menjalankan fungsi tambahan atau pendukung dalam proses distribusi barang atau jasa. Meskipun tidak terlibat secara langsung dalam pemindahan fisik barang, agen pelengkap memiliki peran penting dalam memberikan layanan seperti konsultasi, penyediaan informasi, serta layanan keuangan. Contoh dari agen pelengkap meliputi agen asuransi yang memberikan informasi dan memasarkan produk asuransi kepada masyarakat, serta agen Laku Pandai yang melayani transaksi keuangan di daerah yang belum terjangkau layanan perbankan. Dalam konteks perbankan syariah, salah satu contoh nyata dari bentuk usaha keagenan yang termasuk dalam kategori agen pelengkap adalah Agen BSI Smart. BSI Smart merupakan sebuah inovasi unggulan dari Bank Syariah Indonesia yang berperan sebagai perwakilan resmi bank dalam menghadirkan layanan perbankan syariah secara digital, khususnya di wilayah pedesaan yang selama ini sulit dijangkau oleh kantor cabang (Salsabila et al., 2024). Melalui agen ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai jenis transaksi keuangan, seperti melakukan setor tunai, tarik tunai, transfer dana, hingga pembayaran tagihan, tanpa perlu repot mengunjungi kantor bank secara langsung.

2.2.3 Akad pada usaha keagenan

Dalam pelaksanaannya, hubungan antara perusahaan dengan usaha keagenan menggunakan akad wakalah bil ujah, di mana perusahaan sebagai pemberi kuasa (muwakkil) memberikan wewenang kepada usaha keagenan sebagai penerima kuasa (wakil) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu atas nama perusahaan, dan usaha keagenan mendapatkan imbalan berupa ujah (komisi) atas jasa yang telah diberikan (DSN-MUI, 2017).

2.3 Keputusan bertransaksi

2.3.1 Pengertian keputusan bertransaksi

Keputusan pembelian atau keputusan bertransaksi merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen ketika konsumen akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa (Kotler et al., 2022). Keputusan merupakan tindakan pemilihan di antara dua pilihan atau lebih. Esensi dari pengambilan keputusan oleh konsumen adalah proses yang menyatukan pengetahuan untuk menilai dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satunya (Amirullah, 2022). Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses dalam memilih beberapa alternatif pilihan yang artinya, ketika seorang nasabah ingin melakukan transaksi maka ia harus memiliki beberapa alternatif pilihan yang kemudian nasabah tersebut memilih salah satunya (Khoiriyah & Putra, 2022).

2.3.2 Perilaku konsumen terhadap keputusan bertransaksi

Perilaku konsumen adalah bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, memutuskan untuk membeli dan menggunakan suatu barang atau layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler et al., 2022). Keputusan bertransaksi yang dilakukan oleh konsumen tidak dapat dipisahkan dari perilaku konsumen itu sendiri, karena keputusan pembelian merupakan bagian dari keseluruhan aktivitas konsumen dalam memilih, mengevaluasi, dan membeli produk atau jasa yang dibutuhkan (Amirullah, 2022). Hal ini karena perilaku konsumen mencerminkan bagaimana individu dalam masyarakat membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya yang dimilikinya, baik dalam bentuk waktu, uang, maupun tenaga, untuk membeli dan mengonsumsi produk atau jasa yang tersedia di pasar (Jusuf & Munandar, 2021). Menurut (Saekoko et al., 2020) perilaku konsumen yaitu sesuatu yang memperlihatkan konsumen dalam mencari, memutuskan, membeli, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mencari kepuasan. Menurut (Nugraha et al., 2021) perilaku konsumen melibatkan berbagai aspek psikologis, sosial dan juga budaya yang mempengaruhi keputusan pembelian, faktor lain seperti persepsi, sikap, motivasi, serta pengaruh keluarga dan media membentuk pola konsumsi dari konsumen. Perilaku konsumen merupakan aktivitas konsumen untuk mendapatkan, mengonsumsi,

dan menghabiskan produk atau jasa, yang didahului dengan proses pengambilan keputusan.

2.3.3 Tujuan Memahami Keputusan bertransaksi

Tujuan dalam memahami keputusan bertransaksi mencakup beberapa aspek penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan strategi bisnis. Beberapa tujuan keputusan bertransaksi yaitu (Wulandari & Mulyanto, 2024):

1. Membantu perusahaan dalam memahami secara lebih mendalam kebutuhan, preferensi, serta perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa.
2. Membantu perusahaan dalam menyusun dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti melakukan segmentasi pasar, menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, serta menetapkan harga yang tepat.
3. Membantu perusahaan dalam mengoptimalkan rantai nilai bisnis, mulai dari proses produksi hingga distribusi, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara lebih efisien.
4. Perusahaan dapat meningkatkan mutu produk maupun kualitas layanan yang diberikan, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
5. Membantu perusahaan dalam mengenali serta meminimalkan berbagai risiko yang mungkin muncul dalam proses pengembangan maupun pemasaran produk atau jasa.

6. Informasi mengenai kebutuhan dan preferensi konsumen dapat dimanfaatkan sebagai sumber ide atau inspirasi dalam menciptakan inovasi produk baru maupun melakukan pengembangan terhadap produk yang sudah ada.

2.3.4 Tahapan pengambilan keputusan bertransaksi

Menurut (Kotler et al., 2022) terdapat 5 tahapan dalam pengambilan keputusan oleh konsumen adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah

Tahap awal ini terjadi ketika konsumen menyadari adanya ketidaksesuaian antara kondisi yang diinginkan dan kondisi aktual yang sedang dialami. Kesadaran ini memicu munculnya kebutuhan atau masalah yang harus diselesaikan, sehingga timbul dorongan untuk mencari produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Pencarian Informasi

Setelah menyadari adanya kebutuhan, konsumen mulai mencari informasi mengenai berbagai opsi produk/jasa yang bisa menjadi solusi. Pencarian ini dapat berasal dari sumber internal (ingatan pribadi, pengalaman masa lalu) maupun eksternal (media, iklan, testimoni, atau rekomendasi orang lain).

3. Evaluasi Alternatif

Dalam tahap ini, konsumen melakukan penilaian dan perbandingan terhadap beberapa pilihan yang tersedia. Penilaian dilakukan berdasarkan berbagai atribut penting

seperti harga, kualitas, fitur, merek, dan manfaat yang ditawarkan. Konsumen juga mempertimbangkan persepsi risiko serta nilai tambah dari masing-masing alternatif.

4. Keputusan Pembelian

Setelah mengevaluasi alternatif yang ada, konsumen mengambil keputusan untuk membeli satu produk atau jasa yang dianggap paling sesuai. Keputusan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional seperti ketersediaan produk, diskon atau promosi, serta pendapat orang-orang terdekat.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Tahap terakhir melibatkan penggunaan produk dan evaluasi terhadap hasil penggunaannya. Konsumen akan menilai apakah produk tersebut mampu memenuhi harapan dan kebutuhan awal. Jika puas, konsumen cenderung menjadi pelanggan setia atau memberikan rekomendasi; jika tidak puas, bisa timbul keluhan atau bahkan keputusan untuk tidak membeli ulang.

2.3.5 Faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi

Keputusan bertransaksi merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, dalam memutuskan untuk melakukan transaksi. Dalam penelitian ini, menurut (Kotler et al., 2022) beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan bertransaksi yaitu:

1. Faktor budaya

Faktor budaya merupakan unsur yang memengaruhi perilaku konsumen melalui nilai, norma, kebiasaan, serta pola hidup yang berkembang dalam suatu masyarakat. Budaya membentuk cara individu dalam memandang kebutuhan, preferensi, dan cara memilih produk atau jasa. Nilai-nilai budaya yang dianut seseorang dapat menentukan jenis produk yang dianggap sesuai serta memengaruhi sikap konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

2. Faktor sosial

Faktor sosial berkaitan dengan pengaruh lingkungan sekitar terhadap perilaku konsumen. Lingkungan tersebut dapat berupa keluarga, teman, kelompok referensi, maupun status sosial seseorang dalam masyarakat. Pendapat, rekomendasi, serta pengalaman orang-orang di sekitar sering menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, interaksi sosial dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk atau layanan yang akhirnya berdampak pada keputusan pembelian.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi berhubungan dengan karakteristik individu yang memengaruhi pilihan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Karakteristik tersebut meliputi

usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian seseorang. Perbedaan kondisi pribadi menyebabkan setiap konsumen memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda, sehingga memengaruhi jenis produk yang dipilih serta cara mereka mengambil keputusan pembelian.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis berkaitan dengan proses mental yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Faktor ini mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap terhadap suatu produk atau jasa. Dalam konteks ini, kualitas layanan memengaruhi persepsi konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan atau penyedia jasa. Pelayanan yang baik akan membentuk penilaian positif dalam pikiran konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen juga termasuk dalam faktor psikologis karena kepuasan merupakan respons emosional dan evaluasi konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Ketika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diterima, hal tersebut dapat memperkuat kepercayaan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

2.3.6 Indikator Keputusan Bertransaksi

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) terdapat empat indikator keputusan bertransaksi, indikator tersebut yaitu:

1. Kemudahan

Ketika nasabah mendapatkan kemudahan dalam menggunakan dan memanfaatkan suatu layanan atau produk maka akan memberikan kenyamanan kepada nasabah, karena tidak memerlukan usaha yang rumit dan waktu yang banyak, karena layanan atau produk tersebut efisien dan praktis.

2. Sesuai keinginan dan kebutuhan

Ketika suatu layanan atau produk sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah maka nasabah tersebut akan loyal dan semakin yakin untuk melakukan transaksi.

3. Kepuasan

Ketika nasabah mendapatkan pelayanan dan produk sesuai atau bahkan melebihi dari harapannya maka nasabah akan merasakan kepuasan, dan sebaliknya jika pelayanan atau produk tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasakan kekecewaan.

4. Pertimbangan harga

Nasabah akan mempertimbangkan harga ketika memilih suatu produk atau layanan keuangan, nasabah akan menilai apakah biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang akan di dapatkan.

2.4 Kualitas layanan

2.4.1 Pengertian kualitas layanan

layanan merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu. Layanan tersebut dapat berkaitan dengan produk fisik maupun tidak berkaitan dengan produk fisik (Kotler et al., 2022). sementara itu, (Wibowati, 2021) menyatakan bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan atau aktivitas yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lain yang intinya tidak berwujud dan tidak membentuk kepemilikan apa pun. Sedangkan menurut (Sangi et al., 2022) kualitas layanan adalah tingkat pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, layanan tersebut dapat dikatakan berkualitas ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan, kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan itu ditentukan oleh penilaian pelanggan terhadap adanya selisih antara ekspektasi dengan realita atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, entah itu secara sebagian maupun secara keseluruhan. Kualitas layanan yang baik memiliki dampak yang bagus pada reputasi perusahaan hal tersebut dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan nasabah, menarik nasabah baru, dan membangun loyalitas , melalui rekomendasi dari pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan (Ma'rifah et al., 2022).

2.4.2 Tujuan kualitas layanan pada bank syariah

Memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah merupakan tujuan utama dari peningkatan kualitas layanan dalam perbankan syariah, karena kualitas layanan yang baik akan mendorong terciptanya kepuasan nasabah yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, kejujuran, dan kepatuhan terhadap akad. Dalam konteks ini, kualitas layanan yang optimal tidak hanya mencerminkan profesionalisme bank, tetapi juga membangun integritas dan kepercayaan nasabah, yang menjadi dasar hubungan jangka panjang dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah (Anjelisa et al., 2023). Penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman nasabah yang melebihi harapan akan memperkuat persepsi positif terhadap bank, meningkatkan citra lembaga, serta mendorong nasabah untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain, sehingga kualitas layanan menjadi indikator penting bagi nasabah dalam menentukan pilihan untuk bertransaksi (Putri & Junaidi, 2022). Dengan demikian, tujuan kualitas layanan pada bank syariah bukan hanya sekadar memenuhi ekspektasi, tetapi juga berperan strategis dalam mempertahankan nasabah, menarik nasabah baru, dan memperkuat posisi lembaga di pasar perbankan syariah.

2.4.3 Jenis-jenis layanan (jasa)

Dikemukakan oleh (Kotler et al., 2022) terdapat beberapa jenis-jenis layanan (jasa) yaitu:

1. Barang berwujud murni (*Pure Tangible Good*)

Barang berwujud murni merupakan produk yang sepenuhnya berbentuk fisik tanpa disertai dengan layanan tambahan dari penyedia. Pada kategori ini konsumen hanya memperoleh produk yang dapat digunakan secara langsung tanpa adanya pelayanan pendukung.

2. Barang berwujud dengan layanan pendukung (*Tangible Goods with Accompanying Services*)

Produk fisik yang disertai dengan layanan tambahan untuk mendukung penggunaan produk tersebut. Layanan tambahan tersebut dapat berupa garansi, layanan perbaikan, maupun dukungan pelanggan lainnya.

3. Penawaran gabungan (*Hybrid*)

Merupakan bentuk penawaran yang menggabungkan produk dan jasa secara bersamaan dengan proporsi yang relatif seimbang. Dalam kondisi ini konsumen tidak hanya memperoleh produk fisik, tetapi juga mendapatkan pelayanan dari penyedia jasa.

4. Layanan utama dengan barang dan layanan tambahan (*Major Service with Accompanying Minor Goods and Services*)

Kategori ini menempatkan jasa sebagai komponen utama dalam penawaran, sementara barang atau layanan tambahan hanya berfungsi sebagai pelengkap. Dalam konteks penelitian ini, layanan agen BSI Smart dapat dikategorikan dalam jenis ini karena layanan utamanya berupa jasa

transaksi keuangan seperti transfer, tarik tunai, setor tunai, dan pembayaran, sedangkan perangkat teknologi atau aplikasi yang digunakan hanya berfungsi sebagai sarana pendukung dalam proses pelayanan.

5. Jasa murni (*Pure Service*)

Jasa murni merupakan penawaran yang sepenuhnya berupa layanan tanpa disertai produk fisik. Dalam kategori ini nilai yang diterima oleh konsumen berasal dari aktivitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

2.4.4 Indikator kualitas layanan

Terdapat lima indikator utama yang bisa digunakan dalam mengukur tingkat efektivitas kualitas layanan. Indikator-indikator tersebut sudah mewakili berbagai aspek penting pada kualitas layanan yang bertujuan pada kepuasan konsumen (Kotler et al., 2022).

1. Keandalan (*Reliability*)

Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang di janjikan dan konsisten kepada pelanggan, menyelesaikan layanan tepat waktu dan tanpa adanya kesalahan yang dilakukan. Pelanggan akan menilai layanan sebagai andal apabila proses dan hasilnya berjalan sesuai harapan sejak awal.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Bentuk kepedulian karyawan terhadap konsumen dengan memberikan pelayanan yang responsif dalam membantu

pelanggan memenuhi permintaan, keluhan, atau menjawab segala pertanyaan dengan cepat dan tepat, yang akan membuat pelanggan merasa di hargai.

3. Jaminan (Assurance)

Cara perusahaan menghilangkan keraguan sehingga pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi, yang bisa dilakukan meliputi bersikap sopan, profesional, pengetahuan dan kemampuan teknis yang dimiliki karyawan.

4. Empati (*Empathy*)

Melakukan komunikasi yang baik dan menjaga hubungan baik dengan cara memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, dan memberikan sikap perhatian dalam menanggapi segala keluhan konsumen.

5. Tampilan Fisik (*Tangibles*)

Segala hal yang fisiknya terlihat dan dapat dirasakan oleh pelanggan di lingkungan perusahaan. Seperti kebersihan, kerapian, fasilitas yang lengkap, teknologi yang mendukung dan semua peralatan yang digunakan dalam melayani pelanggan.

2.5 Kepuasan nasabah

2.5.1 Pengertian kepuasan nasabah

Menurut (Kotler et al., 2022) kepuasan merupakan sebuah kondisi emosional positif atau negatif yang timbul ketika seseorang membandingkan antara harapan awalnya terhadap suatu layanan atau produk dengan hasil nyata yang diperoleh oleh seseorang

tersebut. Menurut (Hayati, 2019)kepuasan nasabah merupakan reaksi setelah pembelian di mana nasabah setidaknya merasakan sama atau melampaui harapan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang di pilih, sedangkan ketika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan apa yang di diharapkan oleh nasabah maka timbullah rasa ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan ialah perasaan suka atau kecewa yang hadir sesudah membandingkan kinerja produk dengan apa yang diperlukan oleh pelanggan (Saragih et al., 2022).

(Sholeha et al., 2018) Menyampaikan bahwa kepuasan adalah pengaruh terhadap berbagai aspek penting, termasuk membangun loyalitas pelanggan, memperbaiki citra perusahaan, mengurangi sensitivitas terhadap harga, menekan biaya transaksi di masa mendatang, serta meningkatkan produktivitas dan efisiensi tenaga kerja, kepuasan pelanggan menjadi ukuran kinerja perusahaan dan kebutuhan dalam pemasaran, pelanggan akan merasa tidak puas jika hasil kerja tidak memenuhi ekspektasi mereka, sebaliknya, pelanggan akan merasa puas jika hasilnya sejalan.

2.5.2 Aspek-aspek kepuasan nasabah

Menurut (Tjiptono & Diana, 2019) terdapat 5 aspek yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu:

1. Harapan (*Expectations*) adalah pandangan nasabah mengenai apa yang akan diperoleh dari produk yang ditawarkan.

2. Kinerja (*Performance*) merujuk pada pengalaman nyata yang dirasakan nasabah selama menggunakan produk, dinilai dari aspek kebutuhan mereka.
3. Perbandingan (*Comparison*) terjadi ketika nasabah menilai harapan sebelum membeli dan membandingkannya dengan kinerja produk yang sebenarnya setelah digunakan.
4. Konfirmasi atau tidak dikonfirmasi adalah evaluasi dari harapan nasabah, apakah harapan yang ada sebelum membeli sesuai dengan apa yang dirasakan setelah melakukan pembelian.
5. Ketidaksesuaian (*Discrepancy*) adalah pengaruh negatif yang muncul ketika kinerja yang sebenarnya berada di bawah harapan. Hal ini menyebabkan tingkat ketidakpuasan nasabah semakin meningkat.

2.5.3 Tujuan kepuasan nasabah

Menurut tjiptono dalam (Saragih et al., 2022) terdapat beberapa tujuan dari kepuasan nasabah yaitu:

1. Membangun hubungan jangka panjang
Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap hubungan jangka panjang antara nasabah dan pemilik produk atau layanan. Hubungan yang baik dan harmonis ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis berkelanjutan.

2. Merangsang nasabah untuk melakukan pembelian ulang
Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah dapat mendorong mereka untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang sama di masa mendatang. Ketika nasabah merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi, mereka akan lebih percaya dan nyaman untuk melakukan transaksi kembali tanpa harus mencari alternatif lain. Hal ini membuat perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
3. Meningkatkan loyalitas nasabah
Kepuasan yang didapatkan oleh nasabah memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap loyalitas nasabah tersebut. Nasabah yang merasa puas terhadap sebuah produk atau layanan, membuat mereka cenderung untuk tetap setia menggunakan produk atau layanan tersebut
4. Meningkatkan profit perusahaan
Kepuasan nasabah juga berdampak positif terhadap peningkatan keuntungan perusahaan. Nasabah yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, menggunakan lebih banyak produk atau layanan, serta merekomendasikannya kepada orang lain. Kondisi ini dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan volume penjualan sehingga pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan profit perusahaan.

2.5.4 Tahapan terbentuknya kepuasan

Menurut (Rahayu et al., 2026) terdapat beberapa tahapan terbentuknya kepuasan yaitu:

1. Ekspektasi nasabah

Nasabah membentuk harapan terhadap pelayanan berdasarkan informasi sebelumnya, pengalaman masa lalu, citra bank, dan nilai-nilai syariah yang dijanjikan

2. Pengalaman penggunaan

Nasabah menilai pengalaman mereka secara menyeluruh meliputi keunggulan produk/layanan, manfaat yang didapat, harga, serta kemudahan akses saat mengonsumsi produk atau jasa

3. Perbandingan harapan dan kenyataan

Nasabah membandingkan antara harapan awal dengan pengalaman aktual. Jika pelayanan sesuai atau melebihi ekspektasi, maka terjadi positive disconfirmation yang mendorong kepuasan.

4. Evaluasi kepuasan

Nasabah menilai apakah sebuah produk/jasa mampu memenuhi kebutuhan.

5. Respon pasca pembelian

Jika hasil evaluasi menunjukkan pelayanan yang memuaskan, maka nasabah merasa puas. Kepuasan ini akan mendorong nasabah untuk melakukan pembelian ulang.

6. Dampak Kepuasan: Loyalitas dan Rekomendasi

Kepuasan yang terbentuk akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank serta mendorong mereka untuk merekomendasikan bank kepada orang lain.

2.5.5 Indikator kepuasan nasabah

Menurut Hawkins dan lonney dalam (Tjiptono, 2014) mengungkapkan bahwa ada tiga indikator yang mempengaruhi kepuasan yang di rasakan oleh nasabah, ketiga indikator tersebut yaitu:

1. Kesesuaian harapan
Tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kesesuaian kinerja produk yang di dapatkan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali
Minat atau kesediaan pelanggan untuk kembali berkunjung atau kembali membeli produk.
3. Kesiediaan merekomendasikan
Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang dibelinya kepada orang lain.

2.6 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian dari landasan teori yang terdiri dari konsep, definisi, dan proposisi yang berfungsi untuk melihat adanya fenomena yang terjadi secara sistematis melalui spesifikasi hubungan yang terjadi antara variabel yang berguna untuk menjelaskan dan menggambarkan sebuah

fenomena(Sugiyono, 2020). Berikut beberapa jurnal yang dijadikan landasan referensi terkait penelitian ini:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Oktaviar dkk (2024), tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah permasalahan kualitas layanan, kepercayaan, dan kenyamanan dapat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS, penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan di toko, gerai, warung, dan rumah makan yang menyediakan sistem pembayaran digital berupa QRIS, teknik analisis data menggunakan metode Strutral Equation Modeling (SEM) berbasis variance dengan bantuan program SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS, karena kualitas layanan yang baik dapat menumbuhkan rasa percaya dan kenyamanan dalam bertransaksi.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Ramadani dkk (2024), Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada master Cash & Credit kota Pinang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik bootstrapping menggunakan bantuan SmartPLS 4.1, populasi yang digunakan adalah konsumen master Cash & credit kota Pinang yang melakukan

pembelian dalam lima tahun terakhir, dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena memberikan pelayanan yang baik sehingga meningkatkan rasa kepercayaan, dan kepuasan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen merasa puas terhadap produk dan layanan yang diterima.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Janwar (2024), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian (studi alfamart Makasari Sukabumi). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda menggunakan SPSS 29, populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pengguna aplikasi alfagift di Makasari, kabupaten Sukabumi, dengan menggunakan sampel sebanyak 70 responden yang teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan pelayanan yang baik menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan, dan pelanggan merasa puas karena layanan yang diberikan.
4. Penelitian dilakukan oleh Maharani (2024), penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh persepsi kemudahan,

persepsi kesenangan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian item game online free fire.. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota grup pemain free fire, dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti kemudahan penggunaan dan kesenangan yang dirasakan.

5. Penelitian ini dilakukan oleh susanti dan putra (2023), penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh persepsi kemudahan, kualitas layanan, dan risiko keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam transaksi keuangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini ialah pengguna e-wallet, khususnya mahasiswa aktif program studi akuntansi angkatan 2019 di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Responden yang digunakan berjumlah 166 orang dengan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling, teknis analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam transaksi keuangan karena e-wallet memiliki arena

mampu memberikan daya tanggap yang baik mengenai informasi produk atau jasanya memiliki beragam layanan transaksi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan fitur-fitur yang diberikan mampu memenuhi aktivitas transaksi

6. Penelitian ini dilakukan oleh Baihaky dkk (2022), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Outlet Tokkebi Snack's Malang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan outlet Tokkebi Snack Malang, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil penelitian bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian karena responden yang tidak terlalu memperhatikan pelayanan yang diberikan dan hanya fokus pada produk yang dibeli.

Tabel 2. 1
Tinjauan Penelitian Sebelumnya

| NO | Nama peneliti, tahun, dan judul penelitian | Metode penelitian | Hasil |
|----|--|-------------------------|--|
| 1 | Oktaviar dkk (2024), Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap | Regresi linear berganda | Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. |

| | | | |
|---|--|-------------------------|---|
| | keputusan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. | | |
| 2 | Ramadani dkk (2024), Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada master cash & kredit kota pinang. | Regresi linear berganda | Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 3 | Janwar (2024) Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian(studi alfamart Makasari Sukabumi). | Regresi linear berganda | Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada alfamart Makasari Sukabumi dan variabel juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan pembelian pada alfamart Makasari Sukabumi. |
| 4 | Maharani (2024) Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kesenangan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian item game online free fire. | Regresi linear berganda | Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan, persepsi kesenangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen terhadap keputusan pembelian, dan kepuasan tidak memiliki pengaruh atau berpengaruh secara negatif terhadap keputusan pembelian pada konsumen. |
| 5 | Susanti dan Putra (2023) Pengaruh persepsi kemudahan, kualitas layanan, dan risiko keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam transaksi keuangan. | Regresi linear berganda | Variabel kemudahan berpengaruh secara positif terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam melakukan transaksi, variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam melakukan transaksi, variabel risiko keamanan berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam melakukan transaksi. |

| | | | |
|---|---|-------------------------|---|
| 6 | Baihaky dkk (2022) Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tokkebi snacks malang. | Regresi linear berganda | Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Banyak responden yang memutuskan untuk membeli karena rasa dari produk tokkebi snacks tersebut dan tidak terlalu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. responden yang menyatakan memutuskan untuk membeli karena rasa dari produk tokkebi snacks tersebut dan tidak terlalu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. |
|---|---|-------------------------|---|

2.7 Kerangka Pemikiran

2.7.1 pengaruh antar variabel penelitian

- a. pengaruh kualitas layanan terhadap terhadap keputusan bertransaksi

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keputusan seseorang dalam melakukan transaksi. Pelayanan yang prima dan sesuai harapan dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Dalam konteks agen BSI Smart di Tamiang Hulu, Kualitas layanan yang diberikan agen seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik akan sangat berpengaruh terhadap penilaian nasabah terhadap layanan tersebut. Beberapa penelitian sebelumnya juga

mendukung adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keputusan bertransaksi. Penelitian oleh Oktaviar dkk (2024), Ramadani dkk (2024), Janwar (2024) dan Susanti dan Putra (2023), menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan transaksi

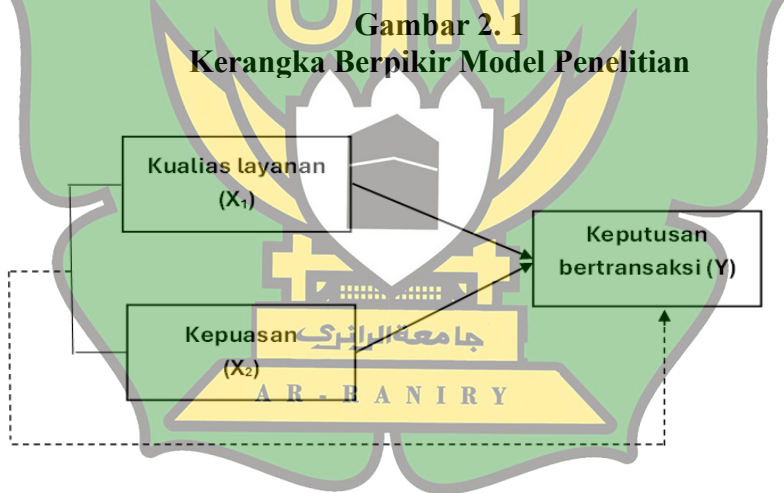
b. Pengaruh kepuasan terhadap keputusan bertransaksi

Kepuasan nasabah merupakan faktor penting yang turut memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan transaksi. Kepuasan muncul ketika layanan atau produk yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan nasabah. Nasabah yang merasa puas cenderung akan melakukan transaksi ulang, bersikap loyal, bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Dalam konteks agen BSI Smart di Tamiang Hulu, kepuasan dapat muncul dari berbagai aspek seperti kualitas produk, kemudahan transaksi, pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, serta efisiensi waktu dan tenaga. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Penelitian oleh Ramadani dkk (2024), Janwar (2024), dan Susanti dan Putra (2023), menyimpulkan bahwa

kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan bertransaksi.

2.7.2 Model kerangka berpikir

Model kerangka berpikir adalah gambaran berpikir yang disusun oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang relevan dan logika yang masuk akal, untuk menjelaskan bagaimana hubungan antar variabel dalam suatu penelitian saling memengaruhi (Sugiyono, 2020) . Berdasarkan uraian di atas, model kerangka berpikir penelitian ini seperti pada gambar 2.1.



Dilihat dari gambar diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat, variabel bebas X1 kualitas layanan digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial terhadap keputusan bertransaksi, variabel bebas X2 kepuasan digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial terhadap keputusan bertransaksi. Adapun variabel X1, X2, secara bersamaan digunakan

untuk mengukur secara simultan keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart Tamiang Hulu.

2.8 Hipotesis

H₁ : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi masyarakat

Tamiang Hulu pada agen BSI Smart.

H₂ : Kepuasan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi masyarakat Tamiang

Hulu pada agen BSI Smart

H₃ : Kualitas layanan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap

keputusan bertransaksi masyarakat Tamiang Hulu pada agen BSI Smart.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, yang melibatkan eksplorasi terstruktur dan identifikasi wawasan baru yang didasarkan pada pengamatan empiris. Penelitian kuantitatif dicirikan oleh ketergantungannya pada data yang dapat diukur dan diamati untuk memastikan objektivitas dan ketepatan. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti biasanya akan melibatkan berbagai teori, kerangka konseptual, hipotesis, serta menentukan subjek atau objek yang akan diteliti. Pendekatan penelitian kuantitatif menekankan pengumpulan dan analisis data numerik secara sistematis, yang digunakan untuk mengungkap pola, hubungan, atau tren yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses ini dilakukan untuk dapat menganalisis temuan-temuan dari penelitian secara objektif dan terukur. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti berusaha untuk memperoleh gambaran yang jelas dan terukur mengenai fenomena atau masalah yang sedang dikaji dengan demikian, penelitian kuantitatif memberikan pemahaman yang sistematis dan terukur tentang suatu fenomena berdasarkan data empiris (Munandar, 2022).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini akan dilakukan di Tamiang Hulu, Kabupaten Aceh Tamiang. Peneliti memilih lokasi

tersebut karena banyak masyarakat Tamiang Hulu menggunakan layanan BSI Smart, yang disebabkan pada kecamatan Tamiang Hulu Hanya memiliki satu kantor Cabang BSI yang dari desa terjauh memerlukan jarak tempuh sekitar 23 Km, tentu itu menjadi suatu kendala bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada keseluruhan elemen penelitian, yang mencakup sumber informasi yang menunjukkan atribut tertentu, seperti individu yang masih hidup, benda mati, fenomena yang diamati, hasil eksperimen, atau kejadian yang terdokumentasi (Sugiyono, 2020). Populasi ditujukan untuk menentukan banyaknya anggota sampel yang akan di ambil untuk melakukan penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, populasi yang ditargetkan dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat Tamiang Hulu dari umur 15 sampai > 65 tahun yang berdasarkan data (BPS, 2024) berjumlah 14.685 jiwa, dan pernah melakukan transaksi pada agen BSI Smart.

Sampel merupakan bagian representatif dari populasi yang mencerminkan karakteristiknya dalam hal atribut dan ukuran. Ketika populasi terlalu luas untuk penelitian komprehensif karena keterbatasan anggaran, waktu, atau sumber daya, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel untuk memilih kelompok yang dapat dikelola (Sugiyono, 2020). dalam penelitian ini, peneliti tidak mungkin menggunakan seluruh populasi masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu yang berjumlah 14.685 jiwa sebagai

responden. Oleh karena itu, diperlukan teknik pengambilan sampel agar data yang dikumpulkan tetap representatif namun dapat dilakukan secara efisien. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kelonggaran kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel/responden

N = Jumlah populasi (14.685 jiwa)

e = Tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

perhitungannya:

$$n = \frac{14.685}{1 + 14.685 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{14.685}{147,85}$$

$n = 99.3$ (dibulatkan menjadi 100)

Berdasarkan perhitungan rumus Solvin, penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 partisipan. Selanjutnya, pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive

sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Individu yang pernah melakukan transaksi di Agen BSI Smart minimal sebanyak tiga kali.
2. Berusia minimal 17 tahun

Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart sehingga dapat memberikan penilaian yang relevan terhadap variabel yang diteliti.

3.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini tergolong data primer, yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber asli (Munandar, 2022). Dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan diperoleh dengan menyebarkan kuesioner terstruktur kepada masyarakat Tamiang Hulu yang pernah melakukan transaksi pada agen BSI Smart.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket, yaitu kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk di jawab oleh responden. Kuesioner atau angket berfungsi sebagai alat pengumpulan data yang melibatkan pemberian pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk memperoleh informasi yang relevan. (Sugiyono, 2020).

Untuk menilai perspektif, sikap, dan persepsi responden, penelitian ini menggunakan kuesioner skala Likert, yang memfasilitasi kuantifikasi atribut kualitatif melalui pilihan respons yang dinilai.

Tabel 3. 1
Instrumen skala likert

| Kriteria | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat setuju | 4 |
| Setuju | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Sugiyono (2020)

3.6 Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan variabel independen dan dependen. Variabel independen, yang sering disebut sebagai variabel penjelas, adalah faktor yang menyebabkan atau memengaruhi perubahan variabel dependen. Sebaliknya, variabel dependen mewakili hasil yang dipengaruhi oleh perubahan variabel independen (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi Kualitas Layanan (X1), Kepuasan (X2), sedangkan Keputusan Bertransaksi (Y) adalah variabel dependen, sebagaimana diuraikan dalam tabel terlampir.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

| Definisi Variabel | Indikator | Item | Skala pengukuran |
|--|--------------------------------|-------|------------------|
| Kualitas layanan (X_1) adalah tingkat pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, layanan tersebut dapat dikatakan berkualitas ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan, kebutuhan dan keinginan pelanggan (Sangi et al., 2022). | Keandalan (reliability) | 1-2 | Likert 4 |
| | Daya tanggap (responsiveness) | 3-4 | |
| | Jaminan (assurance) | 5-6 | |
| | Empati (empathy) | 7-8 | |
| | Bukti fisik (tangibles) | 9-10 | |
| Kepuasan (X_2) adalah perasaan senang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang didapatkan dengan kinerja yang dirasakan (Putra & Triwardhani, 2023) | Kesesuaian harapan | 11-12 | Likert 4 |
| | Minat berkunjung kembali | 13-14 | |
| | Kesedian merekomendasikan | 15-16 | |
| Keputusan Bertransaksi (Y) Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses dalam memilih beberapa alternatif pilihan yang artinya, ketika seorang nasabah ingin melakukan transaksi maka ia harus memiliki beberapa alternatif pilihan yang kemudian nasabah tersebut memilih salah satunya (Khoiriyah & Putra, 2022). | Kemudahan | 17-18 | Likert 4 |
| | Sesuai keinginan dan kebutuhan | 19-20 | |
| | Kepuasan | 21-22 | |
| | Pertimbangan harga | 23-24 | |

3.7 Uji instrumen

3.7.1 Uji validitas

Pengujian validitas adalah metode yang digunakan untuk memastikan apakah kuesioner secara akurat mengukur konstruk yang dimaksud. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan

nilai r yang dihitung dari keluaran analisis dengan nilai r kritis dari tabel referensi. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, suatu item dianggap valid jika nilai r yang dihitung melebihi nilai r kritis dari tabel referensi jika tidak, item tersebut dianggap tidak valid.(Ghozali, 2021).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah prosedur statistik yang dirancang untuk mengevaluasi konsistensi dan ketergantungan kuesioner dalam mengukur variabel pada berbagai contoh. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila responden memberikan pernyataan yang stabil dan juga konsisten terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, suatu butir kuesioner dianggap memenuhi standar kelayakan jika nilai cronbach's alpha melebihi ($>$) 0,60 jika kurang dari itu maka kuesioner dianggap tidak layak(Ghozali, 2021).

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memastikan bahwa residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal, yang merupakan asumsi penting untuk membangun model regresi yang kuat (Ghozali, 2021). pada penelitian ini menggunakan grafik histogram dan p-plot untuk memverifikasi apakah data yang diperoleh berdistribusi secara normal.

- Data dikatakan normal ketika grafik histogram membentuk lonceng dan pada grafik p-plot data berdistribusi berdekatan dengan garis diagonal atau searah dengan garis diagonal.
- Data dikatakan tidak normal ketika grafik histogram tidak membentuk lonceng dan pada grafik p-plot data berdistribusi jauh dari garis diagonal atau tidak searah dengan garis diagonal.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memeriksa korelasi potensial di antara variabel independen dalam model regresi. Agar model regresi valid, model tersebut tidak boleh menunjukkan multikolinearitas di antara prediktornya (Ghozali, 2021).

- Multikolinearitas teridentifikasi ketika nilai tolerance kurang dari atau sama dengan 0,10 dan Variance Inflation Factor (VIF) melebihi atau sama dengan 10.
- Sebaliknya, multikolinearitas tidak ada jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mengevaluasi apakah terdapat ke tidak konsistenan dalam varians residual di seluruh observasi dalam model regresi. Homoskedastisitas, yang menunjukkan varians konstan, merupakan atribut yang diinginkan untuk model regresi yang andal. Penelitian ini menggunakan uji glejser untuk mendeteksi heteroskedastisitas dalam kondisi berikut:

- Terjadi heteroskedastisitas jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05
- Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai sig.(2-tailed) > 0,05

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hubungan antara variabel dependen dan independen, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode statistik ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur korelasi antar variabel secara lebih bernuansa (Ghozali, 2021). Persamaan regresi untuk analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 kl + \beta_2 kp + \epsilon$$

Keterangan:

Y= Keputusan Bertransaksi

kl= Kualitas Layanan

kp= Kepuasan

α = Konstanta

β = Koefisien determinasi

ϵ = Nilai pengganggu

3.10 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model regresi. Untuk menguji hubungan tersebut, digunakan beberapa

metode statistik, yakni uji t (untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial), uji F (untuk menguji pengaruh simultan), dan uji koefisien determinasi R^2 (untuk mengetahui kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen) sebagaimana dikemukakan oleh Ghozali (2021).

3.10.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Tujuan uji ini adalah mengukur signifikansi setiap variabel bebas dalam menjelaskan perubahan pada variabel terikat (Ghozali, 2021).

- Jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau t hitung lebih kecil dari t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti variabel independen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

3.10.2 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap

variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menilai signifikansi model secara keseluruhan (Ghozali, 2021), dan biasanya diterapkan pada tingkat signifikansi sebesar 0,05.

- Jika nilai Sig. $< 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa semua variabel bebas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai Sig. $> 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel bebas tidak memberikan pengaruh signifikan.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel-variabel independen dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1, semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat (Ghozali, 2021). Untuk regresi berganda, Adjusted R^2 lebih sering digunakan karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel bebas dalam model. Nilai Adjusted R^2 mendekati 1 menunjukkan model memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan sebaliknya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kecamatan Tamiang Hulu Kabupaten Aceh Tamiang

Kecamatan Tamiang Hulu merupakan salah satu dari dua belas kecamatan yang berada di Kabupaten Aceh Tamiang. Kecamatan ini terletak di bagian hulu dan menjadi salah satu wilayah yang cukup luas jika dibandingkan dengan kecamatan lain di Aceh Tamiang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, total luas Kecamatan Tamiang Hulu mencapai 194,63 km², dengan karakteristik wilayah yang didominasi oleh lahan perkebunan, pertanian, serta pemukiman yang tersebar di sembilan desa. Luas wilayah yang besar tersebut menjadikan Tamiang Hulu sebagai kecamatan dengan potensi pengembangan ekonomi lokal.

Kecamatan Tamiang Hulu terdiri atas sembilan desa, yaitu Kaloy, Rongoh, Alur Tani Satu, Alur Tani Dua, Bandar Khalifah, Perkebunan Pulau Tiga, Bandar Setia, Harum Sari, dan Wonosari. Desa Kaloy merupakan desa terluas dengan wilayah mencapai 119,75 km² atau sekitar 61,53% dari total luas kecamatan. Disusul oleh Perkebunan Pulau Tiga yang memiliki luas 25,5 km² atau 13,10%. Sementara desa dengan luas wilayah paling kecil adalah Bandar Setia, yaitu hanya 4,04 km² atau 2,08% dari keseluruhan luas kecamatan (BPS, 2024). Perbedaan luas wilayah yang cukup mencolok ini menyebabkan adanya variasi dalam penyebaran

penduduk, aktivitas ekonomi, serta aksesibilitas masyarakat terhadap pusat layanan publik di wilayah tersebut.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Kecamatan Tamiang Hulu mencapai 20.043 jiwa (BPS, 2024). Jumlah penduduk yang cukup besar ini menggambarkan bahwa Tamiang Hulu merupakan salah satu wilayah dengan dinamika sosial dan ekonomi yang aktif. Desa-desa dengan wilayah yang lebih luas seperti Kaloy dan Perkebunan Pulau Tiga cenderung memiliki jumlah penduduk lebih banyak dibandingkan desa-desa kecil seperti Bandar Setia dan Bandar Khalifah. Komposisi penduduk tersebut menunjukkan adanya variasi kepadatan penduduk dan perkembangan sosial ekonomi yang berbeda-beda di setiap desa

4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Kelahiran PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) menjadi tonggak baru dalam Sejarah perbankan nasional. Bank ini dibentuk sebagai bagian dari komitmen pemerintah untuk memperkuat industri keuangan syariah sekaligus membangun ekonomi halal yang lebih solid di Indonesia. Dengan dukungan penuh dari Kementerian BUMN, BSI diarahkan menjadi lembaga keuangan syariah yang mampu bersaing, tidak hanya di tingkat nasional tetapi juga tingkat internasional. BSI sendiri lahir dari proses penyatuan tiga bank syariah milik BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BRI syariah Tbk, dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan memberikan izin resmi bagi penggabungan tersebut melalui Surat

Keputusan OJK No. 04/KDK.03/2021 pada 27 Januari 2021. Konsolidasi ini kemudian diresmikan pada 1 Februari 2021, yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, melalui acara yang dipimpin langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Proses merger ini menghasilkan sebuah bank syariah dengan kapasitas layanan yang jauh lebih besar, jangkauan operasional yang lebih luas, dan kekuatan permodalan yang semakin kokoh. Penyatuan potensi dari tiga lembaga tersebut memberikan energi baru bagi industri perbankan syariah, menghadirkan produk yang lebih variatif, serta meningkatkan daya saing BSI di tengah dinamika ekonomi modern. Dari aspek kepemilikan, Bank Mandiri menjadi pemegang saham mayoritas dengan porsi 50,83%. Sementara itu, Bank Negara Indonesia (BNI) menguasai 24,85% dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki 17,25%. Sisanya merupakan saham publik yang masing-masing berada di bawah 5%. Struktur kepemilikan ini memperlihatkan dukungan kuat dari kelompok Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) terhadap keberadaan BSI sebagai bank syariah nasional (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Kelahiran BSI tidak hanya dimaksudkan sebagai konsolidasi semata, tetapi juga sebagai wujud ikhtiar untuk menghadirkan bank syariah kebanggaan umat. BSI diharapkan menjadi pilar pembangunan ekonomi nasional yang berlandaskan prinsip syariah serta membawa manfaat yang lebih luas bagi masyarakat, sesuai

dengan semangat Rahmatan Lil 'Aalamiin. Bank ini menjadi representasi wajah baru perbankan syariah Indonesia yang modern, inklusif, dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat masa kini.

4.1.3 BSI Smart

BSI Smart merupakan sebuah inovasi unggulan dari Bank Syariah Indonesia yang berperan sebagai perwakilan resmi bank dalam menghadirkan layanan perbankan syariah secara digital, khususnya di wilayah pedesaan yang selama ini sulit dijangkau oleh kantor cabang (Salsabila et al., 2024). Melalui agen ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai jenis transaksi keuangan, seperti melakukan setor tunai, tarik tunai, transfer dana, hingga pembayaran tagihan, tanpa perlu repot mengunjungi kantor bank secara langsung. Menurut (Herawati et al., 2024) Agen BSI Smart merupakan implementasi dari program laku pandai yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia, dimana seseorang atau individu yang menjadi agen merupakan perpanjangan tangan dari bank syariah Indonesia tersebut dalam memperluas jangkauan layanan keuangan syariah kepada masyarakat.

Agen BSI memperoleh kompensasi dalam bentuk fee atau bagi hasil dari setiap transaksi yang dilakukan. Sementara itu, masyarakat sebagai pengguna layanan mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan serta fasilitas penyimpanan dana yang lebih aman. Bagi Bank Syariah Indonesia sendiri, keberadaan layanan ini memberikan sejumlah keuntungan, seperti

peningkatan jumlah nasabah, pendapatan berbasis fee, serta kontribusi positif terhadap implementasi regulasi yang berlaku.

Menurut (Salsabila et al., 2024) terdapat beberapa tujuan dari program BSI Smart yaitu:

- a. Mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan perbankan terutama di daerah pedesaan, masyarakat dapat melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang.
- b. Memberikan edukasi kepada masyarakat terkait pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, dan program ini juga berfokus pada peningkatan literasi keuangan masyarakat. BSI Smart menciptakan peluang usaha bagi masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan, hal tersebut juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi.
- c. Mendukung inklusi keuangan nasional karena BSI Smart dapat memperluas jangkauan layanan perbankan syariah.

4.1.4 Layanan BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu

Berdasarkan data yang diperoleh langsung oleh peneliti 2025 (sebelum banjir), terdapat 21 outlet BSI Smart yang berada di Kecamatan Tamiang Hulu Kabupaten Aceh Tamiang seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Jumlah Outlet Agen BSI Smart
di Kecamatan Tamiang Hulu tahun 2025

| No. | Desa / Kelurahan | Jumlah Outlet |
|--------------|-----------------------|---------------|
| 1 | Kaloy | 3 |
| 2 | Rongoh | 1 |
| 3 | Alur Tani Satu | 2 |
| 4 | Alur Tani Dua | 1 |
| 5 | Bandar Khalifah | 2 |
| 6 | Perkebunan Pulau Tiga | 6 |
| 7 | Bandar Setia | 1 |
| 8 | Harum Sari | 3 |
| 9 | Wonosari | 2 |
| Total | | 21 |

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

Saat ini Masyarakat Tamiang Hulu cenderung lebih sering melakukan transaksi pada agen BSI Smart. Berbagai alasan mendasari perubahan perilaku tersebut, seperti keengganan untuk mengantri, lokasi fasilitas perbankan yang dinilai kurang strategis, belum memiliki buku tabungan sebagai syarat bertransaksi, serta pertimbangan efisiensi waktu dan biaya. Kondisi ini menuntut adanya alternatif layanan perbankan yang lebih dekat, mudah, dan cepat diakses oleh masyarakat pedesaan maupun daerah terpencil.

Sebagai respons terhadap perubahan kebutuhan tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) berupaya meningkatkan keterjangkauan layanan perbankan syariah melalui pengembangan jaringan agen BSI Smart. Keberadaan agen ini menjadi perpanjangan tangan BSI dalam memperluas inklusi keuangan serta memperkuat aksesibilitas masyarakat terhadap produk dan layanan

perbankan syariah tanpa harus datang ke kantor cabang. Di Kecamatan Tamiang Hulu, agen BSI Smart berperan penting dalam menyediakan kemudahan bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi perbankan sehari-hari. Melalui agen ini, masyarakat dapat memperoleh layanan bahkan bagi mereka yang belum memiliki rekening tabungan sekalipun. Adapun layanan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat di agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu meliputi:

- a. Setoran tunai
- b. Transfer tunai
- c. Pengecekan saldo
- d. Pembayaran listrik/token
- e. Pembayaran belanja online
- f. Pembayaran BPJS
- g. Pembayaran IndiHome
- h. Top up Dana/Ovo dan game
- i. Pembayaran PDAM
- j. Pencairan dana bantuan sosial (PKH dan KIP)

4.2 Karakteristik Dan Tanggapan Responden

4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan kepada Masyarakat Tamiang Hulu yang pernah melakukan transaksi pada agen BSI Smart, sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang telah mengembalikan kuesioner penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling dalam mengumpulkan

data, jadi responden sebagai sampel dalam penelitian ini harus memenuhi beberapa syarat yang diterapkan oleh peneliti, Adapun beberapa syarat tersebut adalah sebagai berikut:

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data berdasarkan jenis kelamin pada kecamatan Tamiang Hulu ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-laki | 42 | 42% |
| 2 | Perempuan | 58 | 58% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber Data Primer diolah: 2026

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa responden perempuan merupakan kelompok yang paling dominan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari persentase responden perempuan yang mencapai 58%, atau sebanyak 58 orang dari total keseluruhan responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 42 orang dengan persentase 42%. Komposisi ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan dalam penelitian adalah perempuan, sedangkan laki-laki berkontribusi dalam jumlah yang lebih sedikit. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa partisipasi responden didominasi oleh perempuan.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Pengumpulan data berdasarkan umur pada kecamatan Tamiang Hulu ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| NO | Umur (Tahun) | Jumlah | Persentase |
|-------|--------------|--------|------------|
| 1 | 17-23 | 53 | 53% |
| 2 | 24-30 | 19 | 19% |
| 3 | 31-37 | 9 | 9% |
| 4 | 38-44 | 8 | 8% |
| 5 | >45 | 11 | 11% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber Data Primer diolah: 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang paling mendominasi dalam penelitian ini adalah responden dengan usia 17-23 tahun dengan jumlah 53 responden atau dengan persentase 53%, kemudian disusul dengan responden yang berusia 24-30 tahun berjumlah 19 responden atau 19%, selanjutnya usia >45 tahun berjumlah 11 responden atau 11%, lalu usia 31-37 tahun dengan jumlah 9 responden atau 9%, dan responden yang berusia 38-44 berjumlah 8 responden atau 8% dengan total responden secara keseluruhan yaitu 100 responden atau 100%.

4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pengalaman Bertransaksi

Pengumpulan data berdasarkan jumlah pengalaman bertransaksi Masyarakat pada agen BSI Smart kecamatan Tamiang Hulu ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah pengalaman bertransaksi

| NO | Pengalaman Transaksi | Jumlah | Persentase |
|-------|----------------------|--------|------------|
| 1 | 3-6 kali | 23 | 23%% |
| 2 | 7-10 kali | 25 | 25% |
| 3 | >10 kali | 52 | 52% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber Data Primer diolah: 2026

Saat melakukan penelitian peneliti memberi syarat bahwa seorang responden harus memiliki pengalaman bertransaksi pada agen BSI Smart lebih dari tiga kali (>3), dapat dilihat dari tabel di atas bahwa responden yang melakukan transaksi 3-6 kali berjumlah 23 responden atau 23%, yang melakukan transaksi 7-10 kali berjumlah 25 responden atau 25% dan yang melakukan transaksi >10 kali berjumlah 52 responden atau 52% dengan total 100 responden atau 100% responden yang di ambil datanya untuk penelitian memiliki pengalaman bertransaksi lebih dari setengah sampel yang ada pernah melakukan transaksi >10 kali pada agen BSI Smart.

4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Desa Tempat Tinggal

Pengumpulan data berdasarkan desa tempat tinggal Masyarakat kecamatan Tamiang Hulu ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

| NO | Nama Desa | Jumlah | Persentase |
|----|-----------|--------|------------|
| 1 | Kaloy | 53 | 53% |
| 2 | Rongoh | 3 | 3% |

| | | | |
|-------|-----------------------|-----|------|
| 3 | Alur Tani Satu | 4 | 4% |
| 4 | Alur Tani Dua | 12 | 12% |
| 5 | Bandar Khalifah | 12 | 12% |
| 6 | Perkebunan Pulau Tiga | 9 | 9% |
| 7 | Bandar Setia | 1 | 3% |
| 8 | Harum Sari | 5 | 5% |
| 9 | Wonosari | 1 | 1% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber Data Primer diolah: 2026

Tabel di atas menunjukkan karakteristik responden berdasarkan desa tempat tinggal. Berdasarkan data, responden yang paling banyak berasal dari desa Kaloy yaitu sebanyak 53 orang (53%). Selanjutnya diikuti oleh desa Alur Tani Dua dan Bandar Khalifah dengan jumlah responden masing-masing 12 orang (12%), kemudian desa Perkebunan Pulau Tiga sebanyak 9 responden (9%), desa Harum Sari memberikan kontribusi sebanyak 5 responden (5%), sedangkan desa Alur Tani 1 sebanyak 4 responden (4%). Kemudian, desa Rongoh diwakili oleh 3 responden (3%) lalu jumlah responden paling sedikit berasal dari desa Bandar Setia dan wonosari masing-masing 1 responden (1%), total responden adalah 100 orang atau 100%.

4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengumpulan data berdasarkan pekerjaan masyarakat pada Tamiang Hulu ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

| No | Jenis Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|-------|--------------------|--------|------------|
| 1 | Pelajar/mahasiswa | 40 | 40% |
| 2 | Petani | 12 | 12% |
| 3 | Wirausaha/pedagang | 12 | 12% |
| 4 | Ibu rumah tangga | 16 | 16% |
| 5 | Lainnya | 20 | 20% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber Data Primer diolah: 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut jenis pekerjaan, dari total 100 responden diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 40 orang (40%). Selanjutnya, responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 16 orang (16%), diikuti oleh petani sebanyak 12 orang (12%). Responden yang bekerja sebagai wirausaha/pedagang berjumlah 12 orang (12%), sedangkan kategori lainnya mencakup 20 orang (20%). Data tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang jenis pekerjaan yang beragam, dengan dominasi pelajar/mahasiswa sebagai kelompok terbesar.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pengumpulan data berdasarkan tingkat pendidikan masyarakat pada Tamiang Hulu ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|-------|--------------------|--------|------------|
| 1 | SD | 2 | 2% |
| 2 | SMP | 9 | 9% |
| 3 | SMA | 70 | 70% |
| 4 | S1 | 19 | 19% |
| 5 | S2 | - | - |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber Data Primer diolah: 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut tingkat pendidikan, dari total 100 responden diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMA, yaitu sebanyak 70 orang (70%), sehingga menjadi kelompok yang paling dominan dalam penelitian ini. Selanjutnya, responden dengan pendidikan S1 berjumlah 19 orang (19%), diikuti oleh responden berpendidikan SMP sebanyak 9 orang (9%) dan SD sebanyak 2 orang (2%). Sementara itu, tidak terdapat responden dengan tingkat pendidikan S2 dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan menengah (SMA), yang mencerminkan karakteristik pendidikan responden dalam penelitian ini.

4.2.2 Tanggapan Responden

4.2.2.1 Tanggapan Variabel Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap jawaban responden mengenai variabel kualitas layanan (X_1), sebagaimana terlihat pada tabel indikator keandalan (KL1-KL2) memiliki nilai rerata 3,44, indikator daya tanggap (KL3-KL4) memiliki nilai rerata

3,285, indikator jaminan (KL5-KL6) memiliki nilai rerata 3,385, indikator empati (KL7-KL8) memiliki nilai rerata 3,335, dan indikator bukti fisik (KL9-KL10) memiliki nilai rerata 3,32, dan indikator yang paling mempengaruhi adalah keandalan. Dari semua item pernyataan diperoleh nilai rerata 3,353 yang berada pada kategori sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas layanan yang diterima.

Tabel 4. 8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan

| No | Pernyataan | STS / % | TS/% | S/% | SS/% | Mean |
|------|---|-----------|-------------|-------------|-------------|------|
| KL.1 | Agen BSI Smart memberikan pelayanan yang baik | 1 (1%) | 1 (1%) | 46 (46%) | 52 (52%) | 3,49 |
| KL.2 | Agen BSI Smart jarang melakukan kesalahan saat memberikan pelayanan | 0 (0%) | 5 (5%) | 51 (51%) | 44 (44%) | 3,39 |
| KL.3 | Agen BSI Smart cepat dalam merespons permintaan atau keluhan | 0 (0%) | 11 (11%) | 50 (50%) | 39 (39%) | 3,28 |
| KL.4 | Saya merasa dilayani dengan sigap oleh agen BSI Smart | 1 (1%) | 10 (10%) | 48 (48%) | 41 (41%) | 3,29 |
| KL.5 | Saya merasa aman saat melakukan transaksi pada Agen BSI Smart | 0 (0%) | 3 (3%) | 50 (50%) | 47 (47%) | 3,44 |
| KL.6 | Agen BSI Smart menguasai pekerjaannya dan dapat di percaya | 0 (0%) | 4 (4%) | 59 (59%) | 37 (37%) | 3,33 |
| KL.7 | Agen BSI Smart selalu sopan dan menghargai nasabah. | 0 (0%) | 5 (5%) | 57 (57%) | 38 (38%) | 3,33 |
| KL.8 | Agen BSI Smart menunjukkan | 0 (0%) | 4 (4%) | 58 (58%) | 38 (38%) | 3,34 |

| | | | | | | |
|----------------|---|-----------|-----------|-------------|-------------|-------|
| | kepedulian terhadap keluhan dan kebutuhan saya | | | | | |
| KL.9 | Penampilan agen dan tempat agen BSI Smart bersih juga tertata rapi. | 0 (0%) | 7 (7%) | 59 (59%) | 34 (34%) | 3,27 |
| KL.10 | Peralatan di agen BSI Smart, seperti mesin dan meja, berfungsi dengan baik. | 0 (0%) | 5 (5%) | 53 (53%) | 42 (42%) | 3,37 |
| Rata-rata mean | | | | | | 3,353 |

Sumber Data Primer diolah: 2026

4.2.2.2 Tanggapan Variabel Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap jawaban responden mengenai variabel kepuasan (X_2), sebagaimana terlihat pada tabel indikator kesesuaian harapan (KP1-KP2) memiliki nilai rerata 3,46, indikator minat berkunjung kembali (KP3-KP4) memiliki nilai rerata 3,395, indikator kesediaan merekomendasikan (KP5-KP6) memiliki nilai rerata 3,23, dan indikator yang paling mempengaruhi adalah kesesuaian harapan. Dari semua item pernyataan diperoleh nilai rerata 3,361 yang berada pada kategori sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap kepuasan yang diterima.

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan

| No | Pernyataan | STS/% | TS/% | S/% | SS/% | Mean |
|------|---|-----------|-----------|-------------|-------------|------|
| KP.1 | Layanan dari agen BSI Smart sesuai harapan saya | 0 (0%) | 2 (2%) | 53 (53%) | 45 (45%) | 3,43 |

| | | | | | | |
|----------------|---|-----------|-----------|-------------|-------------|-------|
| KP.2 | Saya merasa puas dengan layanan agen BSI Smart | 0 (0%) | 1 (1%) | 49 (49%) | 50 (50%) | 3,49 |
| KP.3 | Saya ingin terus bertransaksi di agen BSI Smart | 0 (0%) | 4 (4%) | 50 (50%) | 46 (46%) | 3,42 |
| KP.4 | Saya merasa nyaman bertransaksi di agen BSI Smart | 0 (0%) | 3 (3%) | 57 (57%) | 40 (40%) | 3,37 |
| KP.5 | Saya bersedia menyarankan keluarga atau teman menggunakan agen BSI Smart. | 1 (1%) | 2 (2%) | 64 (64%) | 33 (33%) | 3,29 |
| KP.6 | Saya akan memberitahu orang lain bahwa pelayanan di agen BSI Smart baik | 0 (0%) | 7 (7%) | 69 (69%) | 24 (24%) | 3,17 |
| Rata-rata mean | | | | | | 3,361 |

Sumber Data Primer diolah: 2026

4.2.2.3 Tanggapan Variabel Keputusan Bertransaksi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap jawaban responden mengenai variabel keputusan bertransaksi (Y), sebagaimana terlihat pada tabel indikator kemudahan (KB1-KB2) memiliki nilai rerata 3,47, indikator sesuai keinginan dan kebutuhan (KB3-KB4) memiliki nilai rerata 3,415, indikator kepuasan (KB5-KB6) memiliki nilai rerata 3,33, indikator pertimbangan harga (KB7-KB8) diperoleh nilai rerata 3,28, dan indikator yang paling mempengaruhi adalah kemudahan. Dari semua item pernyataan

diperoleh nilai rerata 3,37 yang berada pada kategori sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik dalam mengambil keputusan bertransaksi.

Tabel 4. 10
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Bertransaksi

| No | Pernyataan | STS/% | TS/% | S/% | SS/% | Mean |
|------|--|-----------|-----------|-------------|-------------|------|
| KB.1 | Proses transaksi di agen BSI Smart mudah dipahami | 0 (0%) | 2 (2%) | 53 (53%) | 45 (45%) | 3,43 |
| KB.2 | Agen BSI Smart memudahkan saya dalam melakukan transaksi | 0 (0%) | 1 (1%) | 47 (47%) | 52 (52%) | 3,51 |
| KB.3 | Layanan agen BSI Smart sesuai dengan kebutuhan saya | 0 (0%) | 2 (2%) | 49 (49%) | 49 (49%) | 3,47 |
| KB.4 | Layanan agen BSI Smart sesuai dengan keinginan saya | 0 (0%) | 2 (2%) | 60 (60%) | 38 (38%) | 3,36 |
| KB.5 | Saya merasa puas memilih agen BSI Smart untuk bertransaksi | 1 (1%) | 4 (4%) | 56 (56%) | 39 (39%) | 3,33 |
| KB.6 | Saya yakin agen BSI Smart adalah pilihan yang tepat untuk saya | 0 (0%) | 4 (4%) | 59 (59%) | 37 (37%) | 3,33 |
| KB.7 | Biaya transaksi di agen BSI Smart terjangkau untuk saya | 1 (1%) | 7 (7%) | 47 (47%) | 45 (45%) | 3,36 |

| | | | | | | |
|----------------|--|-----------|-----------|-------------|-------------|------|
| KB.8 | Saya memilih agen BSI Smart karena biayanya lebih murah dan terjangkau | 1 (1%) | 7 (7%) | 63 (63%) | 29 (29%) | 3,20 |
| Rata-rata mean | | | | | | 3,37 |

Sumber Data Primer diolah: 2026

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan setiap item pernyataan dalam kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila butir pernyataan di dalamnya mampu mengukur variabel penelitian secara tepat (Ghozali, 2021). Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, sehingga diperoleh derajat kebebasan (df) sebesar 98 ($N-2$). Berdasarkan taraf signifikansi 5%, nilai r tabel adalah 0,196. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila r hitung lebih besar dari r tabel (0,196), maka item pernyataan dinyatakan valid.

4.3.1.1 Kualitas Layanan

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

| Variabel | Item | r hitung | r tabel | Status |
|------------------|------|------------|-----------|--------|
| kualitas layanan | KL1 | 0,637 | 0,196 | Valid |
| | KL2 | 0,688 | 0,196 | Valid |
| | KL3 | 0,650 | 0,196 | Valid |
| | KL4 | 0,759 | 0,196 | Valid |
| | KL5 | 0,518 | 0,196 | Valid |
| | KL6 | 0,578 | 0,196 | Valid |

| | | | | |
|--|------|-------|-------|-------|
| | KL7 | 0,490 | 0,196 | Valid |
| | KL8 | 0,577 | 0,196 | Valid |
| | KL9 | 0,624 | 0,196 | Valid |
| | KL10 | 0,544 | 0,196 | Valid |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.14, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Kualitas layanan dapat dilihat bahwa nilai yang didapatkan pada item pernyataan kuesioner ke-1 hingga ke-10 menghasilkan r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,196 dan dapat disimpulkan itu adalah valid.

4.3.1.2 Kepuasan

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Kepuasan

| Variabel | Item | rhitung | rtabel | Status |
|----------|------|---------|--------|--------|
| Kepuasan | KP1 | 0,743 | 0,196 | Valid |
| | KP2 | 0,698 | 0,196 | Valid |
| | KP3 | 0,682 | 0,196 | Valid |
| | KP4 | 0,715 | 0,196 | Valid |
| | KP5 | 0,606 | 0,196 | Valid |
| | KP6 | 0,358 | 0,196 | Valid |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.14, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Kualitas layanan dapat dilihat bahwa nilai yang didapatkan pada item pernyataan kuesioner ke-11 hingga ke-16 menghasilkan r hitung lebih besar dibandingkan r tabel yaitu sebesar 0,196 dan dapat disimpulkan itu adalah valid.

4.3.1.3 Keputusan Bertransaksi

Tabel 4. 13
Hasil Uji Validitas Keputusan Bertransaksi

| Variabel | Item | rhitung | rtabel | Status |
|------------------------|------|---------|--------|--------|
| Keputusan Bertransaksi | KB1 | 0,696 | 0,196 | Valid |
| | KB2 | 0,652 | 0,196 | Valid |
| | KB3 | 0,589 | 0,196 | Valid |
| | KB4 | 0,559 | 0,196 | Valid |
| | KB5 | 0,551 | 0,196 | Valid |
| | KB6 | 0,637 | 0,196 | Valid |
| | KB7 | 0,622 | 0,196 | Valid |
| | KB8 | 0,539 | 0,196 | Valid |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.14, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Kualitas layanan dapat dilihat bahwa nilai yang didapatkan pada item pernyataan kuesioner ke-17 hingga ke-24 menghasilkan r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,196 dan dapat disimpulkan itu adalah valid.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat keandalan data instrumen sebuah kuesioner (Ghozali, 2021). Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila responden memberikan pernyataan yang stabil dan juga konsisten terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, suatu butir kuesioner dianggap memenuhi standar kelayakan jika nilai cronbach's alpha melebihi ($>$) 0,60

Tabel 4. 14
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|------------------------|------------------|------------|
| Kualitas Layanan | 0,812 | Reliabel |
| Kepuasan | 0,702 | Reliabel |
| Keputusan Bertransaksi | 0,749 | Reliabel |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha kualitas layanan 0,812, kepuasan 0,702, keputusan bertransaksi 0,749, dan seluruh variabel yang ada menunjukkan nilai cronbach's alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pertanyaan mampu menghasilkan data yang konsisten dan reliabel.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas, untuk menilai apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, pengujian normalitas data dapat dilakukan melalui uji P-plot dan histogram dimana data dapat dikatakan normal apabila distribusi mendekati dan searah dengan garis diagonal pada p-plot serta hasil uji histogram membentuk lonceng.

Gambar 4. 1
Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Gambar 4. 2
Hasil Uji Normalitas (P-Plot)



Sumber Data Primer diolah: 2026
(SPSS) Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Histogram residual yang dihasilkan memperlihatkan bahwa data residual secara keseluruhan mengikuti pola yang menyerupai distribusi normal (berbentuk lonceng). Atau pada uji *P-Plot* data terdistribusi normal dengan data berdistribusi mendekati dan searah dengan garis diagonal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terjadi korelasi antar variabel bebas, model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2021). Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas.

Tabel 4. 15

Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Colinearity Statistic | |
|-------------------------|-----------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,577 | 1,734 |
| Kepuasan (X2) | 0,577 | 1,734 |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel kualitas layanan $1,734 < 10$, variabel kepuasan $1,734 < 10$ dan

memiliki nilai tolerance kualitas layanan $0,577 > 0,10$, dan kepuasan $0,577 > 0,10$, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak adanya terjadi multikolinearitas.

4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ke tidak konsistenan dalam varian residual dalam model regresi (Ghozali, 2021). Dapat dilihat dengan menggunakan uji glejser dengan persyaratan semua variabel memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dan juga uji Scatterplot dengan melihat data terdistribusi dengan menjauhi atau distribusi merata tidak mendekati satu sama lain antar data distribusi. Berikut merupakan hasil uji heterokedastisitas.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Heterokedastisitas

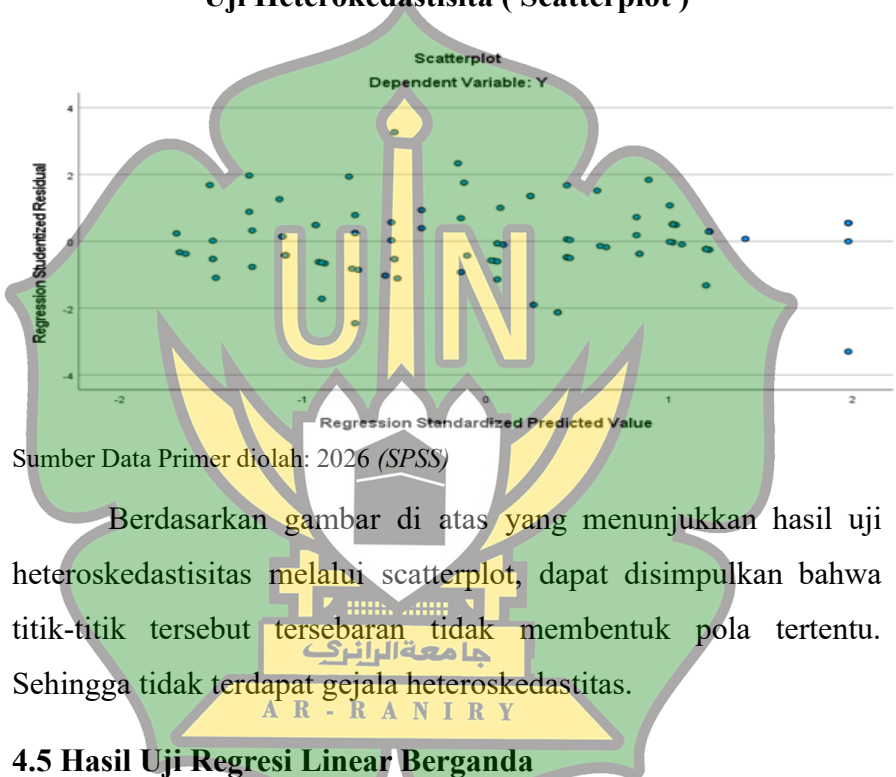
| Model | Unstandardized Coefficient | | standardized Coefficient | T | Sig. | |
|-------|----------------------------|------------|--------------------------|--------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (constant) | 1,853 | 1,328 | | 1,395 | 0.166 |
| | Kualitas Layanan | -0,083 | 0,46 | -0,237 | -1,804 | 0.074 |
| | Kepuasan | 0,113 | 0,80 | 0,185 | 1,409 | 0,162 |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien signifikansi dengan menggunakan uji glejser pada semua variabel yaitu X_1 memiliki nilai signifikan $0,074 > 0,05$, dan X_2 memiliki nilai

signifikan $0,162 > 0,05$ keduanya dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipakai tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4. 3
Uji Heterokedastisita (Scatterplot)



Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan gambar di atas yang menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot, dapat disimpulkan bahwa titik-titik tersebut tersebar tidak membentuk pola tertentu. Sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (X1) dan kepuasan (X2) terhadap keputusan bertransaksi (Y) pada Agen BSI Smart di masyarakat Tamiang Hulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas layanan dan kepuasan berperan dalam memengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan transaksi. Melalui penerapan model regresi linear

berganda, penelitian ini juga berupaya mengukur kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | sig |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | |
| (Constant) | 6,082 | 1,979 | | 0,003 |
| Kualitas Pelayanan X1 | 0,402 | 0,069 | 0,528 | 0,001 |
| kepuasan (X2) | 0,368 | 0,119 | 0,278 | 0,003 |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diukur persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 6,082 + 0,402 X_1 + 0,368 X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut, maka masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (α), nilai konstanta sebesar 6,082 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas layanan dan kepuasan bernilai nol, maka nilai variabel keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di masyarakat Tamiang Hulu adalah sebesar 6,082.
2. Variabel Kualitas Layanan (X1), koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,402 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas layanan sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel kepuasan dianggap konstan, akan meningkatkan keputusan

bertransaksi sebesar 0,402 atau setara dengan 40,2%. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan akan diikuti oleh peningkatan keputusan masyarakat untuk bertransaksi pada Agen BSI Smart.

3. Variabel Kepuasan (X_2), koefisien regresi kepuasan sebesar 0,368 menyatakan bahwa setiap peningkatan kepuasan sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel kualitas layanan dianggap konstan, akan meningkatkan keputusan bertransaksi sebesar 0,368 atau setara dengan 36,8%. Koefisien regresi yang bernilai positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat, maka keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart juga akan semakin meningkat.

4.6 Hasil Pengujian Hipotesis

4.6.1 Hasil Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) melalui analisis regresi linear berganda, diperoleh hasil pengujian mengenai pengaruh variabel independen yaitu kualitas layanan (X_1) dan kepuasan (X_2) terhadap variabel dependen keputusan bertransaksi (Y) pada Agen BSI Smart di masyarakat Tamiang Hulu. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan pengujian dua sisi. Derajat kebebasan (df) ditentukan dengan rumus $df = n - k - 1$, sehingga diperoleh $df = 100 - 2 - 1 = 97$, di mana (n merupakan jumlah sampel

dan k adalah jumlah variabel independen). Berdasarkan tabel distribusi t, diperoleh nilai ttabel sebesar 1,984. Kriteria pengujian yang digunakan adalah apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil pengujian secara parsial selanjutnya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 18
Hasil Uji T (Parsial)

| Model | t | Sig. Coefficient | Keterangan |
|-------------------------|-------|------------------|-------------|
| (Constant) | 3,073 | 0,003 | |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 5,857 | 0,001 | Berpengaruh |
| Kepuasan (X2) | 3,086 | 0,003 | Berpengaruh |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan tabel di atas dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan (X1) terhadap keputusan bertransaksi (Y)

Berdasarkan hasil uji t, variabel kualitas layanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar ($0,001 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar 5,857, di mana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,984. Dengan demikian, H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di masyarakat Tamiang Hulu.

2. Variabel kepuasan (X2) terhadap keputusan bertransaksi (Y) Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kepuasan memiliki nilai signifikansi sebesar ($0,003 < 0,05$) serta nilai thitung sebesar 3,086, yang lebih besar dari ttabel sebesar 1,984. Berdasarkan hasil tersebut, maka H2 diterima dan H02 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di masyarakat Tamiang Hulu.

4.6.2 Hasil Uji F (Simultan)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Adapun hasil temuan yang telah dilakukan sebagai berikut.

Tabel 4. 19
Hasil Uji F (Simultan)

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 407,010 | 2 | 203,505 | 58,406 | 0,001 ^b |
| Residual | 337,980 | 97 | 3,483 | | |
| Total | 744,990 | 99 | | | |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 58,406 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,09 (nilai F_{tabel} diperoleh dengan menggunakan rumus derajat kebebasan, yaitu $df1 = \text{jumlah variabel independen} = 2$ dan $df2 = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah}$

variabel - 1 = 100 - 2 - 1 = 97). Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (58,406 > 3,09) dan nilai signifikansi sebesar (0,001 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas layanan (X1) dan kepuasan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan bertransaksi (Y). Dengan demikian, H3 diterima dan H03 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh secara simultan dari variabel kualitas layanan dan kepuasan terhadap keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di masyarakat Tamiang Hulu.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Semakin mendekati nilai 1, maka semakin kuat pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut.

Tabel 4.20
Koefisien Determinasi (R^2)

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 0,739 | 0,546 | 0,537 | 1,867 |

Sumber Data Primer diolah: 2026 (SPSS)

Berdasarkan Tabel di atas, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,546 atau 54,6% menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu kualitas layanan dan kepuasan, mampu menggambarkan pengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi sebesar 54,6%.

Sementara sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Masyarakat Bertransaksi Pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu.

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, variabel kualitas layanan (X1) menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,857 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 40,2% terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu.

Kualitas layanan agen BSI Smart kecamatan Tamiang Hulu mempengaruhi keputusan bertransaksi pada masyarakat, dipengaruhi oleh indikator keandalan (*reliability*), keandalan berkaitan dengan kemampuan agen dalam memberikan pelayanan yang akurat, tepat waktu, dan jarang terjadi kesalahan saat memproses transaksi. Kemudian jaminan (*assurance*), berkaitan dengan kemampuan agen dalam memberikan rasa aman, sopan santun, serta pengetahuan yang memadai tentang produk layanan. Selanjutnya *empathy* (empati), empati berkaitan dengan perhatian dan kepedulian agen terhadap kebutuhan masyarakat.. Berikutnya penampilan fisik (*tangibles*), ini mencakup kondisi tempat pelayanan, kerapian penampilan agen, serta kelengkapan fasilitas

yang digunakan dalam proses transaksi. Terakhir adalah daya tanggap (*responsiveness*), daya tanggap mencerminkan kesigapan agen dalam membantu dan merespons kebutuhan nasabah.

Secara teoritis kualitas layanan yang baik memiliki dampak yang bagus pada reputasi perusahaan hal tersebut dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan nasabah, menarik nasabah baru, dan membangun loyalitas, melalui kualitas layanan yang diberikan (Ma'rifah et al., 2022). Kondisi inilah yang pada akhirnya mendorong terbentuknya keputusan untuk melakukan transaksi. Sementara itu, (Sangi et al., 2022) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan mampu memberikan layanan yang sejalan dengan harapan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dipahami bahwa ketika masyarakat merasakan pelayanan yang nyaman, akurat, cepat, aman, serta penuh perhatian, maka harapan mereka terhadap layanan telah terpenuhi. Pemenuhan harapan ini menimbulkan rasa yakin dan percaya, sehingga mendorong masyarakat untuk memilih serta menggunakan layanan Agen BSI Smart secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktaviar, dkk (2024) bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ramadani, dkk (2024) bahwa

kualitas layanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada master cash & kredit kota pinang, selanjutnya penelitian yang dilakukan Janwar (2024) bahwa kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada alfamart Makasari, Sukabumi dan penelitian yang dilakukan oleh Susanti & Putra (2023) bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam melakukan transaksi keuangan.

Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baihaky, dkk (2022) yang menghasilkan bahwa kualitas layanan tidak memberikan pengaruh pada keputusan pembelian masyarakat pada tokkebi snack Malang.

4.7.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Masyarakat Bertransaksi Pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu.

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, variabel kepuasan (X_2) menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,086 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar ($0,003 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 36,8% terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu.

Kepuasan mempengaruhi keputusan bertransaksi Masyarakat pada Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu dikarenakan kesesuaian harapan, ini berkaitan dengan sejauh mana layanan yang diterima masyarakat sesuai dengan ekspektasi awal

mereka. Selanjutnya minat berkunjung kembali, ini mencerminkan keinginan masyarakat untuk melakukan transaksi ulang di masa mendatang menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan tidak hanya bersifat sementara, tetapi mampu membentuk niat perilaku yang berkelanjutan. Kemudian adalah kesediaan merekomendasikan berkaitan dengan kemauan masyarakat untuk menyarankan layanan Agen BSI Smart kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat yang merasa puas cenderung bersedia merekomendasikan kepada keluarga, teman, atau kerabat. Kesediaan merekomendasikan merupakan bentuk kepercayaan dan kepuasan yang tinggi terhadap layanan yang diterima.

Secara teoritis, Sebagaimana dijelaskan oleh (Hayati, 2019), kepuasan nasabah merupakan reaksi setelah pembelian di mana nasabah merasakan bahwa hasil yang diperoleh minimal sama atau melampaui harapan yang dimiliki. Sementara itu, (Tjiptono, 2020) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan harapan. Lebih lanjut, (Sholeha et al., 2018) menyampaikan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap berbagai aspek penting, termasuk loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki komitmen untuk terus menggunakan layanan serta menunjukkan perilaku positif seperti melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain.

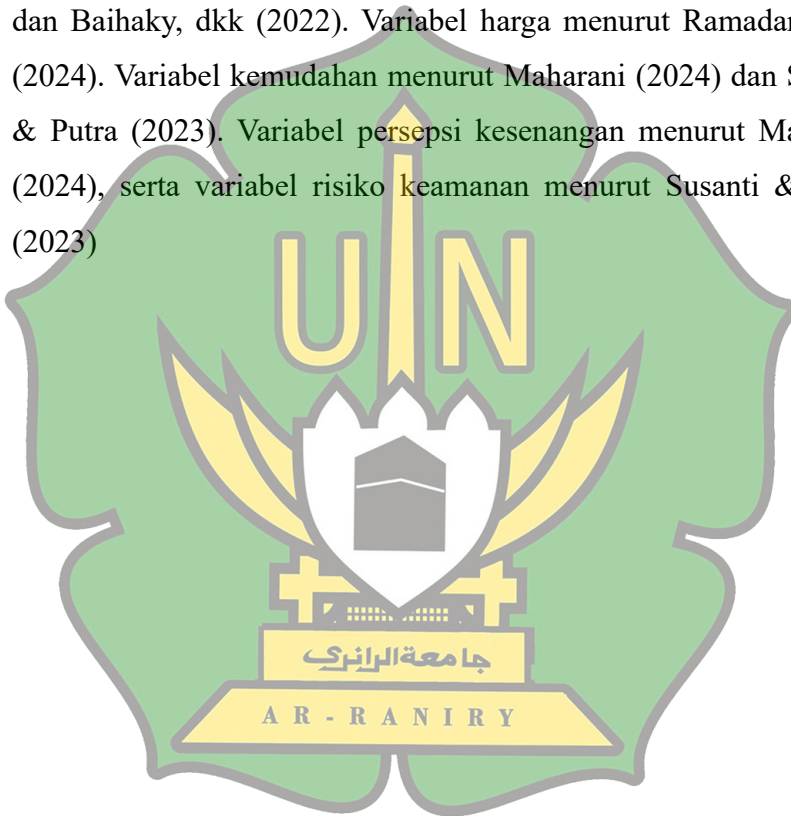
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadani, dkk (2024) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Master Cash & Kredit Kota Pinang. Selanjutnya, penelitian Janwar (2024) juga mendukung hasil penelitian ini, di mana kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Makasari Sukabumi.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Maharani (2024) yang menemukan bahwa variabel kepuasan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada item game online Free Fire. Dalam penelitian tersebut, keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh variabel lain dibandingkan kepuasan.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Secara Simultan Terhadap Keputusan Masyarakat Bertransaksi Pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan melalui uji F, diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($58,406 > 3,09$), dengan nilai signifikan sebesar ($0,001 < 0,05$) dan nilai R square sebesar 0,546 atau 54,6%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) dan kepuasan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi pada Agen BSI Smart Kecamatan Tamiang Hulu. Dengan besar pengaruh kedua variabel tersebut yaitu sebesar 54,6%, dan 45,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar

penelitian ini. Pada penelitian terdahulu, variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan bertransaksi selain kualitas layanan dan kepuasan adalah kepercayaan dan kenyamanan menurut Oktaviar, dkk (2024). Variabel kualitas produk menurut Ramadani, dkk (2024) dan Baihaky, dkk (2022). Variabel harga menurut Ramadani, dkk (2024). Variabel kemudahan menurut Maharani (2024) dan Susanti & Putra (2023). Variabel persepsi kesenangan menurut Maharani (2024), serta variabel risiko keamanan menurut Susanti & Putra (2023)



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi pada Agen BSI Smart (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh agen, maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk melakukan transaksi.
2. Kepuasan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu. Artinya, tingkat kepuasan masyarakat yang tinggi akan mendorong peningkatan keputusan untuk bertransaksi.
3. Secara simultan, kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi yang kuat dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bertransaksi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Agen BSI Smart di Kecamatan Tamiang Hulu, diharapkan agar terus meningkatkan kualitas layanan, seperti keramahan, kecepatan pelayanan, ketepatan transaksi, serta kemampuan dalam memberikan informasi yang jelas kepada nasabah. Agen BSI Smart juga perlu menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat dengan memastikan kenyamanan, keamanan, serta kemudahan dalam setiap proses transaksi agar masyarakat tetap loyal dan terus menggunakan layanan yang tersedia.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan bertransaksi, seperti kepercayaan, kemudahan penggunaan, lokasi, atau faktor teknologi digital, sehingga penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya menggunakan metode kuantitatif dapat memperluas objek penelitian atau jumlah responden agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Absarihim. (2024). Peran Bank Syariah Sebagai Sumber Alternatif Pembiayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal of Islamic Economics and Socia*, 2, 117–122. <https://doi.org/10.32923/ejesh.v2i1.4194>
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1, 67–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Akademika*, 20(2), 169–175.
- Anjelisa, Fatmawati, I., & Nuryakin. (2023). The Effect Of Islamic Service Quality On Customers SatIsfsction And Loyalty In Islamic. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 3(1), 70–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/ijmsit.v3i1.1041> THE
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Asmita, N. (2025). Pembiayaan Syariah: Konsep dan Implementasi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10, 221–230.
- Azizah, A. A., Mujaddid, A. Y., & Farida, D. N. (2021). The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah. *Journal of Islamic Finance and Banking*, 3(1), 63–82. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8158>

- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2).
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Tentang Kami PT Bank Syariah Indonesia Tbk*. PT Bank Syariah Indonesia Tbk. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- BPS. (2024). *Kecamatan Tamiang Hulu Dalam Angka 2024 Tamiang Hulu Subdistrict In Figures 2024* (B. A. Tamiang (ed.)). BPS Aceh Tamiang.
- BSI, (Bank Syariah Indonesia). (2025). *BSI Agen*. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/promo/bsi-agen-mudah-dan-bermanfaat>
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2017). *Fatwa DSN-MUI Nomor 113/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Wakalah Bi Al-Ujrah*.
- Diani, R., & Kusuma, M. (2021). karakteristik Perjanjian Keagenan Dalam Kajian Hukum Perdata. *Jurnal Tripantang*, 7, 1–12.
- Fauzan, M. (2020). Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah Di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra kantor Pemasaran Asuransi Pematangsiantar. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 39–47.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Harahap, A. R., Ruslan, D., & Fitrawaty. (2018). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty of Muamalat Bank Branches Tanjung Balai. *Journal of Business and Management Science*, 5(3), 72–76.
- Hasibuan, A. N., & Nofianawati. (2021). *Pemahaman Masyarakat Kota Padang Sidempuan Tentang Produk Perbankan Syariah*. Akademia Pustaka.

- Hayati, I. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *Aghniya Jurnal Ekono Islam*, 1(2), 234–250.
- Herawati, E., Sakdiah, K., & Zaki, A. (2024). Implementasi Strategi Bauran Promosi Agen BSI Smart Sebagai Program Laku Pandai (Studi Kasus Agen BSI Smart di Kec. Wampu). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(3), 17–34.
- Hutagalung, M. W. R. (2021). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Merdeka Kreasi.
- Ichsan, N. (2016). Akad Bank Syariah. *Ilmu Syariah Dan Hukum*, 50, 399–423.
- Janwar, T. Z. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus Alfamart Makasari Sukabumi). *Adijaya: Jurnal Multidisiplin*, 2(4), 348–355.
- Jusuf, D. I., & Munandar, D. (2021). The Effect Of Consumers ' Behavior And Perceived Riks On Purchase Decisions Among Online Shop Consumers. *Jurnal Trikonomika*, 20(2), 90–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/trikononika.v20i2.4980>
- Karim, A. (2016). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (11th ed.). Raja Grafindo Persada.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522–2532. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (L. Albelli (ed.); 17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

- Liana, T. U., Saputra, N., & Firah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian produk pada PT. Expravet Nasuba Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(1), 100–110.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jbc.v8i1.3606>
- Ma'rifah, D. N., Jatmiko, R. D., & Andharini, S. N. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Mediated by Customer Loyalty (Study on Garnier Customers In Malang City). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02(01).
<https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i1.20696>
- Maylani, D., Selfiya, Ningtiyas, S. D. A., & Fatimatusahro. (2023). Analisis Peran Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dan Memperluas Pangsa Pasar Pada PT Pegadaian (Persero) UPC Tongas Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka (EMBA)*, 2(3), 256–266.
- Munandar, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi* (Issue August). Media Sains Indonesia.
- Noviana, R. Z., Santoso, S., & Purnomo, R. A. (2020). Peran Pembiayaan Mikro Express Bank Mitra Syariah Dalam Meningkatkan Kemandirian Pedagang pasar. *Ekonomo Syariah Teori Dan Terapan*, 7(9), 1170–1785.
<https://doi.org/10.20473/vol7iss20209pp1770-1785>
- Octavia, A., Zulfanetty, & Erida. (2017). *Pemasaran Strategik Berorientasi Pasar (Strategi Meningkatkan Bisnis UMKM)*. Salim Media Indonesia.
- Oktaviar, C., Arief, H., & Saratian, E. T. P. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6791–6796.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*.

- Pratikto, M. I. surya, & Afiq, M. K. (2021). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dan Potensi Financial Distress Menggunakan Metode RGEC Dan ZMIJEWSKI Pada Bank BNI Syariah Tahun 2015-2019. *Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(5), 570–581. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20215pp570-581>
- Putera, A. P. (2014). Karakteristik Keagenan Bank. *Jurnal Yuridika*, 29(3), 259–273. <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/ydk.v29i3.371>
- Putra, D. adrisal, & Triwardhani, D. (2023). pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna shopee di kota Solok. *Jurnal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori* (A. Jibril (ed.)). Nasya Expanding Management.
- Putri, P., & Junaidi, J. (2022). pengaruh kualitas pelayanan, komitmen dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah. *Jurnal Syarikah*, 8(2), 175–184.
- Rahayu, S., Wicaksono, S., & Mentarini, A. (2026). *Membangun Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (pendekatan Teoritis dan Praktis)*. Media Pustaka Indo.
- Ramadhani, S., Nasution, N. L., & Zebua, Y. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Master Cash & Credit Kotapinang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4850–4864.
- Ratnasari, E. (2023). Peran Agen BRILink. *Jurnal UNKA(Universitas Kapuas Sintang)*, 21(1), 192–197.
- Risnawati, S., & Fasa, M. I. (2023). Peran Iklan Dalam meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Pada Bank

- Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 19–26.
<https://doi.org/https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.938>
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smart6phone Xiaomi di Universitas Nusa Cendana. *Journal of Management*, 11(1), 49–64.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2318>
- Salsabila, R., M, N. Z., & Anggraini, T. (2024). Strategi Agen BSI Smart Dalam Meberikan Layanan Kepada Masyarakat Pedesaan(studi pada masyarakat Babussalam kabupaten Aceh Tenggara). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Wirausahaan (JPEK)*, 8(3), 969–984.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27854>
- Sangi, intan monica salma, Temengkel, lucky franky, & Mukuan, D. (2022). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Indonesia, tbk. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3.
- Saragih, L., Banjarnahor, A. R., Anggraini, N., Sudarso, A., Muliatie, Y. E., Lie, D., Purnomo, Y., Purba, B., Sudarmanto, E., Prasetio, A., & Kuswandy, S. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Penulis.
- Setyawan, N. K., & Rachmawati, I. (2024). The Influence of E-Servqual and Banking Service Quality on Customer Retention Intention in My-BCA Application with Customer Satisfaction as a Mediating Variable. *Internasional Journal of Integrative Sciences (IJIS)*, 3(12), 1601–1612.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/ijis.v3i12.12978>
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten Banyuwangi. *Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15–25.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v12il.6465>

- Sri, I., Nurmaini, & May, R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, N. L. P. R., & Putra, I. M. P. D. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, kualitas layanan, dan risiko keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam transaksi keuangan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(3), 407–420. doi:10.24843/EEB.2023.v12.i03.p05
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (2nd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Andi Offset.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Kimshafi Alung Cipta.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya Dwi Pratiwi, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi Strata Satu (S1) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Keputusan Bertransaksi pada Agen BSI Smart (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Tamiang Hulu).*”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart, khususnya di Kecamatan Tamiang Hulu. Sehubungan dengan hal tersebut, saya menyusun kuesioner ini untuk memperoleh data dari Bapak/Ibu/Saudara(i) yang telah bertransaksi atau memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan Agen BSI Smart.

Saya dengan sangat... hormat memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman yang dimiliki. Jawaban yang diberikan akan sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini.

Dengan ini saya tegaskan bahwa:

1. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya
2. Data hanya digunakan untuk kepentingan akademik
3. Tidak ada jawaban benar atau salah, karena semua pendapat responden sama pentingnya.

Atas perhatian, kesediaan, dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara(i), saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.
Hormat saya,

Dwi Pratiwi

A. Biodata Responden

1. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

2. Usia

17-25 tahun

44-52 tahun

26-34 tahun

52-60 tahun

35-43 tahun

>60 tahun

3. Pernah melakukan transaksi pada agen BSI Smart lebih dari 3 kali

Ya

Tidak

4. Desa/kampung tempat tinggal

Kaloy
tiga

Perkebunan pulau

Rongoh

Bandar setia

Alur tani satu

Harumsari

Alur tani dua

Wonosari

Bandar Khalifah

5. Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa

Ibu Rumah Tangga

Petani

Lainnya

Wirausaha/pedagang

6. Pendidikan Terakhir

SD/Sederajat

Sarjana (S1)

SMP/Sederajat

Pascasarjana (S2)

SMA/SMK/Sederajat

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Setiap pernyataan di bawah ini bertujuan untuk mengukur persepsi dan pendapat Anda mengenai kualitas layanan dan kepuasan terhadap keputusan bertransaksi masyarakat pada agen BSI Smart kecamatan Tamiang Hulu. Silakan memilih salah satu dari lima pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS): Anda sama sekali tidak setuju dengan pernyataan ini.
- 2 = Tidak Setuju (TS): Anda merasa tidak setuju dengan pernyataan ini.
- 3 = Kurang Setuju (KS): Anda cenderung kurang setuju terhadap pernyataan yang diberikan.
- 4 = Setuju (S): Anda merasa setuju dengan pernyataan ini.
- 5 = Sangat Setuju (SS): Anda sangat setuju dengan pernyataan ini.

1. Kualitas layanan (X1)

| No | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|----|---|-----|----|----|---|----|
| 1 | Agen BSI Smart memberikan pelayanan yang baik | | | | | |
| 2 | Agen BSI Smart jarang melakukan kesalahan saat memberikan pelayanan | | | | | |
| 3 | Agen BSI Smart cepat dalam merespons permintaan atau keluhan | | | | | |
| 4 | Saya merasa dilayani dengan sigap oleh agen BSI Smart | | | | | |
| 5 | Saya merasa aman saat melakukan transaksi pada Agen BSI Smart | | | | | |
| 6 | Agen BSI Smart menguasai pekerjaannya dan dapat di percaya | | | | | |
| 7 | Agen BSI Smart selalu sopan dan menghargai nasabah. | | | | | |
| 8 | Agen BSI Smart menunjukkan kepedulian terhadap keluhan dan kebutuhan saya | | | | | |
| 9 | Penampilan agen dan tempat agen BSI Smart bersih juga tertata rapi. | | | | | |
| 10 | Peralatan di agen BSI Smart, seperti mesin dan meja, berfungsi dengan baik. | | | | | |

2. Kepuasan (X2)

| No | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1 | Layanan dari agen BSI Smart sesuai harapan saya | | | | | |
| 2 | Saya merasa puas dengan layanan agen BSI Smart | | | | | |
| 3 | Saya ingin terus bertransaksi di agen BSI Smart. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 4 | Saya merasa nyaman bertransaksi di agen BSI Smart | | | | | |
| 5 | Saya bersedia menyarankan keluarga atau teman menggunakan agen BSI Smart. | | | | | |
| 6 | Saya akan memberitahu orang lain bahwa pelayanan di agen BSI Smart baik | | | | | |

3. Keputusan bertransaksi (Y)

| No | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1 | Proses transaksi di agen BSI Smart mudah dipahami | | | | | |
| 2 | Agen BSI Smart memudahkan saya dalam melakukan transaksi | | | | | |
| 3 | Layanan agen BSI Smart sesuai dengan kebutuhan saya | | | | | |
| 4 | Layanan agen BSI Smart sesuai dengan keinginan saya | | | | | |
| 5 | Saya merasa puas memilih agen BSI Smart untuk bertransaksi | | | | | |
| 6 | Saya yakin agen BSI Smart adalah pilihan yang tepat untuk saya | | | | | |
| 7 | Biaya transaksi di agen BSI Smart terjangkau untuk saya | | | | | |
| 8 | Saya memilih agen BSI Smart karena biayanya lebih murah dan terjangkau | | | | | |

Lampiran 2 Jawaban Responden

A. KUALITAS LAYANAN (X1)

| No | KUALITAS LAYANAN (X1) | | | | | | | | | | TOTAL |
|----|-----------------------|----|------|----|------|----|------|----|------|-----|-------|
| | X1.1 | | X1.2 | | X1.3 | | X1.4 | | X1.5 | | |
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 7 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 8 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 29 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 35 |
| 11 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 31 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 15 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 29 |
| 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 18 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 26 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 27 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 33 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 28 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 29 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 31 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 32 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 31 |
| 33 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 27 |
| 34 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 36 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 37 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 38 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 30 |
| 39 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 35 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 42 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 31 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 51 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 58 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 59 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 30 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 61 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 35 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 66 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 67 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 69 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 70 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 71 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 72 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 86 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 87 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 91 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 92 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 93 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 94 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 95 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 97 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 99 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 32 |
| 100 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |

B. KEPUASAN (X2)

| No | KEPUASAN (X2) | | | | | | TOTAL |
|----|---------------|-----|------|-----|------|-----|-------|
| | X2.1 | | X2.2 | | X2.3 | | |
| | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | |
| 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 6 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 7 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 9 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 12 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 13 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 19 |
| 16 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 21 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 28 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 29 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 31 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 32 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 34 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 35 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 37 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 38 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 15 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 42 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 45 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 22 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 51 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 54 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 20 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 21 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 58 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 18 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 63 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 17 |
| 67 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 70 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 72 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 19 |
| 73 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 20 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 80 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 87 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 93 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 97 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

C. KEPUTUSAN BERTRANSAKSI (Y)

| No | KEPUTUSAN BERTRANSAKSI (Y) | | | | | | | | TOTAL |
|----|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| | Y.1 | | Y.2 | | Y.3 | | Y.4 | | |
| | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | |
| 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 6 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 25 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 27 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |

| | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 14 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 25 |
| 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 27 |
| 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 22 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 28 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 29 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 31 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 27 |
| 32 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 33 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 34 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 38 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 23 |
| 39 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 42 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 21 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 29 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |

| | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 47 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 25 |
| 48 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 25 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 26 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 60 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 61 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 67 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 70 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 71 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 72 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 28 |
| 79 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |

| | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 80 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 86 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 24 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 90 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 94 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 97 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 98 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 99 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 100 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |

Lampiran 3 karakteristik responden

A. Berdasarkan jenis kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|----|---------------|--------|------------|
| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
| 1 | Laki-laki | 42 | 42% |
| 2 | Perempuan | 58 | |

B. Berdasarkan umur

| NO | Umur (Tahun) | Jumlah | Persentase |
|-------|--------------|--------|------------|
| 1 | 17-23 | 53 | 53% |
| 2 | 24-30 | 19 | 19% |
| 3 | 31-37 | 9 | 9% |
| 4 | 38-44 | 8 | 8% |
| 5 | >45 | 11 | 11% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

C. Berdasarkan jumlah pengalaman bertransaksi

| NO | Pengalaman Transaksi | Jumlah | Persentase |
|-------|----------------------|--------|------------|
| 1 | 3-6 kali | 23 | 23% |
| 2 | 7-10 kali | 25 | 25% |
| 3 | >10 kali | 52 | 52% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

D. Berdasarkan domisili

| NO | Nama Desa | Jumlah | Persentase |
|-------|----------------------|--------|------------|
| 1 | Kaloy | 53 | 41% |
| 2 | Rongoh | 3 | 5% |
| 3 | Alur Tani Satu | 4 | 3% |
| 4 | Alur Tani Dua | 12 | 11% |
| 5 | Bandar Khalifah | 12 | 14% |
| 6 | Perkbunan Pulau Tiga | 9 | 18% |
| 7 | Bandar Setia | 1 | 3% |
| 8 | Harum Sari | 5 | 4% |
| 9 | Wonosari | 1 | 1% |
| TOTAL | | 100 | 100 |

E. Berdasarkan jenis pekerjaan

| No | Jenis Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|-------|--------------------|--------|------------|
| 1 | Pelajar/mahasiswa | 40 | 40% |
| 2 | Petani | 12 | 12% |
| 3 | Wirausaha/pedagang | 12 | 12% |
| 4 | Ibu rumah tangga | 16 | 16% |
| 5 | Lainnya | 20 | 20% |
| TOTAL | | 100 | 100 |

F. Berdasarkan tingkat pendidikan

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|-------|--------------------|--------|------------|
| 1 | SD | 2 | 2% |
| 2 | SMP | 9 | 9% |
| 3 | SMA | 70 | 70% |
| 4 | S1 | 19 | 19% |
| 5 | S2 | - | - |
| TOTAL | | 100 | 100 |

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

A. Hasil uji validitas variabel X1

Correlations

| | | KL1 | KL2 | KL3 | KL4 | KL5 | KL6 | KL7 | KL8 | KL9 | KL10 | X1 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| KL1 | Pearson Correlation | 1 | .356** | .329** | .530** | .454** | .248* | .179 | .137 | .323** | .298** | .637** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .001 | .000 | .000 | .013 | .075 | .174 | .001 | .003 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL2 | Pearson Correlation | .356** | 1 | .479** | .446** | .213* | .255* | .247* | .428** | .518** | .226* | .688** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .034 | .010 | .013 | .000 | .000 | .024 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL3 Pearson Correlation | .329** | .479** | 1 | .539** | .186 | .246* | .129 | .348** | .330** | .257** | .650** |
| Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | | .000 | .064 | .014 | .200 | .000 | .001 | .010 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL4 Pearson Correlation | .530** | .446** | .539** | 1 | .297** | .278** | .270** | .375** | .433** | .337** | .759** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .003 | .005 | .007 | .000 | .000 | .001 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL5 Pearson Correlation | .454** | .213* | .186 | .297** | 1 | .345** | .143 | .100 | .190 | .273** | .518** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .034 | .064 | .003 | | .000 | .156 | .324 | .058 | .006 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL6 Pearson Correlation | .248* | .255* | .246* | .278** | .345** | 1 | .325** | .257** | .317** | .309** | .578** |
| Sig. (2-tailed) | .013 | .010 | .014 | .005 | .000 | | .001 | .010 | .001 | .002 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL7 Pearson Correlation | .179 | .247* | .129 | .270** | .143 | .325** | 1 | .281** | .276** | .177 | .490** |
| Sig. (2-tailed) | .075 | .013 | .200 | .007 | .156 | .001 | | .005 | .005 | .078 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL8 Pearson Correlation | .137 | .428** | .348** | .375** | .100 | .257** | .281** | 1 | .275** | .327** | .577** |

| | | | | | | | | | | | | |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .174 | .000 | .000 | .000 | .324 | .010 | .005 | | .006 | .001 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL9 | Pearson Correlation | .323** | .518** | .330** | .433** | .190 | .317** | .276** | .275** | 1 | .120 | .624** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .001 | .000 | .058 | .001 | .005 | .006 | | .236 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KL10 | Pearson Correlation | .298** | .226* | .257** | .337** | .273** | .309** | .177 | .327** | .120 | 1 | .544** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .024 | .010 | .001 | .006 | .002 | .078 | .001 | .236 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1 | Pearson Correlation | .637** | .688** | .650** | .759** | .518** | .578** | .490** | .577** | .624** | .544** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

B. Hasil uji validitas variabel X2

Correlations

| | | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | KP5 | KP6 | X2 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------|--------|
| KP1 | Pearson Correlation | 1 | .502** | .558** | .487** | .255* | .024 | .743** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .010 | .810 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KP2 | Pearson Correlation | .502** | 1 | .386** | .386** | .376** | .024 | .698** |

| | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .810 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KP3 | Pearson Correlation | .558** | .386** | 1 | .405** | .153 | .062 | .682** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .128 | .542 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KP4 | Pearson Correlation | .487** | .386** | .405** | 1 | .343** | .094 | .715** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .350 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KP5 | Pearson Correlation | .255* | .376** | .153 | .343** | 1 | .173 | .606** |
| | Sig. (2-tailed) | .010 | .000 | .128 | .000 | | .085 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KP6 | Pearson Correlation | .024 | .024 | .062 | .094 | .173 | 1 | .358** |
| | Sig. (2-tailed) | .810 | .810 | .542 | .350 | .085 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2 | Pearson Correlation | .743** | .698** | .682** | .715** | .606** | .358** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

AR - RANIRY

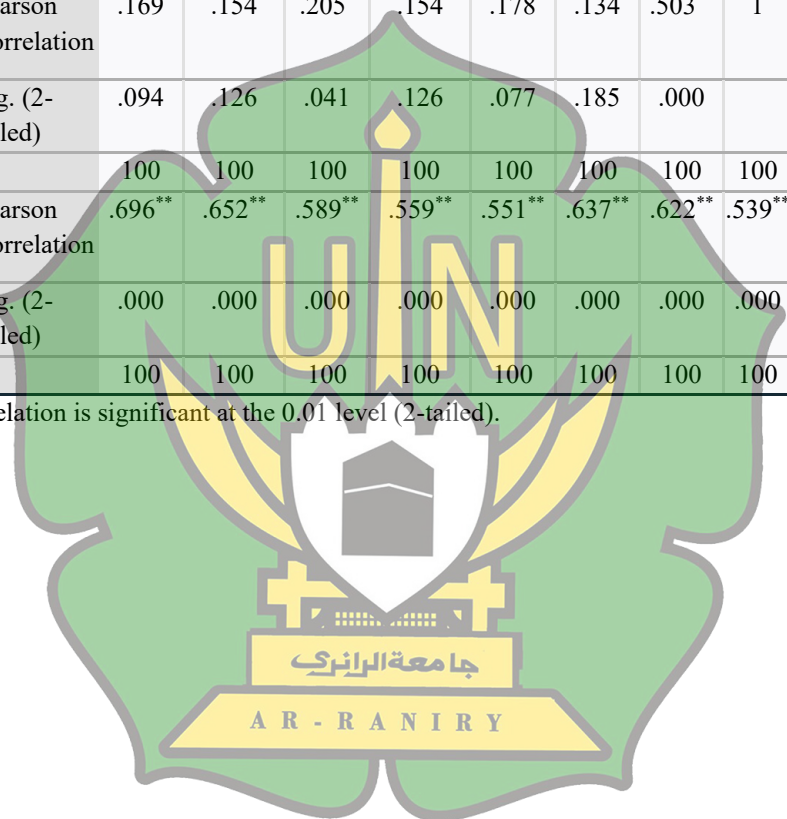
C. Hasil uji validitas variabel Y

Correlations

| | | KB1 | KB2 | KB3 | KB4 | KB5 | KB6 | KB7 | KB8 | Y |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|
| KB1 | Pearson Correlation | 1 | .471** | .411** | .271** | .243* | .437** | .415** | .169 | .696** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .006 | .015 | .000 | .000 | .094 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KB2 | Pearson Correlation | .471** | 1 | .287** | .320** | .358** | .322** | .312** | .154 | .652** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .004 | .001 | .000 | .001 | .002 | .126 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KB3 | Pearson Correlation | .411** | .287** | 1 | .361** | .232* | .322** | .116 | .205* | .589** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .004 | | .000 | .020 | .001 | .252 | .041 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KB4 | Pearson Correlation | .271** | .320** | .361** | 1 | .260** | .250* | .177 | .154 | .559** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | .001 | .000 | | .009 | .012 | .078 | .126 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KB5 | Pearson Correlation | .243* | .358** | .232* | .260** | 1 | .337** | .054 | .178 | .551** |
| | Sig. (2-tailed) | .015 | .000 | .020 | .009 | | .001 | .595 | .077 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KB6 | Pearson Correlation | .437** | .322** | .322** | .250* | .337** | 1 | .309** | .134 | .637** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .001 | .012 | .001 | | .002 | .185 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KB7 | Pearson Correlation | .415** | .312** | .116 | .177 | .054 | .309** | 1 | .503** | .622** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .002 | .252 | .078 | .595 | .002 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KB8 | Pearson Correlation | .169 | .154 | .205* | .154 | .178 | .134 | .503** | 1 | .539** |
| | Sig. (2-tailed) | .094 | .126 | .041 | .126 | .077 | .185 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | .696** | .652** | .589** | .559** | .551** | .637** | .622** | .539** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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



Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

A. Kualitas layanan (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .812 | 10 |

B. Kepuasan X2

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .702 | 6 |

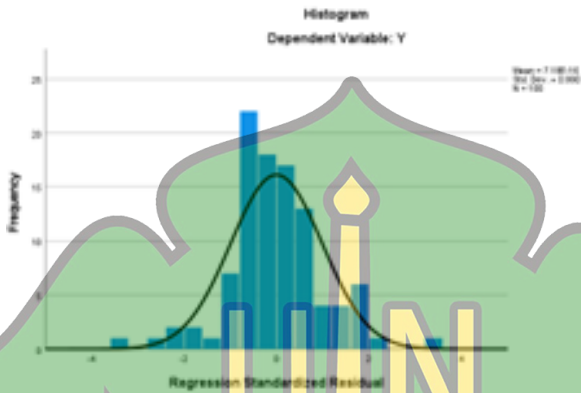
C. Keputusan bertransaksi (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .749 | 8 |

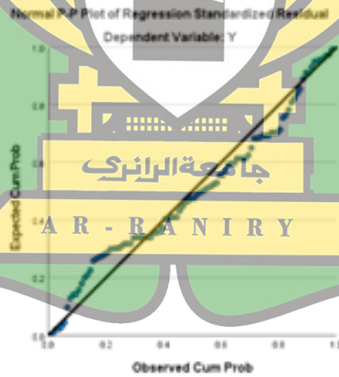
AR - RANIRY

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas

A. Hasil uji normalitas menggunakan histogram



B. Hasil uji normalitas menggunakan p-plot



Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas

A. Hasil uji multikolinearitas dengan melihat nilai tolerance dan VIF

| Model | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients | | Collinearity Statistics | | |
|-------|-----------------------------|------------|-------|---------------------------|--------|-------------------------|------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF | |
| 1 | (Constant) | 1.853 | 1.328 | | 1.395 | | | |
| | X1 | -.083 | .046 | -.237 | -1.804 | .074 | .577 | 1.734 |
| | X2 | .113 | .080 | .185 | 1.409 | .162 | .577 | 1.734 |

a. Dependent Variable: ABS_RES

B. Hasil uji multikolinearitas menggunakan scatterplot



Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.853 | 1.328 | | 1.395 | .166 |
| | X1 | -.083 | .046 | -.237 | -1.804 | .074 |
| | X2 | .113 | .080 | .185 | 1.409 | .162 |

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.082 | 1.979 | | 3.073 | .003 |
| | X1 | .402 | .069 | .528 | 5.857 | <.001 |
| | X2 | .368 | .119 | .278 | 3.086 | .003 |

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 10 Hasil Uji T (parsial)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.082 | 1.979 | | 3.073 | .003 |
| | X1 | .402 | .069 | .528 | 5.857 | <.001 |
| | X2 | .368 | .119 | .278 | 3.086 | .003 |

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 11 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 407.010 | 2 | 203.505 | 58.406 | <,001 ^b |
| | Residual | 337.980 | 97 | 3.484 | | |
| | Total | 744.990 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Y

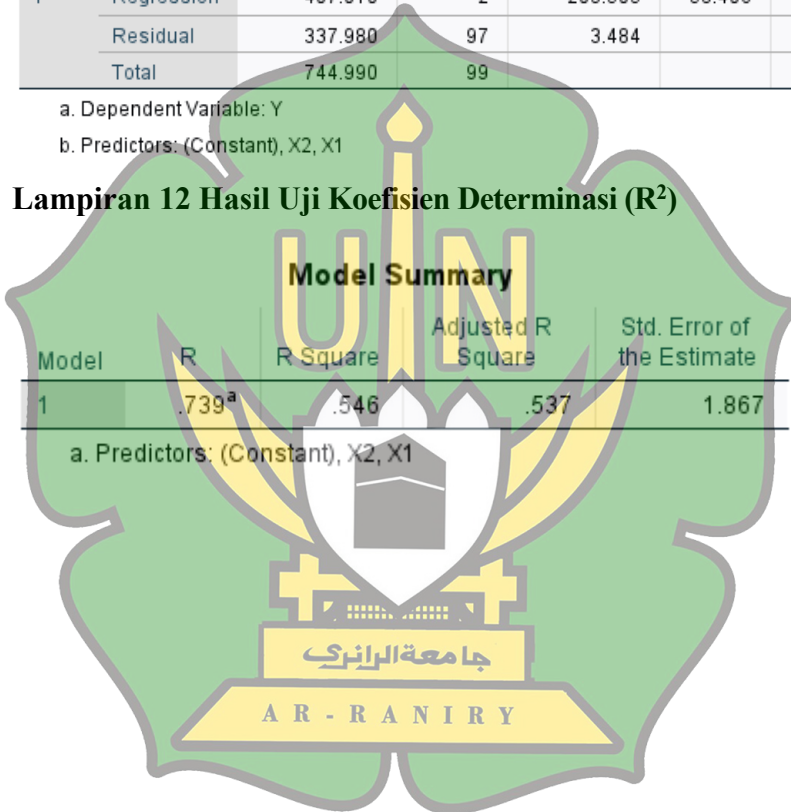
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .739 ^a | .546 | .537 | 1.867 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1



Lampiran 13 r tabel

df= 100-2= 98 jadi r tabel 0,196

Tabel r untuk df = 1 - 50

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 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 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5744 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4556 | 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 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3973 | 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 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 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 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 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 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

Tabel r untuk df = 51 - 100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 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 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 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 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 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 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 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 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2212 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2198 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 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 | 0.3430 |
| 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 | 0.2050 | 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 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 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 | 0.2540 | 0.3211 |

Lampiran 14 t tabel

$df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ jadi T tabel sebesar 1.984

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|-----------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 1 | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.82052 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |
| 25 | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |
| 33 | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

| df \ Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 41 | 0.68052 | 1.30254 | 1.68288 | 2.01954 | 2.42080 | 2.70118 | 3.30127 |
| 42 | 0.68038 | 1.30204 | 1.68195 | 2.01808 | 2.41847 | 2.69807 | 3.29595 |
| 43 | 0.68024 | 1.30155 | 1.68107 | 2.01669 | 2.41625 | 2.69510 | 3.29089 |
| 44 | 0.68011 | 1.30109 | 1.68023 | 2.01537 | 2.41413 | 2.69228 | 3.28607 |
| 45 | 0.67998 | 1.30065 | 1.67943 | 2.01410 | 2.41212 | 2.68959 | 3.28148 |
| 46 | 0.67986 | 1.30023 | 1.67866 | 2.01290 | 2.41019 | 2.68701 | 3.27710 |
| 47 | 0.67975 | 1.29982 | 1.67793 | 2.01174 | 2.40835 | 2.68456 | 3.27291 |
| 48 | 0.67964 | 1.29944 | 1.67722 | 2.01063 | 2.40658 | 2.68220 | 3.26891 |
| 49 | 0.67953 | 1.29907 | 1.67655 | 2.00958 | 2.40489 | 2.67995 | 3.26508 |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67358 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.67890 | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.39480 | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.23680 |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.00100 | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.38330 | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.21260 |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.64790 | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.66660 | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.66600 | 1.99300 | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.29310 | 1.66571 | 1.99254 | 2.37780 | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.99210 | 2.37710 | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

| df \ Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 15 f tabel

df= 100-2-1=97 f tabel= 3,09

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | 161 | 199 | 216 | 225 | 230 | 234 | 237 | 239 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 245 | 246 |
| 2 | 18.51 | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 | 19.33 | 19.35 | 19.37 | 19.38 | 19.40 | 19.40 | 19.41 | 19.42 | 19.42 | 19.43 |
| 3 | 10.13 | 9.55 | 9.28 | 9.12 | 9.01 | 8.94 | 8.89 | 8.85 | 8.81 | 8.79 | 8.76 | 8.74 | 8.73 | 8.71 | 8.70 |
| 4 | 7.71 | 6.94 | 6.59 | 6.39 | 6.26 | 6.16 | 6.09 | 6.04 | 6.00 | 5.96 | 5.94 | 5.91 | 5.89 | 5.87 | 5.86 |
| 5 | 6.61 | 5.79 | 5.41 | 5.19 | 5.05 | 4.95 | 4.88 | 4.82 | 4.77 | 4.74 | 4.70 | 4.68 | 4.66 | 4.64 | 4.62 |
| 6 | 5.99 | 5.14 | 4.76 | 4.53 | 4.39 | 4.28 | 4.21 | 4.15 | 4.10 | 4.06 | 4.03 | 4.00 | 3.98 | 3.96 | 3.94 |
| 7 | 5.59 | 4.74 | 4.35 | 4.12 | 3.97 | 3.87 | 3.79 | 3.73 | 3.68 | 3.64 | 3.60 | 3.57 | 3.55 | 3.53 | 3.51 |
| 8 | 5.32 | 4.46 | 4.07 | 3.84 | 3.69 | 3.58 | 3.50 | 3.44 | 3.39 | 3.35 | 3.31 | 3.28 | 3.26 | 3.24 | 3.22 |
| 9 | 5.12 | 4.26 | 3.86 | 3.63 | 3.48 | 3.37 | 3.29 | 3.23 | 3.18 | 3.14 | 3.10 | 3.07 | 3.05 | 3.03 | 3.01 |
| 10 | 4.96 | 4.10 | 3.71 | 3.48 | 3.33 | 3.22 | 3.14 | 3.07 | 3.02 | 2.98 | 2.94 | 2.91 | 2.89 | 2.86 | 2.85 |
| 11 | 4.84 | 3.98 | 3.59 | 3.36 | 3.20 | 3.09 | 3.01 | 2.95 | 2.90 | 2.85 | 2.82 | 2.79 | 2.76 | 2.74 | 2.72 |
| 12 | 4.75 | 3.89 | 3.49 | 3.26 | 3.11 | 3.00 | 2.91 | 2.85 | 2.80 | 2.75 | 2.72 | 2.69 | 2.66 | 2.64 | 2.62 |
| 13 | 4.67 | 3.81 | 3.41 | 3.18 | 3.03 | 2.92 | 2.83 | 2.77 | 2.71 | 2.67 | 2.63 | 2.60 | 2.58 | 2.55 | 2.53 |
| 14 | 4.60 | 3.74 | 3.34 | 3.11 | 2.96 | 2.85 | 2.76 | 2.70 | 2.65 | 2.60 | 2.57 | 2.53 | 2.51 | 2.48 | 2.46 |
| 15 | 4.54 | 3.68 | 3.29 | 3.06 | 2.90 | 2.79 | 2.71 | 2.64 | 2.59 | 2.54 | 2.51 | 2.48 | 2.45 | 2.42 | 2.40 |
| 16 | 4.49 | 3.63 | 3.24 | 3.01 | 2.85 | 2.74 | 2.66 | 2.59 | 2.54 | 2.49 | 2.46 | 2.42 | 2.40 | 2.37 | 2.35 |
| 17 | 4.45 | 3.59 | 3.20 | 2.96 | 2.81 | 2.70 | 2.61 | 2.55 | 2.49 | 2.45 | 2.41 | 2.38 | 2.35 | 2.33 | 2.31 |
| 18 | 4.41 | 3.55 | 3.16 | 2.93 | 2.77 | 2.66 | 2.58 | 2.51 | 2.46 | 2.41 | 2.37 | 2.34 | 2.31 | 2.29 | 2.27 |
| 19 | 4.38 | 3.52 | 3.13 | 2.90 | 2.74 | 2.63 | 2.54 | 2.48 | 2.42 | 2.38 | 2.34 | 2.31 | 2.28 | 2.26 | 2.23 |
| 20 | 4.35 | 3.49 | 3.10 | 2.87 | 2.71 | 2.60 | 2.51 | 2.45 | 2.39 | 2.35 | 2.31 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 |
| 21 | 4.32 | 3.47 | 3.07 | 2.84 | 2.68 | 2.57 | 2.49 | 2.42 | 2.37 | 2.32 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 | 2.18 |
| 22 | 4.30 | 3.44 | 3.05 | 2.82 | 2.66 | 2.55 | 2.46 | 2.40 | 2.34 | 2.30 | 2.26 | 2.23 | 2.20 | 2.17 | 2.15 |
| 23 | 4.28 | 3.42 | 3.03 | 2.80 | 2.64 | 2.53 | 2.44 | 2.37 | 2.32 | 2.27 | 2.24 | 2.20 | 2.18 | 2.15 | 2.13 |
| 24 | 4.26 | 3.40 | 3.01 | 2.78 | 2.62 | 2.51 | 2.42 | 2.36 | 2.30 | 2.25 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.13 | 2.11 |
| 25 | 4.24 | 3.39 | 2.99 | 2.76 | 2.60 | 2.49 | 2.40 | 2.34 | 2.28 | 2.24 | 2.20 | 2.16 | 2.14 | 2.11 | 2.09 |
| 26 | 4.23 | 3.37 | 2.98 | 2.74 | 2.59 | 2.47 | 2.39 | 2.32 | 2.27 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.07 |
| 27 | 4.21 | 3.35 | 2.96 | 2.73 | 2.57 | 2.46 | 2.37 | 2.31 | 2.25 | 2.20 | 2.17 | 2.13 | 2.10 | 2.08 | 2.06 |
| 28 | 4.20 | 3.34 | 2.95 | 2.71 | 2.56 | 2.45 | 2.36 | 2.29 | 2.24 | 2.19 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.06 | 2.04 |
| 29 | 4.18 | 3.33 | 2.93 | 2.70 | 2.55 | 2.43 | 2.35 | 2.28 | 2.22 | 2.18 | 2.14 | 2.10 | 2.08 | 2.05 | 2.03 |
| 30 | 4.17 | 3.32 | 2.92 | 2.69 | 2.53 | 2.42 | 2.33 | 2.27 | 2.21 | 2.16 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.04 | 2.01 |
| 31 | 4.16 | 3.30 | 2.91 | 2.68 | 2.52 | 2.41 | 2.32 | 2.25 | 2.20 | 2.15 | 2.11 | 2.08 | 2.05 | 2.03 | 2.00 |
| 32 | 4.15 | 3.29 | 2.90 | 2.67 | 2.51 | 2.40 | 2.31 | 2.24 | 2.19 | 2.14 | 2.10 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 |
| 33 | 4.14 | 3.28 | 2.89 | 2.66 | 2.50 | 2.39 | 2.30 | 2.23 | 2.18 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.03 | 2.00 | 1.98 |
| 34 | 4.13 | 3.28 | 2.88 | 2.65 | 2.49 | 2.38 | 2.29 | 2.23 | 2.17 | 2.12 | 2.08 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.97 |
| 35 | 4.12 | 3.27 | 2.87 | 2.64 | 2.49 | 2.37 | 2.29 | 2.22 | 2.16 | 2.11 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 | 1.96 |
| 36 | 4.11 | 3.26 | 2.87 | 2.63 | 2.48 | 2.36 | 2.28 | 2.21 | 2.15 | 2.11 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.98 | 1.95 |
| 37 | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 | 2.36 | 2.27 | 2.20 | 2.14 | 2.10 | 2.06 | 2.02 | 2.00 | 1.97 | 1.95 |
| 38 | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 | 2.35 | 2.26 | 2.19 | 2.14 | 2.09 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.94 |
| 39 | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 | 2.34 | 2.26 | 2.19 | 2.13 | 2.08 | 2.04 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.93 |
| 40 | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 | 2.34 | 2.25 | 2.18 | 2.12 | 2.08 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.95 | 1.92 |
| 41 | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 | 2.33 | 2.24 | 2.17 | 2.12 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.92 |
| 42 | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 | 2.32 | 2.24 | 2.17 | 2.11 | 2.06 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.94 | 1.91 |
| 43 | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 | 2.32 | 2.23 | 2.16 | 2.11 | 2.06 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.91 |
| 44 | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 | 2.31 | 2.23 | 2.16 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.90 |
| 45 | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 | 2.31 | 2.22 | 2.15 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.92 | 1.89 |

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 46 | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| 47 | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| 48 | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 49 | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 50 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 51 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 52 | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| 53 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 54 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 55 | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| 56 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 57 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 58 | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| 59 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 60 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 61 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| 62 | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 63 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 64 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 65 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| 66 | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 67 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 68 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 70 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 71 | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 72 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 73 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 75 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 76 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 77 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 78 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 79 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| 80 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 81 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 82 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 83 | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 84 | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 85 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 86 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |
| 87 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 88 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 89 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 90 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 91 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 101 | 3.94 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 102 | 3.93 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 103 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 104 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 105 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 106 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 107 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 108 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 109 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 110 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 111 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 112 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 113 | 3.93 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 114 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 115 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 116 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 117 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 118 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 119 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 120 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 121 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 122 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 123 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 124 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 125 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 126 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 127 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 128 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 129 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 130 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 131 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 132 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 133 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 134 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 135 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.82 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Dwi Pratiwi
NIM : 220603021
Tempat/ tanggal lahir : Dusun Tanjung Mulia, 28 Juni 2004
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat : Dusun Tanjung Mulia, Desa Kaloy,
kec. Tamiang Hulu, kab. Aceh Tamiang
Email : dwipratiwi280406@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri Kaloy
SMP : SMP Negeri 4 Percontohan
SMA : SMA Negeri Unggul Aceh Timur
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Saminan
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Nur Aisah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : Dusun Tanjung Mulia, Desa Kaloy,
kec. Tamiang Hulu, kab. Aceh Tamiang