

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN TINGKAT KEPUASAN
MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN
BERTRANSAKSI PADA AGEN BSI SMART
(STUDI PADA NASABAH AGEN BSI SMART KLUET
SELATAN)**



Disusun Oleh:

**ADELIA MATILDA
NIM. 200603071**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adelia Matilda
NIM : 200603071
Program Studi : Perbankan Syariah
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 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. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Juli 2024

Yang menyatakan,



Adelia Matilda

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kemudahan Dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart Kluet Selatan)

Disusun oleh:

Adelia Matilda
NIM: 200603071

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,



Marwiyati, S.E., M.M.
NIP. 197404172005012002

Pembimbing II,



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Mengetahui,

Ketua Prodi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kemudahan Dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart Kluet Selatan)

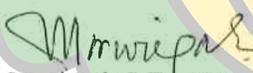
Adelia Matilda
NIM: 200603071

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 (S1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal : Senin, 15 Juli 2024 M
09 Muharram 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Marwiyati, S.E., M.M.
NIP. 197404172005012002

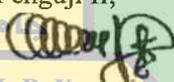
Sekretaris,


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Penguji I,


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

Penguji II,


Cut Elfida, M.A.
NIP. 198912122023212076

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


Prof. Dr. Hafis Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Adelia Matilda
NIM : 200603071
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 200603071@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 Kemudahan Dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart Kluet Selatan)

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 : 15 Juli 2024

Mengetahui,

Penulis,

Adelia Matilda
NIM. 200603071

Pembimbing I,

Marwiyati, S.E., M.M.
NIP. 197404172005012002

Pembimbing II,

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Dan Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart” (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart Kluet Selatan)**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banya memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan 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, M.Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.

3. Hafiizh Maulana, SP., S.H.I., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Marwiyati, S.E., M.M. selaku pembimbing I dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A. selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberikan arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Teristimewa kepada kedua Orangtua saya Ayahanda Irma suryadi dan ibunda Masraudhati yang telah senantiasa memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, dukungan, materil, serta doa tiada henti kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi tempat pulang, Ayahanda dan Ibunda. Kedua adik saya Raja Maulana dan Khalisa Novria Bilqis, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.
7. Teman-teman saya, Puteri Amelia Fazira, S.E., Alfi nailulmunna, S.E., Meliza, Eka fatmawati, Karmita Putri, Armitha Anggi Dwi Anjelia, Rieska Nurjanah, Aflah Milsa dan teman-teman SMA, terimakasih atas berbagai pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis, terimakasih atas segala semangat, dukungan, dan motivasi yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih juga kepada teman-teman

seperjuangan jurusan perbankan syariah angkatan 2020 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

8. Kepada seluruh pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan demi kelancaran penulisan skripsi ini.
9. *Last but not least*, Adelia Matilda. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri saya sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 01 Juni 2024
Penulis,

Adelia Matilda

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	H	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
ي / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

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, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl*

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

alMadīnatul Munawwarah

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Adelia Matilda
NIM : 200603071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSI Smart Kluet Selatan)
Pembimbing I : Marwiyati, S.E., M.M.
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.

BSI Smart merupakan salah satu layanan laku pandai berbasis teknologi informasi yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia dalam kegiatan bertransaksi. Keputusan bertransaksi merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah. Hasil dari pemilihan tersebut, kemudian dijadikan sebagai acuan untuk mengambil keputusan bertransaksi terhadap suatu produk/jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Dalam penelitian ini akan dipakai 2 variabel yaitu kemudahan dan kepuasan masyarakat yang termasuk kedalam faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan bertransaksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Keputusan Bertransaksi pada Agen BSI Smart Kluet Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif asosiatif dengan jenis penelitian Kuantitatif. Populasinya adalah seluruh masyarakat Kluet Selatan. Teknik pengumpulan data kuesioner dengan menggunakan *google form*. Pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil pengujian parsial diketahui bahwa variabel kemudahan dan tingkat kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Sedangkan pengujian simultan menunjukkan hasil bahwa kemudahan dan tingkat kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

Kata Kunci: Kemudahan, Kepuasan, Keputusan Bertransaksi, BSI Smart

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Keputusan Bertransaksi.....	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Bertransaksi	13
2.1.2 Indikator Keputusan Bertransaksi	14
2.2 Kemudahan Nasabah.....	15
2.2.1 Pengertian Kemudahan Nasabah	15
2.2.2 Indikator Kemudahan Nasabah	16
2.3 Tingkat Kepuasan Nasabah.....	17
2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	17
2.3.2 Indikator Kepuasan Nasabah	19
2.4 Bank Syariah	20
2.4.1 Pengertian Bank Syariah	20
2.4.2 Tujuan Bank Syariah	21
2.4.3 Fungsi Bank Syariah.....	22
2.4.4 Akad-Akad Pada Bank Syariah	23
2.4.5 Produk Bank Syariah	27
2.5 Bank Syariah Indonesia.....	29
2.5.1 Pengertian Bank Syariah Indonesia.....	29

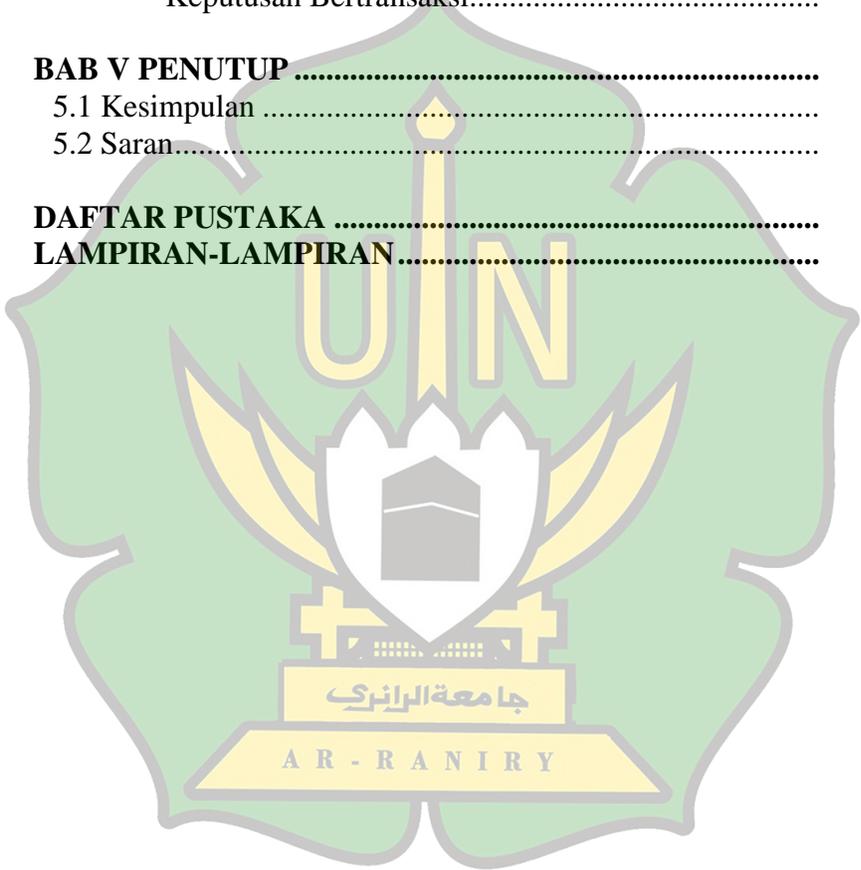
2.5.2 Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia	30
2.6 BSI Smart	31
2.6.1 Pengertian BSI Smart	31
2.6.2 Tujuan BSI Smart	32
2.6.3 Syarat menjadi Agen BSI Smart.....	32
2.6.4 Alur Proses Menjadi Agen BSI Smart.....	34
2.7 Penelitian Terdahulu	35
2.8 Keterkaitan Variabel	41
2.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Bertransaksi.....	41
2.8.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi.....	42
2.9 Kerangka Berpikir.....	43
2.10 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Desain Penelitian.....	45
3.2 Lokasi Penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.5 Jenis Data	48
3.5.1 Data Primer	48
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6.1 Kuesioner	49
3.7 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	49
3.8 Variabel Penelitian	50
3.9 Metode Analisis Data	51
3.10 Uji Instrumen Penelitian	52
3.10.1 Uji Validitas.....	52
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.11 Uji Asumsi Klasik	54
3.11.1 Uji Normalitas	54
3.11.2 Uji Multikolinieritas	54
3.11.3 Uji Heterokedastisitas.....	55
3.12 Analisis Regresi Linier Berganda	55

3.13 Uji Hipotesis.....	56
3.13.1 Uji F (Uji Simultan).....	56
3.13.2 Koefisien Determinan (R²).....	57
3.13.3 Uji T (Uji Parsial).....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Profil Kecamatan Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan	59
4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia	59
4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	60
4.1.4 BSI Smart.....	61
4.1.5 Layanan BSI Smart di Kecamatan Kluet Selatan	63
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.3 Tanggapan Responden Penelitian	68
4.3.1 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan	69
4.3.2 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Tingkat Kepuasan.....	70
4.3.3 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Keputusan Bertransaksi.....	71
4.4 Validitas Instrumen Penelitian	72
4.4.1 Uji Validitas	72
4.4.2 Uji Reliabilitas	74
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.5.1 Uji Normalitas.....	75
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.5.3 Uji Multikolinieritas.....	78
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	79
4.7 Pengujian Hipotesis.....	81
4.7.1 Uji T (Parsial).....	81
4.7.2 Uji F (Simultan)	82
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R²).....	82

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Bertransaksi.....	83
4.8.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi.....	84
4.8.3 Pengaruh Kemudahan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi.....	85
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Model Penelitian	43
Gambar 4.1 Grafik Histogram	75
Gambar 4.2 Normal probability plot	76
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	77



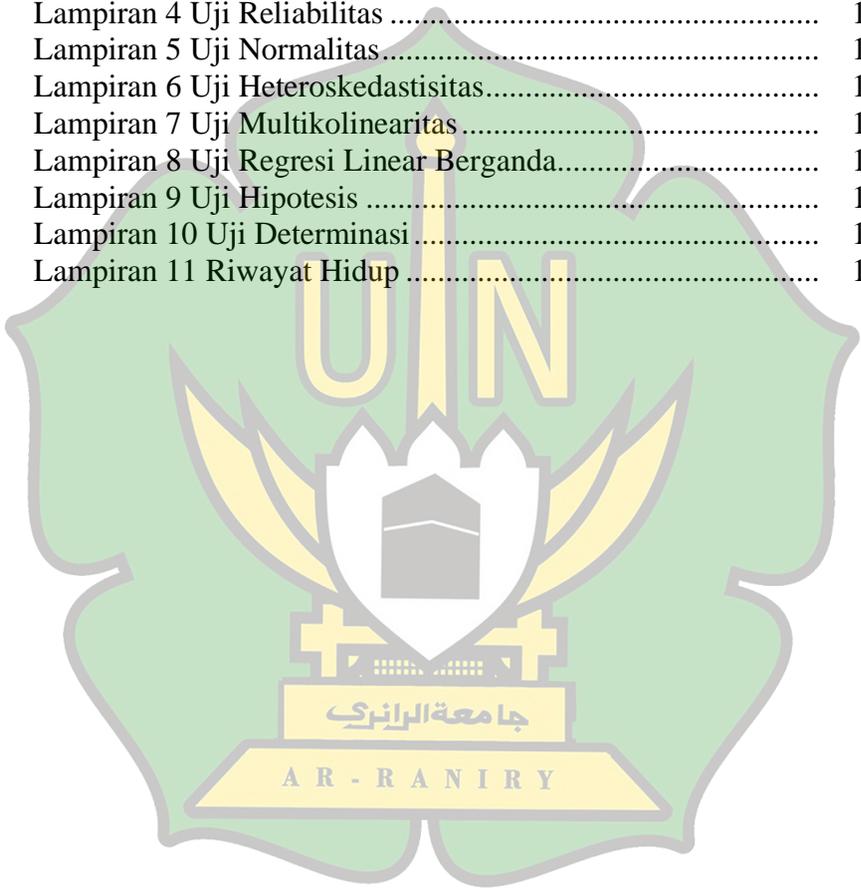
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Produk BSI Smart di Indonesia	7
Tabel 1.2 Desa Kluet Selatan	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Skala Likert	50
Tabel 3.2 Data Definisi dan Operasional Variabel Penelitian..	51
Tabel 4.1 Jumlah Outlet agen BSI Smart di Kec. Kluet Selatan tahun 2024.....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.6 Tanggapan Variabel Kemudahan	69
Tabel 4.7 Tanggapan Variabel Kepuasan.....	70
Tabel 4.8 Tanggapan Variabel Keputusan Bertransaksi	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas.....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial).....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan)	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi	83

AR - RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket/Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Pengisian Angket 100 Responden.....	102
Lampiran 3 Uji Validitas	112
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	118
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	118
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas.....	119
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas	120
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda.....	120
Lampiran 9 Uji Hipotesis	120
Lampiran 10 Uji Determinasi.....	121
Lampiran 11 Riwayat Hidup	122



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumen merupakan bagian dari manajemen pemasaran yang berhubungan dengan manusia sebagai pasar sasaran. Perilaku konsumen yang satu dengan yang lainnya tidak sama dan berubah-ubah setiap saat, maka perilaku konsumen dalam membeli harus dipelajari secara terus menerus, mengingat situasi kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut Swasta dan Handoko (dalam Adnan, 2019), perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Gunawan (2022) keputusan bertransaksi merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Seperti telah diketahui bersama, keputusan bertransaksi yang dilakukan oleh konsumen pasti tidak akan dilakukan dengan sendirinya, setiap keputusan yang diambil pasti akan melewati beberapa tahap terlebih dahulu. Tahap-tahap tersebut antara lain seperti pengenalan produk, menganalisis kebutuhan pemakai, mengenai manfaat yang akan diperoleh dan berbagai macam tahap-tahap lainnya. Keputusan bertransaksi oleh konsumen pada akhirnya akan memberikan jawaban pada pilihan suatu produk.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan bertransaksi. Menurut Kotler dan Keller dalam (Yuliantari & Wiwin, 2018) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor psikologis meliputi pilihan bertransaksi seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Dalam penelitian ini akan dipakai 2 variabel yaitu kemudahan & kepuasan masyarakat yang termasuk kedalam faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan bertransaksi konsumen.

Masyarakat akan memilih suatu produk atau jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan kemudahan setelah menikmati produk atau jasa tersebut cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, maka pelanggan akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati dapat memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan dan kemudahan mereka akan cenderung memakai kembali produk dan jasa tersebut. Selain itu, pelanggan juga membutuhkan komitmen dan kesungguhan petugas dalam melayani pelanggan agar tercapai suatu kepuasan.

Pengaruh kemudahan mencakup persepsi atau faktor-faktor yang mempengaruhi sejauh mana seseorang atau kelompok dapat dengan mudah mengakses, menggunakan, atau mengadopsi suatu teknologi, produk, atau layanan. Jadi dapat di simpulkan kemudahan

adalah sesuatu yang membuat tugas atau aktivitas menjadi lebih mudah, nyaman, atau efisien. Ini bisa berarti berbagai hal tergantung pada konteksnya, seperti fasilitas, teknologi, atau sistem yang menyederhanakan atau meningkatkan kualitas hidup atau pekerjaan seseorang (Irawan, 2019).

Berbagai cara dilakukan oleh pihak bank dalam rangka melebihi (bukan hanya memenuhi) harapan-harapan nasabah, diantaranya yaitu: memahami jenis-jenis harapan, mengetahui harapan dari nasabah yang ingin dilebihi, mengetahui dampak dimasa mendatang atas pelebihan harapan saat ini, mendemonstrasikan tentang harapan-harapan nasabah, kewajiban atas dimensi, penyerahan, tidak banyak janji-janji banyak memberi, layanan yang tidak biasa adalah keunikan, bukan layanan standar. Kegiatan mengelola harapan-harapan nasabah ini dimulai dengan menawarkan pilihan-pilihan yang mungkin bisa dinikmati oleh nasabah, caranya yaitu bank dapat menyiapkan produk atau jasa alternatif sebagai pengganti bila nasabah tidak menginginkan salah satu dari pilihan yang ditawarkan. Bila bank mampu menyiapkan produk atau jasa pengganti, maka nasabah akan merasa senang karena tidak terjebak pada pilihan yang terbatas. Sehingga kepuasan nasabah akan muncul jika kebutuhan dasar nasabah atas produk atau jasa bank dapat terpenuhi meski tidak seperti yang diharapkan.

Kepuasan nasabah atau pelanggan adalah suatu persepsi terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya. Selain itu, kepuasan konsumen adalah hasil perasaan dari dalam diri

konsumen dalam menggunakan produk atau jasa (Setiawan, 2018). Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pada nasabah menjadikan sebuah penilaian yang dapat mencerminkan 5 dimensi spesifik dari layanan (Liestyanti & Prawiraatmadja, 2021) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah lebih istimewa yang dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.

Dunia saat ini berada pada era disrupsi digital, tak terkecuali perbankan. Adanya perubahan secara besar-besaran dari era yang sifatnya offline ke online merupakan tanda adanya disrupsi digital. Menjawab tantangan disrupsi digital, maupun kemudahan dan ketersediaan layanan keuangan di seluruh wilayah Indonesia, Bank Indonesia mencanangkan *Branchless Banking*. Subramanian (2020) Menjelaskan *Branchless Banking* dapat didefinisikan sebagai strategi untuk distribusi saluran perbankan yang digunakan untuk memberikan layanan keuangan tanpa bergantung pada kantor cabang. Dengan mengandalkan teknologi informasi dan komunikasi, Bank Syariah Indonesia mengeluarkan suatu produk yaitu BSI Smart, bank memilih nasabah setia di wilayah tertentu untuk menjadi agen atau perwakilan perbankan dalam memberikan layanan perbankan kepada masyarakat sekitar. Dengan BSI Smart, bank berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya melalui sistem *officeless* yang artinya tidak perlu lagi ke bank untuk mendapatkan pelayanan sehingga memudahkan nasabah dalam

bertransaksi. Perbankan dapat melibatkan pihak lain (agen bank) dalam menjangkau masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan.

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

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

BSI Smart menjadi wujud komitmen Bank Syariah Indonesia untuk terus memberikan layanan optimal bagi seluruh masyarakat khususnya di Aceh, dimana agen-agen BSI Smart merupakan peralihan agen dari BRILink yang sebelumnya telah beroperasi di Aceh. Sejak diberlakukannya Qonun Aceh, maka agen BRILink beralih menjadi agen BSI Smart. Tak hanya di wilayah Aceh, agen BSI Smart juga melayani nasabah yang tersebar di seluruh Indonesia. BSI Smart dapat diakses melalui berbagai perangkat melalui smart phone, PC/laptop dan mesin EDC untuk melayani fitur yang beragam antara lain pembukaan rekening, setoran tunai, tarik tunai, pembayaran mapun pembelian serta turut mendukung program pemerintah dalam penyaluran bantuan sosial.

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

Current Account Saving Account (CASA) dan berpotensi untuk *cross selling product*.

Berdasarkan press conference paparan kinerja triwulan III 2023 PT Bank Syariah Indonesia Tbk, agen BSI Smart menjadi salah satu layanan unggulan dari produk Bank Syariah Indonesia dengan memperluas jangkauan layanan ke berbagai wilayah Indonesia. Tingkat perkembangan salah satu produk dari PT. Bank Syariah Indonesia yaitu BSI Smart dari tahun 2022 dan 2023 di Indonesia yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Produk BSI Smart di Indonesia

Tahun	Jumlah Agen	Jumlah Transaksi
2022	57.973	15,54 juta
2023	88.000	99 juta

Sumber: conference paparan kinerja triwulan III 2023 PT BSI Tbk

Dari tabel diatas, terlihat bahwa terjadi peningkatan jumlah transaksi dan jumlah agen produk BSI Smart di Indonesia. Keberadaan produk yang terus berkembang ini akan sangat membantu masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan layaknya di bank seperti pada umumnya.

Kabupaten Aceh Selatan terdiri dari 18 Kecamatan yang melintang dari Selatan hingga Utara, salah satunya yaitu Kecamatan Kluet Selatan. Kluet Selatan merupakan sebuah kecamatan yang ada di Aceh Selatan dengan jumlah masyarakat 13.942 jiwa berdasarkan dari data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2023 yang memiliki 17 desa yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Desa Kluet Selatan

No	Desa / Kelurahan
1	Barat Daya
2	Gelumbuk
3	Indra Damai
4	Jua
5	Kapeh
6	Kedai Kandang
7	Kedai Runding
8	Luar
9	Pasie Meurapat
10	Pasie Lembang
11	Pulo Ie
12	Rantau Binuang
13	Sialang
14	Suaq bakong
15	Ujung
16	Ujung Padang
17	Ujung Pasir

Sumber: Kecamatan Kluet Selatan, BPS 2023

Peneliti memilih lokasi di Kluet Selatan karena banyak nasabah yang tinggal di daerah tersebut yang menggunakan layanan jasa BSI Smart, karena ketiadaan kantor BSI di Kluet Selatan baik itu KC maupun KCP. Kantor BSI hanya terdapat di Kluet Utara sehingga jika masyarakat Kluet Selatan ingin bertransaksi mereka harus pergi ke kantor BSI Kluet Utara dengan jarak tempuh yang lumayan jauh. Perbatasan antara Kluet Selatan dengan Kluet Utara yaitu desa Gelumbuk dengan jarak sekitar 5 km dan desa yang paling jauh dengan Kluet Utara yaitu desa Pasie Lembang dengan jarak sekitar 20 km. Dengan jarak yang lumayan jauh tentunya itu menjadi suatu kendala bagi masyarakat yang ingin bertransaksi. Oleh karena

itu, masyarakat Kluet Selatan lebih banyak bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan.

Berdasarkan beberapa alasan dan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa BSI Smart, dengan judul penelitian “**Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen BSI Smart (Studi Pada Nasabah Agen BSISmart di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan)**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh tingkat kepuasan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan?
3. Apakah terdapat pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan

3. Untuk mengetahui kemudahan dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi Teoritis
 - a. Dapat menambah pemahaman dan pengetahuan tentang pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan dalam bertransaksi pada produk Bank Syariah Indonesia yaitu BSI Smart
 - b. Dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa.
2. Bagi Praktisi
 - a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai produk-produk perbankan syariah dalam kemudahan melakukan transaksi.
 - b. Bagi masyarakat, untuk memberikan gambaran dan informasi terhadap produk-produk perbankan syariah sehingga memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi.

1.5 Sistematika Pembahasan

Suatu penelitian untuk penulisan karya tulis ilmiah, tentu sangat diperlukan adanya bentuk sistematika penulisan yang baik dan tepat, sesuai dengan Buku Petunjuk dan Pedoman Penulisan

Skripsi yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Untuk itu dalam sistematika penulisan skripsi ini dituangkan dalam bentuk penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Merupakan bab landasan teori dan kajian terdahulu yang membahas mengenai teori yaitu teori kemudahan, tingkat kepuasan, BSI Smart dan masyarakat (nasabah). Selanjutnya juga membahas mengenai kajian kepustakaan atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab metode penelitian yang membahas mengenai jenis penelitian, data dan teknik perolehannya, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variabel penelitian, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

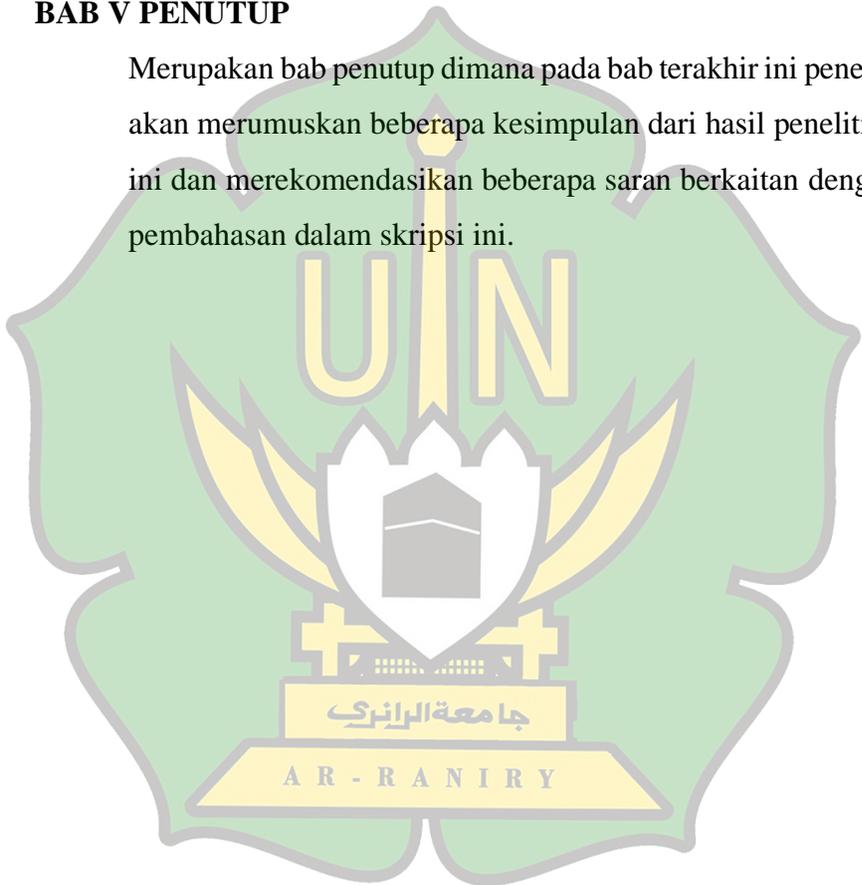
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan yang membahas gambaran umum tentang profil Bank Syariah Indonesia (BSI) dan produknya yaitu BSI Smart,

karakteristik responden, tanggapan responden terhadap kuesioner yang telah disebarakan, uji validitas dan reabilitas instrumen, uji regresi sederhana, uji asumsi klasik, uji t, uji koefisien determinasi dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup dimana pada bab terakhir ini peneliti akan merumuskan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini dan merekomendasikan beberapa saran berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Keputusan Bertransaksi

2.1.1 Pengertian Keputusan Bertransaksi

Menurut Stoner (2018), keputusan adalah pemilihan di antara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu:

1. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
2. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik
3. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.

Menurut Gunawan (2022) keputusan bertransaksi merupakan sebuah proses dimana nasabah mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Keputusan bertransaksi adalah tindakan dari nasabah atau masyarakat untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kholidah dan Arifiyanto, 2020).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan bertransaksi merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah. Hasil dari pemilihan tersebut, kemudian dijadikan sebagai acuan untuk mengambil keputusan bertransaksi terhadap suatu produk/jasa.

2.1.2 Indikator Keputusan Bertransaksi

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2019) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

a. Persepsi Kemudahan

Sebagai tingkat dimana seseorang atau nasabah meyakini bahwa penggunaan jasa keuangan tersebut merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

b. Sesuai Keinginan dan Kebutuhan

Barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga nasabah memutuskan untuk terus bertransaksi pada jasa keuangan tersebut.

c. Kepuasan Nasabah

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya.

d. Harga

Ketika konsumen memutuskan membeli sesuatu, mereka menetapkan harga sebagai salah satu faktor utama ketika membeli produk atau layanan. Jika harga tergolong tinggi tapi kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas.

2.2 Kemudahan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kemudahan Nasabah

Menurut Nugroho dan Irmadhani (2018), kemudahan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2020) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Ghazali et al. (2018), Dalam literatur ekonomi dan bisnis, pengaruh kemudahan dapat merujuk pada sejauh mana proses atau layanan bisnis memudahkan pelanggan atau pengguna dalam melakukan transaksi atau interaksi. Setiap ahli atau disiplin ilmu mungkin memiliki interpretasi yang sedikit berbeda tentang pengaruh kemudahan, tergantung pada konteksnya. Namun, secara umum, pengaruh kemudahan mencakup persepsi atau faktor-faktor yang mempengaruhi sejauh mana seseorang atau kelompok dapat dengan mudah mengakses, menggunakan, atau mengadopsi suatu teknologi, produk, atau layanan. Jadi dapat di simpulkan kemudahan adalah sesuatu yang membuat tugas atau aktivitas menjadi lebih mudah, nyaman, atau efisien. Ini bisa berarti berbagai hal tergantung pada konteksnya, seperti fasilitas, teknologi, atau sistem yang menyederhanakan atau meningkatkan kualitas hidup atau pekerjaan seseorang (Irawan, 2019).

2.2.2 Indikator Kemudahan Nasabah

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

a. Mudah digunakan (*easy to use*)

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

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

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

c. Mudah mengoperasikan (*easy to operate*)

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

rendah. Sehingga perusahaan lebih kompetitif dalam memenuhi keinginan setiap pelanggan.

d. Fleksibel (*flexible*)

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

2.3 Tingkat Kepuasan Nasabah

2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Nugroho & Irmadhani, 2019). Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Tjiptono (2018) kepuasan konsumen atau nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan nasabah atau pelanggan adalah suatu persepsi terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya. Selain

itu, kepuasan konsumen adalah hasil perasaan dari dalam diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa (Setiawan, 2018). Menurut Kotler dan Keller dalam Arief (2020) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu jasa yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pada nasabah menjadikan sebuah penilaian yang dapat mencerminkan 5 dimensi spesifik dari layanan (Liestyanti & Prawiraatmadja, 2021) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah lebih istimewa yang dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.

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

2.3.2 Indikator Kepuasan Nasabah

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

a. Perasaan Puas (puas akan produk dan pelayanannya)

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

b. Kualitas Pelayanan

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

c. Kualitas Produk

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

d. Terpenuhi Harapan

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

2.4 Bank Syariah

2.4.1 Pengertian Bank Syariah

Di latarbelakangi krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1998 dan keluarnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Menurut UU Republik Indonesia No.10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Menurut Arifin (2019), Bank syariah merupakan badan usaha. Badan usaha adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (*iftikar*) dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*) (Syafira, 2022). Menurut Usanti dan Shomad (2018), Bank syariah merupakan salah satu aplikasi dari sistem ekonomi syariah Islam yang merupakan bagian dari nilai-nilai ajaran Islam mengatur bidang perekonomian umat dan tidak terpisahkan dari aspek-aspek lain ajaran Islam yang *komprehensif* dan *universal*.

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

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

2.4.2 Tujuan Bank Syariah

Menurut ketentuan dalam pasal 3 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, tujuan Bank syariah adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan

keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Ada dua kebijakan yang diambil oleh Bank Syariah dalam mencapai tujuannya (Hidayat & Surahman, 2017) yaitu:

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

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

2.4.3 Fungsi Bank Syariah

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

- a. *Agent of trust* yaitu bank sebagai lembaga yang dipercaya masyarakat untuk dapat menipkan dananya dan menyalurkannya pada sektorsektor yang tepat.
- b. *Agent of development* yaitu bank sebagai lembaga yang mendukung kegiatan investasi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa.

- c. *Agent of services* yaitu bank sebagai lembaga yang memberikan jasa-jasa keuangan kepada masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pada pasal 4 fungsi Bank Syariah adalah sebagai berikut :

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

2.4.4 Akad-Akad Pada Bank Syariah

Akad yaitu pertalian atau keterikatan antara ijab dan qobul sesuai dengan kehendak syariah (Allah dan Rasulnya) yang berakibat adanya suatu hukum dalam kegiatan perikatan (Sahroni, 2020). Bank Syariah dalam menjalankan usahanya menggunakan jenis akad atau kontrak yang sesuai dengan prinsip syariah. berikut ini beberapa akad dalam Bank Syariah adalah:

1. Akad Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli

kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu (Ismail, 2019).

2. Akad Mudharabah

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

3. Akad Musyarakah

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

4. Akad Salam

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

5. Akad Istishna'

Istishna' adalah jual beli dalam bentuk pesanan dengan kriteria barang dan kondisi barang tertentu yang disepakati antara pembeli (pemesan) dan penjual (shani'). Pada akad ini penjual (shani') melakukan proses pembuatan sesuai dengan spesifikasi pemesan. Objek barang pada Istishna' adalah barang

yang dibuat oleh tangan manusia atau mesin (DSN-MUI No.06).

6. Akad Ijarah

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

7. Akad Wadiah

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

8. Akad Hawalah

Hawalah merupakan pemindahan hutang dari yang berhutang dialihkan ke tanggungan yang berkewajiban membayar. Seseorang yang memiliki utang namun tidak bisa membayarnya maka penangihan bisa dipindahkan ke pihak

ketiga atau pihak lain yang wajib membayarnya (Kasanah & Ghozali, 2018).

9. Akad Kafalah

Kafalah adalah jaminan atau garansi yang diberikan oleh penjamin kepada pihak ketiga/pemberi pinjaman untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau peminjam. Kafalah dapat membantu beban seseorang ketika mempunyai utang sedangkan bagi pihak piutang, penjamin (kafil) merasa tenang karena harta yang dipinjamkan ada yang menjamin (KHES, pasal 20).

10. Akad Wakalah

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

11. Akad Rahn

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

12. Akad Qardh

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

2.4.5 Produk Bank Syariah

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

A. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

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

mendapatkan pembagian keuntungan dari pihak bank. Tabungan mudharabah adalah produk penghimpunan dana bank syariah yang menggunakan akad mudharabah. Dalam tabungan ini nasabah sebagai pemilik modal dan bank syariah sebagai pengelola dana dengan menggunakan prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan oleh kedua belah pihak (Nurhasanah, 2019).

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

B. Menyalurkan Dana Kepada Nasabah Melalui Produk Bank Syariah

Bank dalam kegiatan operasionalnya harus menerapkan prinsip kehati-hatian (*prudential banking principle*), Prinsip kehati-hatian dalam mengelola dan menjalankan aktivitas perbankan sehari-hari bertujuan untuk menjaga kesehatan bank yang berfungsi untuk menjaga kestabilan moneter suatu negara melalui transaksi keuangan yang sehat pada perbankan. Dalam penyaluran dana Bank syariah menggunakan akad dari pola bagi hasil (mudharabah, musyarakah, dan musyarakah mutanaqishah), pola jual beli (murabahah, salam, dan istishna), ataupun pola sewa (Ijarah dan

Ijarah muntahhiya bittamlik). Semua produk hanya ditujukan untuk pembelian barang atau usaha yang halal dan terbebas dari *maysir* (perjudian), *gharar* (ketidakjelasan) dan riba (bunga) (Dendhana, 2018).

C. Produk Jasa (*Service*)

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

2.5 Bank Syariah Indonesia

2.5.1 Pengertian Bank Syariah Indonesia

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

Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Indonesia menjadi momentum penguatan ekonomi syariah di Indonesia, sekaligus sebagai komitmen pemerintah RI dalam mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan sejarah baru bagi perjalanan ekonomi syariah di Indonesia (Mahargiyantie, 2020). Bank Syariah Indonesia (BSI) mengukuhkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia yang sudah seharusnya memiliki perkembangan ekonomi syariah yang masif. Hal ini menjadi salah satu identitas global bagi Indonesia serta menjadi salah satu kebanggaan dan potensi besar Indonesia untuk menjadi negara yang terdepan dalam perkembangan ekonomi syariah (Rizal, 2020).

2.5.2 Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia

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

A. Individu

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

B. Perusahaan

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

C. Kartu

3. Prioritas
4. BSI Hasanah Card

D. Digital Banking

1. BSI Tabungan Smart
2. BSI Giro Umum
3. SBSN Ritel

2.6 BSI Smart

2.6.1 Pengertian BSI Smart

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

BSI Smart merupakan layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan eksklusif yang di luncurkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk menyediakan layanan perbankan dan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui kantor cabang KCP/KC.

Melainkan kerja sama dengan pihak lain. Dengan didukung sarana teknologi informasi serta difalitasi dengan mesin EDC, aplikasi mobile apps menggunakan smartphone dan aplikasi berbasis website yang menggunakan PC, laptop (Hidayah, 2023).

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

2.6.2 Tujuan BSI Smart

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

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

2.6.3 Syarat menjadi Agen BSI Smart

Untuk menjadi BSI Smart Agen atau Agen BSI tentu pemohon harus memenuhi persyaratan serta melengkapi dokumen yang

dibutuhkan (Wahyuni, 2023). Berikut syarat menjadi Agen Laku Pandai Bank BSI atau Agen BSI Smart:

1. Nasabah Perorangan atau Berbadan Hukum

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

2. Telah Menjadi Nasabah BSI

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

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

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

4. Berjarak Minimal 500 M dari Agen Laku Pandai Lain

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

5. Dana Deposit Awal

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

2.6.4 Alur Proses Menjadi Agen BSI Smart

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

1. Datanglah ke Bank BSI terdekat dengan membawa E KTP, NPWP, Buku rekening BSI.
2. Sampaikanlah ke Satpam BSI bahwa kalian ingin mengajukan permohonan sebagai Agen BSI Smart. Satpam akan mengarahkan kalian untuk bertemu Petugas Bank BSI yang menangani pendaftaran BSI Smart.
3. Petugas BSI akan memberikan formulir keagenan untuk kalian isi, isilah formulir tersebut dengan benar, data-data yang kalian isi seperti identitas diri serta nama dan jenis usaha yang kalian jalankan.
4. Petugas BSI akan melakukan verifikasi berkas kalian serta melakukan survei ke lokasi usaha kalian.

5. Jika telah dinyatakan layak maka kalian akan diregistrasi sebagai Agen BSI Smart.
6. Silahkan mengunduh aplikasi BSI Smart Agent.
7. Setelah semua registrasi telah dilakukan, terakhir adalah pemasangan Spanduk Agen BSI Smart ditempat usaha kalian.

Dengan keberadaan kalian sebagai Agen BSI Smart, tentunya memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan lebih dekat.

2.7 Penelitian Terdahulu

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

1. Penelitian ini dilakukan oleh Arief, Irkham dan Nurhidayah (2022), Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta dengan teknik pengambilan secara kuisioner kepada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. Metode analisis data menggunakan Smart-PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

produk, tempat, promosi, harga mempengaruhi keputusan penggunaan di BSI Smart.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Wijayanti, Suddin dan Sutarno (2019). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pada agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk KC Magelang. Hasil dari penelitian ini persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan Bank Digital BRI, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan perbankan digital BRI, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dan bersama-sama berpengaruh terhadap niat penggunaan perbankan digital BRI.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Ilahi dan Trenggana (2022), metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif pada pengguna BRILink kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, kepuasan mempunyai peranan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen dapat berperan memengaruhi loyalitas, dan kepuasan konsumen berperan memediasi kualitas pelayanan dalam memengaruhi loyalitas pada pengguna BRILink Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Lestari dan Hanif (2023). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pada nasabah agen BRILink di Desa Senden, Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara tidak langsung persepsi kemudahan mempengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Sementara persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat beli ulang secara langsung.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Indrianto dan Kasim (2023), Penelitian ini dilakukan pada agen BRILink Moh Arifin di Kelurahan Alak Kota Kupang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Teknik analisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS V.25. Hasil penelitian diperoleh Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

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

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Analisis Pemasaran Layanan BSI Smart Febi UIN Raden Mas Said Surakarta (Arief, Irkham dan Nurhidayah, 2022)	Metode Kualitatif	Variabel Y sama yaitu keputusan	Variabel X pada penelitian ini yaitu produk, tempat, promosi, dan harga. Sedangkan peneliti menggunakan variabel X kemudahan dan kepuasan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, tempat, promosi, harga mempengaruhi keputusan penggunaan di BSI Smart
2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Dan <i>Perceived Ease Of Use Terhadap</i>	Metode Kuantitatif	Variabel X sama yaitu kemudahan	Variabel Y pada penelitian ini yaitu penggunaan. Sedangkan peneliti	Hasil penelitian ini persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan Bank

	<p><i>Behaviour Intention To Use Bri Digital Banking</i> Pada Agen Brilink PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk KC Magelang (Wijayanti, Suddin dan Sutarno, 2019)</p>			<p>menggunakan variabel Y keputusan bertransaksi</p>	<p>Digital persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan perbankan digital BRI, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dan bersama-sama berpengaruh terhadap niat penggunaan perbankan digital BRI.</p>
3	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Agen Brilink Kecamatan Suliki, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat) (Ilahi dan Trenggana, 2022)</p>	<p>Metode Kuantitatif</p>	<p>Variabel X sama yaitu kepuasan</p>	<p>Variabel Y pada penelitian ini yaitu loyalitas. Sedangkan peneliti menggunakan variabel Y keputusan bertransaksi</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, kepuasan mempunyai peranan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen dapat berperan memengaruhi loyalitas, dan kepuasan konsumen berperan memediasi kualitas pelayanan dalam memengaruhi loyalitas pada pengguna BRILink Kecamatan Suliki</p>

					Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat.
4	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Brilink Melalui Kepuasan Pelanggan Di Desa Senden Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek (Lestari dan Hanif, 2023)	Metode Kuantitatif	Variabel X sama yaitu kemudahan	Variabel Y pada penelitian ini yaitu minat ulang. Sedangkan peneliti menggunakan variabel Y keputusan bertransaksi	Hasil penelitian diketahui bahwa secara tidak langsung persepsi kemudahan mempengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Sementara persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat beli ulang secara langsung.
5	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Agen Brilink Moh Arifin Di Kelurahan Alak, Kota Kupang (Indrianto dan Kasim, 2023)	Metode Kuantitatif	Metode penelitian sama yaitu metode kuantitatif	Variabel Y pada penelitian ini yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan peneliti menggunakan variabel Y keputusan bertransaksi	Hasil penelitian diperoleh Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara simultan

					berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
6	Pengaruh Persepsi Agen Brilink Terhadap Keputusan Bertransaksi Penggunaan Layanan <i>Branchless Banking</i> (Rahmanu, Yulianti dan Sanim, 2020)	Metode Kuantitatif	Variabel Y sama yaitu Keputusan bertransaksi	Variabel X pada penelitian ini yaitu persepsi agen. Sedangkan peneliti menggunakan variabel Y keputusan bertransaksi	Hasil penelitian faktor terpenting bagi pengguna agen brilink yang memengaruhi keputusan bertransaksi penggunaan agen brilink adalah kepercayaan, keamanan, manfaat, risiko dan <i>relative advantage</i> .

Sumber: data diolah (2024)

2.8 Keterkaitan Variabel

2.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Bertransaksi

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

Hasil penelitian Mentari et al. 2019 menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa untuk

mewujudkan kemudahan yang mampu menciptakan keputusan bertransaksi, bank sebagai perusahaan harus mampu menyeimbangkan antara harapan dan persepsi nasabah atas kemudahan yang diberikan. Karena keputusan bertransaksi sangat ditentukan oleh perbandingan antara harapan akan kemudahan yang akan diberikan dengan kemudahan yang dirasakan nasabah.

2.8.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi

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

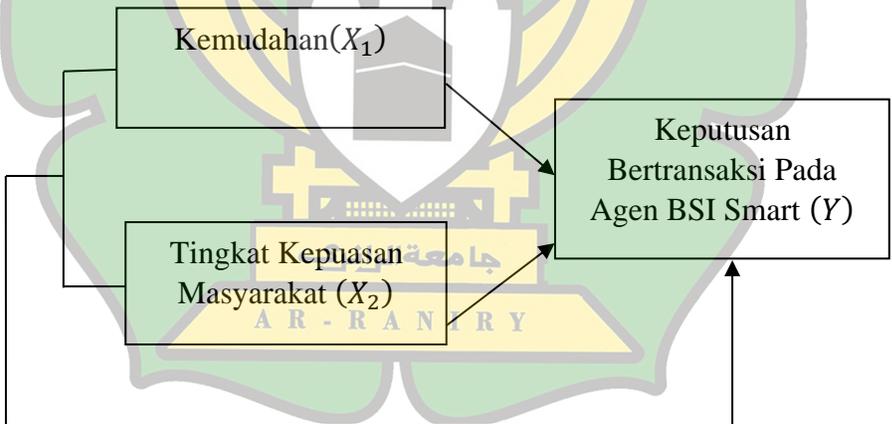
Hasil penelitian Figra et al. 2022 menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan bertransaksi sangat ditentukan oleh perbandingan antara harapan akan kepuasan yang akan diberikan dengan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Produk atau jasa tersebut sesuai dengan keinginan dan telah memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak, karena kinerja yang sesuai dengan ekspektasi maka akan timbul perasaan puas pada setiap

pelanggan. Pada dasarnya, nasabah yang merasa puas akan membeli ulang dan akan menggunakan produk atau jasa tersebut secara terus-menerus.

2.9 Kerangka Berpikir

Menurut Hardani, dkk (2020) kerangka berpikir sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Sebaiknya kerangka berpikir dalam bentuk diagram atau skema, dengan tujuan untuk mempermudah memahami beberapa variabel yang lainnya. Berikut gambaran dari kerangka berpikir:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Model Penelitian



Ilustrasi Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran diatas menjelaskan bahwa, variabel independen penelitian ini yaitu kemudahan (X_1) dan tingkat kepuasan masyarakat (X_2) dapat mempengaruhi variabel dependen atau (Y) yaitu keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart.

2.10 Hipotesis Penelitian

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

H_{a1} : Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart.

H_{01} : Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart

H_{a2} : Tingkat kepuasan masyarakat berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart.

H_{02} : Tingkat kepuasan masyarakat tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart.

H_{a3} : Kemudahan dan tingkat kepuasan masyarakat secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart.

H_{03} : Kemudahan dan tingkat kepuasan masyarakat secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

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

Pada penelitian kuantitatif menggambarkan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini akan melihat bagaimana pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan.

3.2 Lokasi Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka lokasi penelitian akan dilakukan di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan pada masyarakat. Peneliti memilih lokasi tersebut karena banyak nasabah yang tinggal di daerah tersebut yang menggunakan layanan jasa BSI Smart.

Dan alasan lainnya yaitu ketiadaan kantor BSI di Kluet Selatan baik itu KC maupun KCP. Kantor BSI hanya terdapat di Kluet Utara sehingga jika masyarakat Kluet Selatan ingin bertransaksi mereka harus pergi ke kantor BSI Kluet Utara dengan jarak tempuh yang lumayan jauh sekitar 20 km, tentu itu menjadi suatu kendala bagi

masyarakat yang ingin bertransaksi. Oleh karena itu, masyarakat Kluet Selatan lebih banyak bertransaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

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

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018). Karena jumlah nasabah yang pernah menggunakan jasa pada agen BSI Smart di Kluet Selatan tidak diketahui pasti, maka untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (Riyanto & Hermawan, 2020).

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Za = Nilai Strandar dari Distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

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

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

Q = $1 - P$

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

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

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

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

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

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

Alasan digunakannya *Purposive Sampling* adalah karena peneliti hanya meneliti masyarakat yang menjadi nasabah agen BSI Smart Kluet Selatan. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh para responden dalam penelitian ini.

Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh para responden adalah sebagai berikut:

1. Merupakan masyarakat Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan
2. Pernah bertransaksi pada agen BSI Smart Kluet Selatan

3.5 Jenis Data

3.5.1 Data Primer

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

melakukan transaksi pada agen BSI Smart di Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan.

3.5.2 Data Sekunder

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

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

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

3.7 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang

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

Tabel 3.1
Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono, 2019

3.8 Variabel Penelitian

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

Tabel 3.2
Data Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

No	Definisi Variabel	Indikator	Item Persyaratan	Skala
1	Kemudahan (X_1), adalah seseorang percaya ketika menggunakan suatu teknologi dapat digunakan tanpa banyak usaha dan mudah dioperasikan (Nugroho & Irmadhani, 2018).	1.Mudah digunakan (<i>easy to use</i>) 2.Jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>) 3.Mudah mengoperasikan (<i>easy to operate</i>) 4.Fleksibel (<i>flexible</i>) (Pitaloka, 2019)	1-2 3-4 5-6 7-8	Likert
2	Tingkat kepuasan (X_2), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2018)	1.Perasaan puas 2.Kualitas pelayanan 3.Kualitas produk 4.Terpenuhinya harapan (Kotler, 2018).	1-2 3-4 5-6 7-8	Likert
3	Keputusan bertransaksi (Y), adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan (Stoner, 2018).	1.Persepsi kemudahan 2.Sesuai keinginan dan kebutuhan 3.Kepuasan nasabah 4.Harga (Kotler & Armstrong, 2019).	1-2 3-4 5-6 7-8	Likert

Sumber: data diolah (2023)

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan aplikasi

komputer *Software Statistical Package For Social Science (SPSS)* v.26. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data yang dilakukan berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data diri setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

3.10 Uji Instrumen Penelitian

3.10.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5 % sehingga apabila nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid. Menurut Ghazali (2018), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk yang akan diteliti. Uji validasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat validitas adalah *Pearson Correlation Product Moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy} = r_{hitung}$ (koefisien korelasi)

n = Jumlah responden

x = Jumlah skor item

y = Jumlah skor total (seluruh item).

3.10.2 Uji Reliabilitas

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

Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen rumus yang digunakan adalah koefisien Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$ac = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

ac = koefisien Alpha Cronbach

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

σt^2 = Varian total

3.11 Uji Asumsi Klasik

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

3.11.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogrow-Smirnow*. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai $\alpha < 0,05$ berarti tidak terdistribusi dengan normal dan apabila nilai $\alpha > 0,05$ maka terdistribusi secara normal.

3.11.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut (Ghozali, 2018) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara

linier. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro* (VIF) dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya.

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

3.11.3 Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel bebas (Ghozali, 2018).

Berikut ini pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini:

1. Jika penilaian probabilitas $< 0,05$ H_0 diterima, maka terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika penilaian probabilitas $> 0,05$ H_0 ditolak, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdiri dari dua variabel bebas yang memengaruhi satu

variabel terikat. Adapun pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap keputusan bertransaksi pada agen BSI Smart Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (keputusan bertransaksi)
 X_1 dan X_2 = Variabel independen (kemudahan & kepuasan)
 α = Konstanta
 b_1, b_2 = Koefesien regresi
e = Error term

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Uji F (Uji Simultan)

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

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

3.13.2 Koefisien Determinan (R^2)

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

3.13.3 Uji T (Uji Parsial)

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

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

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



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kecamatan Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan

Secara geografis Kecamatan Kluet Selatan diapit oleh beberapa kecamatan dan sebagian besar wilayahnya adalah pesisir pantai lautan, sungai, dan taman makan pahlawan T. Tjoet Ali yang merupakan bagian dari taman wisata. Wilayah Kecamatan Kluet Selatan secara geografis terletak pada 3°09 – 3°38 LS dan 97°14 – 97-29 BT. Kecamatan Kluet Selatan merupakan induk dari Kecamatan Kluet Timur dan melakukan pemekaran pada tahun 2003 terdiri dari 3 kemukiman dari 17 gampong dan 56 dusun. Luas wilayah Kluet Selatan adalah 20.719 km^2 dengan jumlah penduduk 13.942 jiwa. Mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani dan nelayan, sebagian lainnya berpotensi sebagai pedagang dan Pegawai Negeri Sipil. Kecamatan Kluet Selatan sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kluet Timur, kemudian sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Bakongan, dan sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Kluet Utara (Sistem Informasi Gampong, 2024).

4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Hadirnya PT Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi sejarah baru di industri perbankan Indonesia. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H.

BSI merupakan hasil merger sesuai izin yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021 (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Komposisi pemegang saham BSI terdiri dari saham PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (BNI) (Persero) Tbk 24,85%, dan saham PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) (Persero) Tbk 17,25% dan sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini didukung oleh komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN. Hasil merger ini juga menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah milik pemerintah sebelumnya untuk menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik sehingga dapat bersaing di tingkat global (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Kinerja yang tumbuh positif dan dukungan visi pemerintah Indonesia melahirkan iklim dan ekosistem industri halal. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang untuk meperkuat kedudukan BSI untuk memasarkan berbagai produk dan jasa perbankannya (Bank Syariah Indonesia, 2021).

4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun visi Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah menjadi top 10 global *Islamic* bank (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Adapun misi Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.1.4 BSI Smart

BSI Smart merupakan wujud komitmen Bank Syariah Indonesia untuk terus memberikan layanan yang optimal bagi seluruh masyarakat. BSI Smart merupakan suatu layanan laku pandai atau disebut juga layanan keuangan tanpa kantor sebagai kegiatan keuangan inklusif dari BSI untuk menyediakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya. Layanan ini tidak dilakukan melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain yang didukung sarana teknologi informasi (Bank Syariah Indonesia, 2021).

BSI Smart adalah layanan keuangan digital yang bertujuan menyediakan produk-produk keuangan yang sederhana. BSI Smart mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang saat ini belum terjangkau ataupun dapat menjangkau layanan keuangan

termasuk di Aceh. Di Aceh para agen BSI Smart merupakan peralihan dari agen BRILink yang sebelumnya telah beroperasi di Aceh. Sejak diberlakukannya qanun Aceh, maka agen BRILink beralih menjadi agen BSI Smart.

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

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

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

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

4.1.5 Layanan BSI Smart di Kecamatan Kluet Selatan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, terdapat 45 *outlet* BSI Smart yang ada di Kecamatan Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jumlah Outlet agen BSI Smart di Kecamatan Kluet Selatan tahun 2024

No	Desa / Kelurahan	Jumlah Outlet
1	Barat Daya	3
2	Gelumbuk	4
3	Indra Damai	3
4	Jua	1
5	Kapeh	3
6	Kedai Kandang	3
7	Kedai Runding	4
8	Luar	1
9	Pasie Meurapat	3
10	Pasie Lembang	5
11	Pulo Ie	2
12	Rantau Binuang	1
13	Sialang	3
14	Suaq bakong	4
15	Ujung	2
16	Ujung Padang	2
17	Ujung Pasir	1
Total Outlet		45

Sumber: data diolah (2024)

Agan BSI Smart sering menjadi ATM dadakan bagi masyarakat tak terkecuali di Kecamatan Kluet Selatan. Di tengah berkembang pesatnya digitalisasi, sebagian masyarakat sudah jarang mengakses layanan jasa perbankan melalui kantor cabang atau

fasilitas ATM terdekat dengan berbagai alasan seperti malas melakukan antrian, jarak tempat yang tidak strategis, belum memiliki buku tabungan untuk bertransaksi perbankan serta efisiensi waktu dan biaya. Bank Syariah Indonesia terus berupaya mendekatkan masyarakat dengan akses terhadap perbankan syariah, salah satunya adalah melalui agen BSI Smart yang merupakan ujung tombak Bank Syariah Indonesia untuk memperluas dan memperkuat inklusifitas serta aksesibilitas masyarakat ke layanan dan produk perbankan syariah.

Melalui agen BSI Smart masyarakat bisa mendapatkan layanan serta produk yang hampir sama dengan nasabah bank lainnya walaupun tidak memiliki rekening tabungan sendiri. Agen BSI Smart di Kecamatan Kluet Selatan melayani berbagai layanan perbankan untuk membantu memudahkan masyarakat sekitar ketika ingin bertransaksi perbankan seperti:

- a. Setor tunai
- b. Transfer tunai
- c. Cek saldo
- d. Bayar listrik/token
- e. Bayar belanja online
- f. Bayar BPJS
- g. Bayar indihome
- h. Top up dana/ovo dan game
- i. Bayar PDAM
- j. Pencairan dana PKH dan KIP

Adanya jasa transfer ini sangat membantu dan memberi manfaat yang besar dalam lalu lintas perdagangan. Dengan adanya transfer tidak menimbulkan pemborosan baik dalam waktu, tenaga dan biaya. Layanan keuangan digital atau layanan keuangan tanpa kantor (*branchless banking*) merupakan layanan utama pengembangan keuangan perbankan yang kegiatannya adalah memberikan jasa pelayanan keuangan tanpa harus pergi ke kantor bank, cukup dengan sarana teknologi atau dengan melibatkan jasa pihak ketiga dalam hal pemberian layanan kepada masyarakat.

4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat Kluet Selatan yang bertransaksi pada agen BSI Smart dengan sampel yang diperlukan yaitu sebesar 96 responden dan angket yang terisi sebanyak 100 responden. Peneliti menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Jadi, sampel yang menjadi responden harus memenuhi beberapa kriteria yang telah peneliti terapkan. Adapun deskripsi responden adalah sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Pengumpulan data berdasarkan umur masyarakat Kluet Selatan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	< 20	26	26%
2	21 – 30	61	61%
3	31 – 40	8	8%
4	41 – 50	3	3%
5	> 50	2	2%
Total		100	100%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan rentang usia 21-30 tahun. Sehingga dapat dirincikan responden dengan rentang usia 21-30 tahun berjumlah 61 orang dengan persentase 61%, responden dengan rentang usia < 20 tahun berjumlah 26 orang dengan persentase 26%, responden dengan rentang usia 31-40 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, responden dengan rentang usia 41-50 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 2% dan responden dengan usia > 50 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data berdasarkan jenis kelamin masyarakat Kluet Selatan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	51	51%
2	Perempuan	49	49%
Total		100	100%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 51%. Sehingga dapat dirincikan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 51 orang dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 49 dengan persentase 49%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data berdasarkan pendidikan terakhir masyarakat Kluet Selatan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SMP – SMA	53	53%
2	D1 – D3	6	6%
3	S1	40	40%
4	Pasca (S2/S3)	1	1%
Total		100	100%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan pendidikan terakhir SMP-SMA. Sehingga dapat dirincikan responden dengan pendidikan terakhir SMP-SMA berjumlah 53 orang dengan persentase 53%, responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah 40 orang dengan persentase 40%, responden dengan pendidikan terakhir D1-D3 berjumlah 6 orang dengan persentase 6%, dan responden dengan pendidikan terakhir Pasca (S2/S3) berjumlah 1 orang dengan persentase 1%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengumpulan data berdasarkan pekerjaan masyarakat Kluet Selatan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS/TNI/POLRI	26	26%
2	Pelajar/Mahasiswa	61	61%
3	Wiraswasta	8	8%
4	IRT/Pensiunan	3	3%
5	Lainnya	2	2%
Total		100	100%

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa. Sehingga dapat dirincikan responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 61 orang dengan persentase 61%, responden dengan pekerjaan PNS/TNI/POLRI berjumlah 26 orang dengan persentase 26%, responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, responden dengan pekerjaan IRT/Pensiunan berjumlah 3 orang dengan persentase 3%, dan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 2 orang dengan persentase 2%.

4.3 Tanggapan Responden Penelitian

Data responden dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran angket/kuesioner yang dibagikan secara online melalui *Google Form*. Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 orang dengan kriteria responden merupakan masyarakat Kluet Selatan

Kabupaten Aceh Selatan dan pernah bertransaksi pada agen BSI Smart Kluet Selatan. Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 100 responden yang diperoleh:

4.3.1 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Kemudahan

Variabel kemudahan terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Tanggapan Variabel Kemudahan

No	Kemudahan (X_1)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	
1	X1.1	0	0	3	51	46	100
2	X1.2	0	0	4	56	40	100
3	X1.3	0	0	3	52	45	100
4	X1.4	1	1	3	46	49	100
5	X1.5	0	0	5	53	42	100
6	X1.6	0	0	3	55	42	100
7	X1.7	0	3	4	56	37	100
8	X1.8	0	0	1	50	49	100
9	X1.9	0	1	4	38	57	100
10	X1.10	0	2	4	45	49	100
11	X1.11	0	1	4	51	44	100
12	X1.12	0	0	2	56	42	100
Frekuensi		1	8	40	609	542	1200
Persentase		0%	1%	3%	51%	45%	100%

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwadari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel kemudahan responden

dominan setuju atas pertanyaan- pertanyaan pada variabel kemudahan.

4.3.2 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Tingkat Kepuasan

Variabel tingkat kepuasan terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Variabel Tingkat Kepuasan

No	Tingkat Kepuasan (X_2)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	
1	X2.1	0	2	7	49	42	100
2	X2.2	0	0	8	51	41	100
3	X2.3	0	3	2	56	39	100
4	X2.4	0	2	9	57	32	100
5	X2.5	1	0	4	62	33	100
6	X2.6	0	1	4	66	29	100
7	X2.7	0	0	1	67	32	100
8	X2.8	0	0	2	59	39	100
9	X2.9	0	0	6	61	33	100
10	X2.10	0	0	7	61	32	100
11	X2.11	0	1	0	62	37	100
12	X2.12	0	0	5	59	36	100
Frekuensi		1	9	55	710	425	1200
Persentase		0%	1%	5%	59%	35%	100%

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwadari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel tingkat kepuasan responden dominan setuju atas pertanyaan- pertanyaan pada variabel kepuasan.

4.3.3 Tanggapan Jawaban Responden Variabel Keputusan Bertransaksi

Variabel keputusan bertransaksi terdiri atas beberapa item pernyataan yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Variabel Keputusan Bertransaksi

No	Keputusan Bertransaksi (Y)						Total
	Jawaban Responden						
	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	
1	Y.1	0	0	6	58	36	100
2	Y.2	0	0	5	55	40	100
3	Y.3	0	3	1	56	40	100
4	Y.4	1	0	4	60	35	100
5	Y.5	0	0	4	59	37	100
6	Y.6	0	2	6	55	37	100
7	Y.7	0	2	5	56	37	100
8	Y.8	0	0	5	55	40	100
9	Y.9	1	0	3	55	41	100
10	Y.10	0	2	12	53	33	100
11	Y.11	0	2	7	58	33	100
12	Y.12	0	2	2	62	34	100
Frekuensi		2	13	60	682	443	1200
Persentase		0%	1%	5%	57%	37%	100%

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari hasil penyebaran kuesioner untuk variabel keputusan bertransaksi responden dominan setuju atas pertanyaan-pertanyaan pada variabel keputusan bertransaksi.

4.4 Validitas Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah kita lampirkan. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel atau nilai p -value lebih kecil dari alpha 5%. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS v.26. Hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Aspek	Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
X ₁	Kemudahan	Pertanyaan 1	0,196	0,753	Valid
		Pertanyaan 2		0,774	Valid
		Pertanyaan 3		0,752	Valid
		Pertanyaan 4		0,609	Valid
		Pertanyaan 5		0,781	Valid
		Pertanyaan 6		0,705	Valid
		Pertanyaan 7		0,755	Valid
		Pertanyaan 8		0,751	Valid
		Pertanyaan 9		0,673	Valid
		Pertanyaan 10		0,703	Valid
		Pertanyaan 11		0,793	Valid
		Pertanyaan 12		0,757	Valid
X ₂	Tingkat Kepuasan	Pertanyaan 1	0,196	0,670	Valid

		Pertanyaan 2		0,795	Valid
		Pertanyaan 3		0,767	Valid
		Pertanyaan 4		0,739	Valid
		Pertanyaan 5		0,831	Valid
		Pertanyaan 6		0,758	Valid
		Pertanyaan 7		0,836	Valid
		Pertanyaan 8		0,778	Valid
		Pertanyaan 9		0,800	Valid
		Pertanyaan 10		0,806	Valid
		Pertanyaan 11		0,735	Valid
		Pertanyaan 12		0,843	Valid
Y	Keputusan Bertransaksi	Pertanyaan 1	0,196	0,771	Valid
		Pertanyaan 2		0,795	Valid
		Pertanyaan 3		0,710	Valid
		Pertanyaan 4		0,810	Valid
		Pertanyaan 5		0,880	Valid
		Pertanyaan 6		0,820	Valid
		Pertanyaan 7		0,841	Valid
		Pertanyaan 8		0,786	Valid
		Pertanyaan 9		0,729	Valid
		Pertanyaan 10		0,838	Valid
		Pertanyaan 11		0,790	Valid
		Pertanyaan 12		0,797	Valid

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa seluruh item variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya dinyatakan valid, hal ini dapat diketahui dengan melihat setiap nilai r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel dalam uji ini diperoleh dengan memakai rumus *degree of freedom* ($df = n - 2$), jumlah sampel (n) dalam penelitian ini yaitu 100, maka ($df = 100 - 2 = 98$) dengan alpha 5% sehingga didapat r tabel = 0,196 dengan tingkat signifikansi untuk menguji dua arah (α

= 0,05). Karena mempunyai koefisien korelasi di atas dari nilai kritis korelasi yaitu sebesar 0,196 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten. Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *cronbach alpha*, yaitu apabila *coefficientcronbach's alpha* > 0,6 maka suatu variabel dikatakan handal atau reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS v.26.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reabilitas

Indikator	Cronbach's Alpha Minimal	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan (X_1)	0,60	0,919	Reliabel
Tingkat Kepuasan (X_2)		0,939	Reliabel
Keputusan Bertransaksi (Y)		0,947	Reliabel

Sumber : data diolah(2024)

Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* variabel kemudahan (X_1) sebesar 0,919, variabel tingkat kepuasan (X_2) sebesar 0,939, dan variabel keputusan bertransaksi (Y) sebesar 0,947. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada

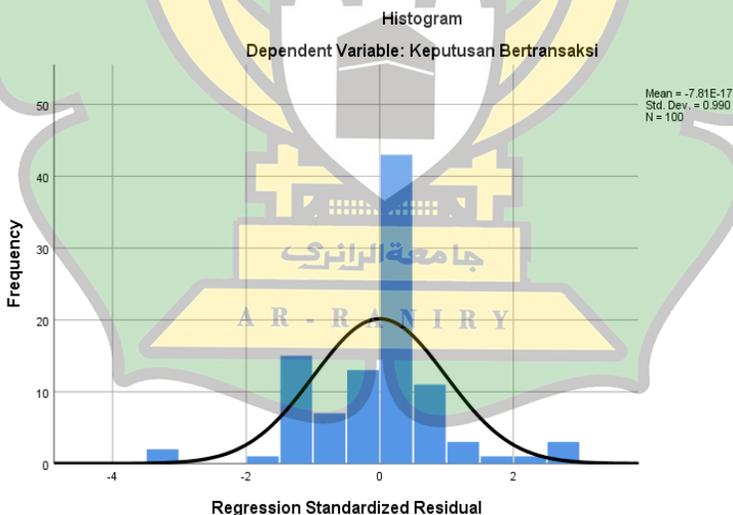
masing-masing variabel $> 0,60$ maka dapat disimpulkan seluruh variabel yang diteliti sudah handal atau reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik histogram dan metode *normal probability plot*. Berikut Gambar 4.1 adalah pengujian menggunakan analisis grafik histogram.

Gambar 4.1
Grafik Histogram

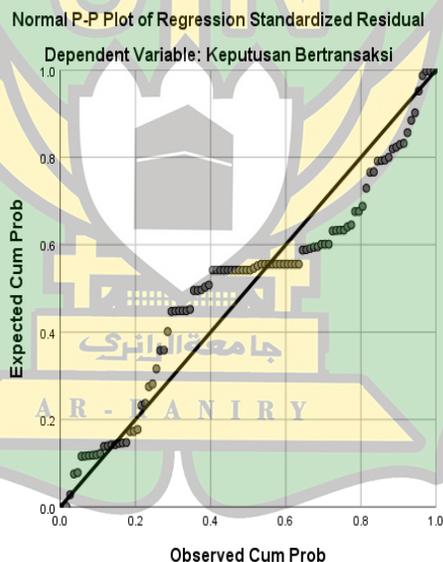


Sumber: data diolah (2024)

Hasil grafik histogram pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normalnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik ini memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal. Dari gambar 4.1 dapat dilihat bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.

Pada Gambar 4.2 adalah pengujian menggunakan grafik *probability plot*.

Gambar 4.2 Normal probability plot



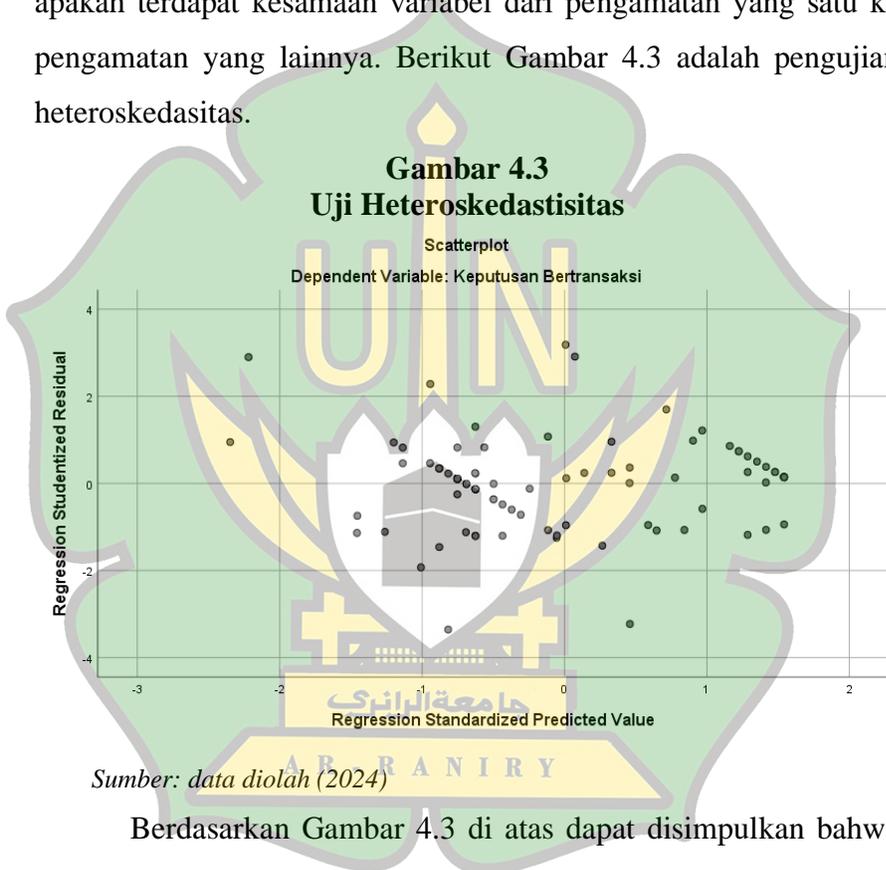
Sumber: data diolah (2024)

Uji normalitas p-plot pada gambar 4.2 dapat disimpulkan butir data berada di sepanjang arah diagonal atau titik tersebar disekitar diagonal, artinya data dalam penelitian ini memenuhi

asumsi normalitas atau berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam sebuah penelitian.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat kesamaan variabel dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Berikut Gambar 4.3 adalah pengujian heteroskedastisitas.



Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas karena sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu. Dapat kita ketahui bahwa titik-titik atau plot pada uji heteroskedastisitas ini menyebar secara merata baik itu diatas maupun dibawah garis diagonalnya yaitu titik nol (0) dan juga tidak membentuk suatu pola

baik itu menyempit ataupun mengembang mengikuti garis diagonalnya, oleh karena itu dapat dikatakan pada uji ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Uji multikolinieritas dengan menggunakan metode tolerance dan VIF memiliki kriteria apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. Hasil pengolahan data pada uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.093	2.902		.032	.974		
	Kemudahan (X_1)	.329	.097	.293	3.383	.001	.308	3.250
	Tingkat Kepuasan (X_2)	.663	.092	.622	7.178	.000	.308	3.250

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa nilai *tolerance variabelkemudahan* sebesar 0.308 dan variabel tingkat kepuasan sebesar 0.308 artinya nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Nilai VIF

pada variabel kemudahan 3.250 dan variabel tingkat kepuasan 3.250 nilai tersebut lebih kecil dari 10. Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan terhadap keputusan bertransaksi. Uji ini juga digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*). Hasil pengolahan data pada uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut.

Hasil Tabel 4.12
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.093	2.902		.032	.974
Kemudahan (X_1)	.329	.097	.293	3.383	.001
Tingkat Kepuasan (X_2)	.663	.092	.622	7.178	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Sumber: data diolah (2024)

Tabel "Unstandardized Coefficients B" memberikan informasi tentang persamaan regresi yaitu seberapa besar variabel kemudahan (X_1) dan variabel kepuasan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan bertransaksi (Y). Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0.093 + 0.329X_1 + 0.663X_2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,093 menunjukkan bahwa jika variabel bebasnya adalah nol, maka besarnya keputusan bertransaksi adalah sebesar 0.093.
2. Besarnya koefisien regresi variabel kemudahan (X_1) sebesar 0,329. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi dengan nilai koefisien sebesar 0,329. Artinya bahwa setiap penambahan satu satuan variabel kemudahan, maka akan meningkatkan keputusan bertransaksi sebesar 0,329 atau 32,9% dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah konstan atau tetap.
3. Besarnya koefisien regresi variabel tingkat kepuasan (X_2) sebesar 0,663. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan bertransaksi dengan nilai koefisien sebesar 0,663. Artinya bahwa setiap penambahan satu satuan variabel tingkat kepuasan, maka akan meningkatkan keputusan bertransaksi sebesar 0,663 atau 66,3% dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah konstan atau tetap.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara terpisah atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

Tabel 4.13
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.093	2.902	.032	.974	
	Kemudahan (X_1)	.329	.097	.293	3.383	.001
	Tingkat Kepuasan (X_2)	.663	.092	.622	7.178	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Diketahui nilai signifikan untuk kemudahan terhadap keputusan bertransaksi adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,383 > 1,984$, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan bertransaksi.
2. Diketahui nilai signifikan untuk tingkat kepuasan terhadap keputusan bertransaksi adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,178 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tingkat kepuasan terhadap keputusan bertransaksi.

4.7.2 Uji F (Simultan)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

Tabel 4.14
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2664.518	2	1332.259	167.989	.000 ^b
	Residual	769.272	97	7.931		
	Total	3433.790	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi						
b. Predictors: (Constant), Tingkat Kepuasan, Kemudahan						

Sumber : data diolah (2024)

Dari tabel 4.14 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan terhadap keputusan bertransaksi adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $167,989 > 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen yaitu kemudahan (X_1) dan tingkat kepuasan (X_2) dengan variabel dependen keputusan bertransaksi (Y) atau sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.771	2.81614
a. Predictors: (Constant), Tingkat Kepuasan, Kemudahan				
b. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi				

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,771 atau 77,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan tingkat kepuasan hanya mampu menjelaskan keputusan bertransaksi sebesar 77,1%, sedangkan 22,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Berdasarkan uji t pada tabel 4.13, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kualitas layanan memperoleh nilai yang signifikan sebesar $3,250 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,178 > 1,984$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan yaitu sebesar 0,329. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kemudahan dengan keputusan bertransaksi. Jika kemudahan ditingkatkan maka keputusan bertransaksi pun akan ikut meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mentari et al. 2019 menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi nasabah. Hal ini menunjukkan

bahwa untuk mewujudkan kemudahan yang mampu menciptakan keputusan bertransaksi, bank sebagai perusahaan harus mampu menyeimbangkan antara harapan dan persepsi nasabah atas kemudahan yang diberikan. Karena keputusan bertransaksi sangat ditentukan oleh perbandingan antara harapan akan kemudahan yang akan diberikan dengan kemudahan yang dirasakan nasabah.

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

4.8.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Berdasarkan uji t pada tabel 4.13, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu tingkat kepuasan memperoleh nilai yang signifikan $3,250 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,178 > 1,984$, sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan yaitu sebesar 0,663. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kepuasan dengan keputusan bertransaksi. Jika tingkat kepuasan ditingkatkan maka keputusan bertransaksi pun akan ikut meningkat.

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

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Nugroho & Irmadhani, 2019).

4.8.3 Pengaruh Kemudahan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Berdasarkan uji f pada tabel 4.14, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu kemudahan dan tingkat kepuasan memperoleh nilai signifikan sebesar $00,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $167,989 > 3,09$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa

kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2019) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Brilink Di Pondok Zhafira Kota Palopo. Amalia membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan, variabel kemudahan dan variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di BRILink Pondok Zhafira. Oleh karena itu jika kemudahan dan kepuasan secara bersama-sama ditingkatkan maka keputusan pembelian atau keputusan bertransaksi pun akan ikut meningkat.

Kemudahan, tingkat kepuasan dan keputusan bertransaksi memiliki hubungan yang sejalan. Menurut Ningsya (2022) menjelaskan pada hasil penelitiannya bahwa kemudahan dan kepuasan nasabah mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Elviana (2023) yang membuktikan bahwa kemudahan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama mempengaruhi keputusan bertransaksi. Dari penelitian terkait mendapati hasil yang sejalan dengan penelitian peneliti, penelitian fokus terhadap pada dua variabel kemudahan dan kepuasan terhadap keputusan bertransaksi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang sudah diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,383 > 1,984$ sehingga H_{01} ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel kemudahan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,329 atau 32,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi.
- 2) Tingkat Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji t yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,178 > 1,984$, sehingga H_{02} ditolak. Berdasarkan uji regresi linear berganda, variabel tingkat kepuasan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,663 atau 66,3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

- 3) Kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji F yang sudah dilakukan dan memperoleh nilai yang signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $167,989 > 3,09$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka peneliti akan mengajukan beberapa saran yang mungkin bermanfaat:

- 1) Bagi Agen BSI Smart, diharapkan agar terus menjaga dan meningkatkan kemudahan dan kepuasan serta faktor-faktor lainnya agar semakin meningkatkan minat dan keputusan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan jasa BSI Smart.
- 2) Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pedoman untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan agar dapat melakukan penelitian yang lebih dalam dan lebih baik lagi. Disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain dari pengaruh kemudahan dan tingkat kepuasan nasabah. Adapun variabel independen lain dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi seperti minat, manfaat, pengetahuan, kualitas layanan, kualitas produk, dan lain sebagainya.

Kemudian menambah item-item atau indikator pada setiap variabel yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan bertransaksi agar lebih melengkapi penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementansi Teori dan Praktek*. Surabaya: CV. Qiara Media.
- Ahmadi, Herman. 2018. Analisis Penerapan BRILink di Bank BRI Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 1, No. 2
- Alan, Yunus. 2016. Pengaruh Service Quality (Tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance) Terhadap Costumer Satisfaction : Penelitian Pada Hotel Selera Bandung.(Universitas Kristen Maranatha). *Jurnal Manajemen*. Vol. 15, No. 2
- Amalia, Nur. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian jasa BRILink DiPondok Zhafira Kota Palopo. *Skripsi*, IAIN PALOPO.
- Amita, Nindya. 2015. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Terhadap Minat Menggunakan Layanan Produk BRILink. *Jurnal Ilmiah*. Vol.4, No. 1
- Arief, Mufti, dkk. 2022. Analisis Pemasaran Layanan Bsi Smart Febi Uin Raden Mas Said Surakarta. (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta) *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol, 2. No.2
- Badan Pusat Statistik. (2019). Kecamatan Kluet Selatan dalam Angka. Kabupaten Aceh Selatan.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik Daerah. Kabupaten Aceh Selatan.

- Bagus dan Nugroho. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Transaksi Menggunakan Sistem ECommerce, (Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Manajemen*. Vol.6, No.2
- Bank Syariah Indonesia. (2021). Produk dan Layanan. Online dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1618199550bsi-smart-agent> . Diakses pada 20 Oktober 2023.
- Dendhana, T. (2018). Penerapan Prudential Banking Principle Dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Penyimpan Dana. *Lex et Societatis*, 1(1), 40-53.
- Elviana. 2023. Analisis Minat Nasabah Dalam Memoderasi Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Brilink (Studi Kasus Di Desa Tegalontar Kecamatan Sragi). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Figra, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Agen Brilink Kecamatan Suliki, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat). (Universitas Telkom). *Jurnal Manajemen*. Vol, 9. No.1.
- Gunawan, (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Qris Terhadap Keputusan Bertransaksi. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.1 No. 10.
- Hidayah, (2023). Kepatuhan Hukum Agen Laku Pandai BSI Smart dalam Layanan terhadap Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*. Vol. 4 No. 1.
- Hidayat, Y. R., & Surahman, M. (2017). Analisis Pencapaian Tujuan Bank Syariah Sesuai UU No 21 Tahun 2008. Amwaluna: *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 34-50.

Herna K. (2020). Persepsi dan Respon Masyarakat Terhadap Layanan BRILink di Desa Mattunrue-Tunrue Kabupaten Pinrang (Analisis Perbankan Syariah). *Skripsi*. Pare-Pare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

<https://acehselatankab.bps.go.id/statictable/2015/07/01/17/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin-dan-sex-ratio-di-kabupaten-aceh-selatan-tahun-2017-.html>. Di akses pada 29 Desember 2023.

<https://keckluetselatan.sigapaceh.id>. Di akses pada 25 Mei 2024

<https://www.bankbsi.co.id/tentang-bsismart>. Di akses pada 29 Oktober 2023.

<https://www.antaraneews.com/berita/3801003/bsi-97-persen-transaksi-dilakukan-via-channel-elektronik>. Di akses pada 30 Januari 2024

Irmadhani dan Nugroho. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy*, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi*. Vol.1, No. 3

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

Karim, (2019) *Islamic Banking : fiqh and financial analysis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Khalidin, Bismi dan Zahara. 2022. *Fee System Analysis And Its Disparity Under Bsi Smart Agent Services In The Samsarah Perspective*. (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol, 3. No.2

Kholidah dan Arifiyanto. 2020. Pengaruh Citra Merk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Produk Pada

e-commerce Shopee di Jakarta. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Listanti, D. (2018). Upaya Penanganan Pembiayaan Murabahah Bermasalah Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada KJKS Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik Jawa timur Periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 1-15.

Mahargiyantie, (2020). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No. 2.

Muiszudin dan Ori Sista. 2016. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di PT. Arwana Internusa Tour Pontianak. (Universitas Muhammadiyah Pontianak). *Jurnal Manajemen Motivasi*. Vol.12, No.1

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

Ningsya. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Brilink. *Skripsi*, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO. جامعة الراندي

Nurhasanah, N. (2019). *Mudharabah dalam teori dan praktik*, Bandung: PT Refika Aditama.

Nurul, (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Bermitra Menjadi Agen Bsi Smart. *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 10 No. 1.

Otoritas Jasa Keuangan. (2014). Penjelasan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/PJOK.03/2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Online dari

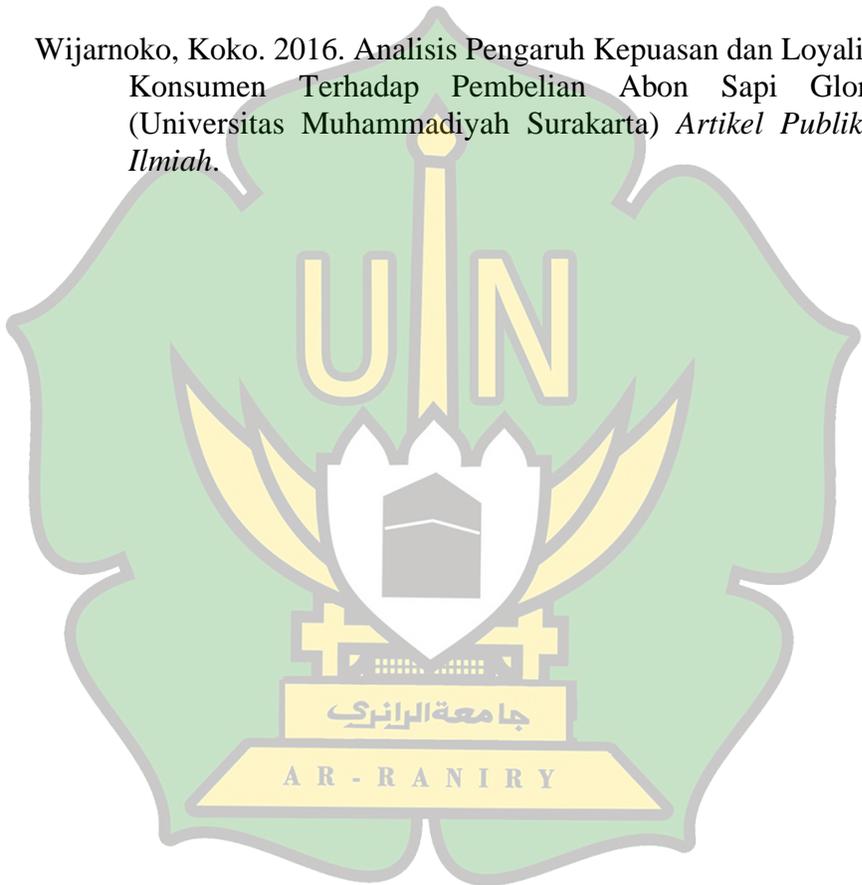
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/129870/peraturan-ojk-no-19poj032014-tahun-201>. Diakses pada 31 Oktober 2023.

- Pitaloka, D. A (2023). Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon). (Skripsi, UIN Raden Mas Said). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi>
- Rizal, (2020). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101-1106.
- Romadhon, B. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 86-98.
- Sahroni, O. (2019). *Fikih Muamalah Kontemporer: membahas Ekonomi Kekinian*. Jakarta: Republika Penerbit.
- Setyarko, Yugi. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online, (Universitas Budi Luhur Jakarta). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 5, No.2
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Sukabumi: CV. Alfabeta.
- Sriwidodo, Untung dan Indriastuti. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. (Universitas Slamet Riyadi Surakarta) *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol, 10. No.2

Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudharabah Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 3(1), 1-21.

Wahyuni, (2023). Analisis Layanan Laku Pandai BSI Smart. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Wijarnoko, Koko. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Pembelian Abon Sapi Gloria. (Universitas Muhammadiyah Surakarta) *Artikel Publikasi Ilmiah*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Angket/Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Agen Bsi Smart (Studi Pada Nasabah Agen Bsi Smart Kluet Selatan), saya:

Nama : Adelia Matilda

NIM : 200603071

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

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

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat Saya,

Adelia Matilda

I. Karakteristik Responden

Karakteristik responden untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merupakan masyarakat Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan
2. Pernah bertransaksi pada agen BSI Smart Kluet Selatan

II. Data Responden

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

Apakah anda merupakan masyarakat Kluet Selatan?

Ya

Tidak

Apakah anda pernah bertransaksi pada agen BSI Smart Kluet Selatan?

Ya

Tidak

1. Nama :

2. Umur :

< 20

21-

30

31-40

41-

50

> 50

3. Jenis Kelamin :

L/P

Laki-laki

Perempuan

4. Pendidikan Terakhir :

SMP s/d SMA

D1

s/d D3

S1

Pasca (S2/S3)

5. Pekerjaan :

PNS/TNI/POLRI

Wiraswasta

Pelajar/Mahasiswa

IRT/Pensiun

Lainnya

III. Tanggapan Responden

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

sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

KS = Kurang Setuju (skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

A. Kemudahan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)						
1	BSI Smart selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi					
2	Tidak perlu banyak usaha dalam bertransaksi pada BSI Smart					
3	keseluruhan layanan BSI Smart mudah untuk digunakan dan memberikan manfaat bagi para penggunanya					
Jelas dan mudah dimengerti						
1	Penggunaan BSI Smart mudah dipahami					
2	Informasi BSI Smart sangat jelas pada agen BSI Smart sehingga mudah dimengerti					
3	Penggunaan layanan BSI Smart mudah dan terarah					

Mudah mengoperasikan						
1	Layanan BSI Smart sederhana dalam pengoperasiannya					
2	BSI Smart membuat pekerjaan menjadi lebih mudah					
3	Dengan BSI Smart saya tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi					
Fleksibel (<i>flexibel</i>)						
1	Layanan BSI Smart bisa digunakan kapan saja					
2	Nasabah dapat dengan mudah mengatur waktu ketika ingin bertransaksi pada Agen BSI Smart					
3	Nasabah dapat memilih tempat bertransaksi pada agen BSI Smart					

B. Kepuasan Masyarakat

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Perasaan puas						
1	Saya merasa puas sebagai nasabah selama bertransaksi dengan BSI Smart					
2	Saya merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan oleh agen BSI Smart					
3	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan BSI Smart					
Kualitas pelayanan						
1	Agen BSI Smart memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan santun					
2	Agen BSI Smart terampil dalam melayani nasabah					

3	Agen BSI Smart sangat teliti dalam pelayanannya terhadap nasabah					
Kualitas produk						
1	Kinerja BSI Smart sesuai dengan fungsional yaitu dalam bertransaksi					
2	Fitur-fitur yang ditawarkan BSI Smart beragam					
3	BSI Smart dapat diandalkan dengan kemampuan produk digunakan berulang kali					
Terpenuhi harapan						
1	Produk BSI Smart sesuai dengan harapan nasabah					
2	BSI Smart menjadi harapan bagi nasabah yang kesulitan untuk pergi ke kantor BSI					
3	Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja BSI Smart terpenuhi					

C. Keputusan Bertransaksi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Persepsi kemudahan						
1	BSI Smart dapat memberikan jaminan kemudahan atas produk yang di tawarkan					
2	BSI Smart menjadi solusi dalam kebutuhan bertransaksi					
3	Agen BSI Smart selalu merespon permintaan transaksi dan memberikan informasi dengan baik dan cepat					
Sesuai keinginan dan kebutuhan						
1	Agen BSI Smart selalu mengutamakan kepentingan, kebutuhan dan keinginan nasabah					

2	Agen BSI Smart memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah					
3	Agen BSI Smart cepat tanggap dalam melayani keinginan dan kebutuhan nasabah					
Kepuasan nasabah						
1	Nasabah puas akan fitur-fitur yang ditawarkan BSI Smart					
2	Nasabah merasa puas dengan produk BSI Smart karena tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk					
3	Nasabah merasa puas dengan fungsi dan manfaat BSI Smart					
Harga						
1	Harga yang ditawarkan BSI Smart relatif murah					
2	BSI Smart memberikan harga terjangkau oleh kemampuan daya beli nasabah					
3	BSI Smart menyesuaikan antara harga dengan kualitas					

Lampiran 2

**Tabulasi Data Hasil Pengisian Angket 100 Responden
Tabel AngketKemudahan (X1)**

No	Kemudahan (X1)												Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	50
3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	50
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	43
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
9	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	55
10	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	53
11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	48
13	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	48
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	57
16	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	54
17	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	44
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
22	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	52
23	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	56
24	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	55
25	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	55
26	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	53

27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
31	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
32	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
36	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	55
37	4	3	4	4	3	5	2	5	2	5	4	4	45
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
44	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	52
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	57
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	56
54	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
57	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	46
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

59	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	50
60	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	55
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	41
63	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	57
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
68	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	53
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
72	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	50
73	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	52
74	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
75	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	56
76	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	55
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
78	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	54
79	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	54
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	51
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	57
87	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	53
88	4	4	5	2	5	5	2	5	3	2	3	4	44
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

91	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	51
92	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	47
93	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	54
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
95	5	5	4	5	4	4	2	4	5	5	4	4	51
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
100	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	48

Tabel Angket Kepuasan (X2)

N o.	Kepuasan (X2)												Total
	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X2 .7	X2 .8	X2 .9	X2 .10	X2 .11	X2 .12	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	48
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
7	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	38
8	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	43
9	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	54
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
13	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	49
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	57
16	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
17	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	46

18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
21	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	56
22	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	51
23	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	45
25	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	57
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
29	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	47
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	58
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45
36	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	53
37	3	5	4	2	5	2	4	5	4	4	5	5	48
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
39	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	53
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	52
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
48	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
54	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	53
55	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
56	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	55
57	3	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	48
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	49
60	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	53
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
66	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	48
67	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	50
68	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	55
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
72	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
73	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	52
76	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	50
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
78	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
79	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
80	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
81	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	58

82	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	58
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
87	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
88	5	5	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	49
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	47
93	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
95	3	4	4	5	1	3	3	4	3	4	4	3	41
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
97	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
99	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	55
100	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	49

Tabel Angket Keputusan Bertransaksi (Y)

No	A R - Keputusan Bertransaksi (Y)												Total
	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y.1 0	Y.1 1	Y.1 2	
1	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	45
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	42

8	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	42
9	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	55
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	55
16	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	50
17	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	42
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
24	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	45
25	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	53
26	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
30	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	56
31	3	5	4	3	4	3	3	3	4	2	2	2	38
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
36	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	56
37	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	53
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	52

40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
48	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
50	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
51	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	52
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
54	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	54
55	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	41
56	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	56
57	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	4	4	43
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	48
60	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	54
61	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
68	5	4	5	3	4	2	2	5	1	4	5	5	45
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

72	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
78	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	54
79	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	53
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
82	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	55
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
88	5	3	4	5	3	4	3	5	5	5	3	3	48
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
91	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	51
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
93	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
95	4	3	2	1	3	3	2	4	5	4	5	5	41
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
99	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
100	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45

Lampiran 3

Uji Validitas Uji Validitas Kemudahan (X1)

		Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Tota l
X1.1	Pearson Correlation	1	.621**	.640**	.393**	.523**	.555**	.511**	.553**	.380**	.488**	.509**	.526**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.621**	1	.550**	.345**	.612**	.581**	.512**	.474**	.439**	.465**	.654**	.631**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.640**	.550**	1	.339**	.549**	.518**	.501**	.693**	.441**	.431**	.534**	.521**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.393**	.345**	.339**	1	.470**	.323**	.485**	.376**	.367**	.438**	.365**	.294**	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.523**	.612**	.549**	.470**	1	.580**	.615**	.575**	.437**	.465**	.507**	.563**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.555**	.581**	.518**	.323**	.580**	1	.462**	.609**	.299**	.334**	.479**	.563**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.003	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.511**	.512**	.501**	.485**	.615**	.462**	1	.571**	.520**	.421**	.525**	.453**	.755**
	Sig. (2-tailed)													
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.553**	.474**	.693**	.376**	.575**	.609**	.571**	1	.464**	.386**	.464**	.539**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.380**	.439**	.441**	.367**	.437**	.299**	.520**	.464**	1	.498**	.529**	.490**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.488**	.465**	.431**	.438**	.465**	.334**	.421**	.386**	.498**	1	.698**	.472**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.509**	.654**	.534**	.365**	.507**	.479**	.525**	.464**	.529**	.698**	1	.703**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	.526**	.631**	.521**	.294**	.563**	.563**	.453**	.539**	.490**	.472**	.703**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.753**	.774**	.752**	.609**	.781**	.705**	.755**	.751**	.673**	.703**	.793**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														

Uji Validitas Kepuasan (X2)

		Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.701**	.516**	.434**	.486**	.487**	.449**	.404**	.455**	.387**	.329**	.477**	.670**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.701**	1	.658**	.522**	.580**	.415**	.546**	.582**	.607**	.531**	.557**	.658**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.516**	.658**	1	.588**	.580**	.455**	.563**	.567**	.556**	.537**	.486**	.580**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.434**	.522**	.588**	1	.523**	.676**	.546**	.539**	.418**	.603**	.453**	.533**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.486**	.580**	.580**	.523**	1	.653**	.743**	.653**	.651**	.628**	.563**	.739**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.487**	.415**	.455**	.676**	.653**	1	.643**	.492**	.593**	.628**	.495**	.566**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.449**	.546**	.563**	.546**	.743**	.643**	1	.634**	.669**	.717**	.681**	.735**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X2.8	Pearson Correlation	.404**	.582**	.567**	.539**	.653**	.492**	.634**	1	.680**	.560**	.608**	.633**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.455**	.607**	.556**	.418**	.651**	.593**	.669**	.680**	1	.690**	.548**	.686**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.387**	.531**	.537**	.603**	.628**	.628**	.717**	.560**	.690**	1	.627**	.694**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.329**	.557**	.486**	.453**	.563**	.495**	.681**	.608**	.548**	.627**	1	.637**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.477**	.658**	.580**	.533**	.739**	.566**	.735**	.633**	.686**	.694**	.637**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.670**	.795**	.767**	.739**	.831**	.758**	.836**	.778**	.800**	.806**	.735**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas Keputusan Bertransaksi (Y)

		Correlations												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Tota 1
Y.1	Pearson Correlation	1	.532**	.512**	.621**	.606**	.550**	.525**	.654**	.504**	.647**	.638**	.625**	.771 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.532**	1	.658**	.640**	.779**	.596**	.705**	.603**	.568**	.487**	.542**	.529**	.795 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.512**	.658**	1	.578**	.677**	.585**	.540**	.497**	.373**	.510**	.415**	.430**	.710 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.621**	.640**	.578**	1	.712**	.750**	.757**	.557**	.598**	.573**	.461**	.477**	.810 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.606**	.779**	.677**	.712**	1	.692**	.751**	.619**	.584**	.659**	.674**	.690**	.880 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.550**	.596**	.585**	.750**	.692**	1	.756**	.543**	.676**	.623**	.499**	.514**	.820 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.525**	.705**	.540**	.757**	.751**	.756**	1	.571**	.656**	.629**	.553**	.568**	.841 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y.8	Pearson Correlation	.654**	.603**	.497**	.557**	.619**	.543**	.571**	1	.541**	.700**	.630**	.645**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	.504**	.568**	.373**	.598**	.584**	.676**	.656**	.541**	1	.603**	.408**	.422**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.647**	.487**	.510**	.573**	.659**	.623**	.629**	.700**	.603**	1	.791**	.781**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.11	Pearson Correlation	.638**	.542**	.415**	.461**	.674**	.499**	.553**	.630**	.408**	.791**	1	.986**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.12	Pearson Correlation	.625**	.529**	.430**	.477**	.690**	.514**	.568**	.645**	.422**	.781**	.986**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.771**	.795**	.710**	.810**	.880**	.820**	.841**	.786**	.729**	.838**	.790**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4

Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	12

Uji Reliabilitas Kepuasan (X2)

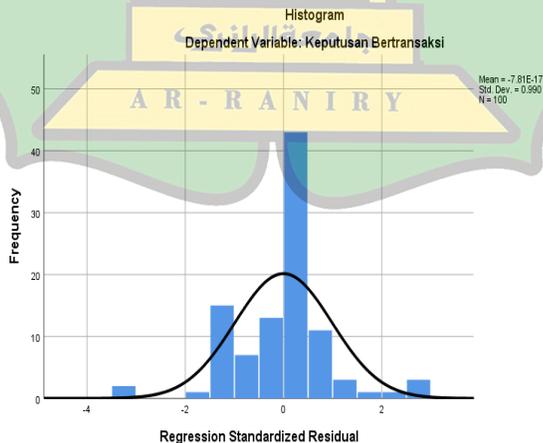
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	12

Uji Reliabilitas Keputusan Bertransaksi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	12

Lampiran 5

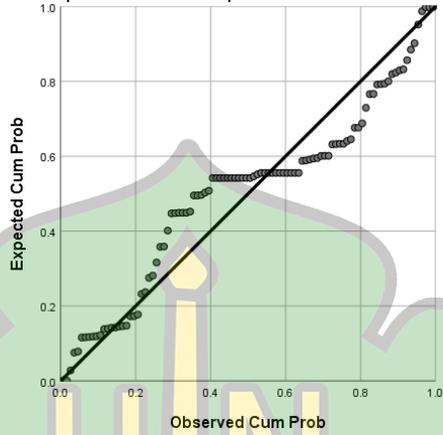
Uji Normalitas Grafik Histogram



Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

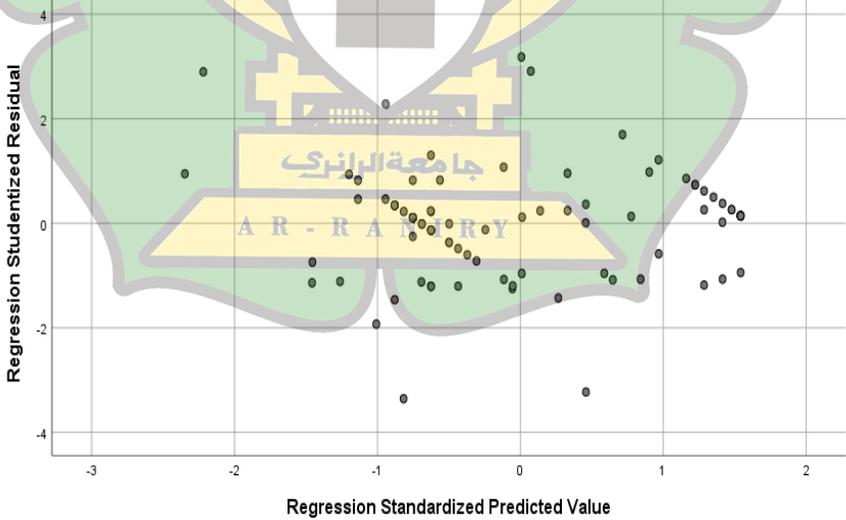


Lampiran 6

Uji Heteroskedastisitas Gambar Scatterplot

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi



Lampiran 7

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.093	2.902		.032	.974		
	Kemudahan (X1)	.329	.097	.293	3.383	.001	.308	3.250
	Kepuasan (X2)	.663	.092	.622	7.178	.000	.308	3.250

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Lampiran 8

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.093	2.902		.032	.974
	Kemudahan (X1)	.329	.097	.293	3.383	.001
	Kepuasan (X2)	.663	.092	.622	7.178	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Lampiran 9

Pengujian Hipotesis Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.093	2.902		.032	.974
	Kemudahan (X1)	.329	.097	.293	3.383	.001
	Kepuasan (X2)	.663	.092	.622	7.178	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2664.518	2	1332.259	167.989	.000 ^b
	Residual	769.272	97	7.931		
	Total	3433.790	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan						

Lampiran 10

Uji Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.771	2.81614
a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kemudahan				
b. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi				

Lampiran 11

RIWAYAT HIDUP

Nama : Adelia Matilda
NIM : 200603071
Tempat/ Tgl. Lahir : Meulaboh, 10 Januari 2002
Status : Belum Menikah
Alamat : Desa Kd. Runding, Kecamatan Kluet Selatan, Kabupaten Aceh Selatan
No. Hp : 081260112248
Email : matildaadelia10@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. MIN 19 Aceh Selatan : 2008-2014
2. MTsN 2 Aceh Selatan : 2014-2017
3. SMAN Unggul Kab. Aceh Selatan : 2017-2020
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Irma Suryadi
Pekerjaan : Sopir
Nama Ibu : Masraudhati
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang tua : Kd. Runding