

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *TRANSACTION FEE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRILINK DI DESA TLOGOSARI
KECAMATAN SUMBERMALANG KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI.

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Oleh:

INALIYA SHOLEHATIN
NIM : E20171032

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI 2022**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *TRANSACTION FEE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRILINK (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh

gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam

Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Inaliya Sholehatin

NIM : E20171032

Di Setujui Dosen Pembimbing:



Ana Pratiwi, M.S.A.

NIP. 198809232019032003

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *TRANSACTION FEE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRILINK DI DESA TLOGOSARI
KECAMATAN SUMBERMALANG KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Desember 2021

Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008

Sekretaris



Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M
NIP. 198509152019032005

Anggota

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I



2. Ana Pratiwi, M.S.A



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si

NIP. 196808072000031001

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan bagi Rasul Nabi Muhammad SAW. Semoga skripsi ini dapat Ridho di sisi-Nya, dan sebagai tanda terima kasih, saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Subari dan Ibu Haryani yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, dan selalu memberikan motivasi dari awal kuliah sampai saat ini.
2. Suamiku tersayang Dian Susanto serta seluruh keluargaku yang selalu memberikanku semangat.
3. Adikku yang manis Washilatul Khoiriah yang merupakan semangat terbesarku.
4. Seluruh Guru Sekolah mulai SD sampai MA, guru-guru ngaji dan Dosen yang telah memberikan Ilmu yang bermanfaat.
5. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember, terima kasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan atas Nabi Muhammad SAW. yang mana telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Penulisan skripsi ini merupakan perwujudan dari hasil pemahaman penulis dari beberapa sumber bacaan dan penelitian yang telah penulis baca serta teliti dan penulis telah berusaha menyajikan isi skripsi sesuai dengan yang diharapkan oleh dosen pembimbing. Skripsi ini penulis susun dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Transaction Fee* Terhadap Loyalitas Nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo**”.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor UIN Khas Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Khas Jember.

3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Perbankan Syari'ah UIN Khas Jember.
4. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
5. Ibu Ana Pratiwi, M.S.A selaku dosen pembimbing skripsi.
6. Pihak BRILink Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo.

Demikian skripsi ini penulis susun, semoga dapat berguna dan memberikan banyak manfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi para pembaca untuk memperluas wawasan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Jember, 06 Desember 2021

Penulis

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Inaliya Sholehatin, Ana Pratiwi, 2021: *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Transaction Fee Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)*.

BRILink merupakan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online menggunakan fitur EDC miniATM dengan konsep sharing fee.

Rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini ialah : 1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo? 2) Bagaimana pengaruh transaction fee terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo? 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan transaction fee terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo?.

Tujuan masalah ini ialah untuk mengetahui : 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo 2) Untuk mengetahui pengaruh transaction fee terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan transaction fee terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, Analisis Koefisien Determinasi, uji parsial serta Uji t. Untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya dan sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap maka digunakan kuesioner yang dibagikan kepada 53 sampel.

Variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dilihat dari nilai signifikansi $0,738 > 0,05$. Variabel transaction fee (X2) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dilihat dari nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Variabel kualitas pelayanan (X1) dan transaction fee (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dilihat dari nilai f hitung $37,939 > f$ tabel $3,183$.

Kata Kunci: Loyalitas Nasabah, Kualitas Pelayanan dan *Transaction Fee*.

ABSTRACT

Inaliya Sholehatin, Ana Pratiwi, 2021: Effect of Service Quality and Transaction Fee on Customer Loyalty (Studying in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency).

BRILink is a BRI service where BRI team work with BRI customers as agents who can serve banking transactions for the public in real time online using the mini ATM EDC feature with the concept of sharing fee.

The formulation of the problem that will be discussed in this study area: 1) How does the effect of service quality on BRILink customer loyalty in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency? 2) How is the effect of transaction fees on BRILink customer loyalty in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency? 3) How do service quality and transaction fees affect BRILink customer loyalty in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency?.

The purpose of this problem is to determine: 1) To determine the effect of service quality on BRILink customer loyalty in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency 2) To determine the effect of transaction fees on BRILink customer loyalty in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency 3) To determine the effect of service quality and transaction fees for BRILink customer loyalty in Tlogosari Village, Sumbermalang District, Situbondo Regency.

This study uses a quantity approach. Analyzing validity and reliability tests, classic assumption test, multiple linear analysis, Coefficient of Determination Analysis, partial test and t test. To obtain data that can be tested for truth and in accordance with the problems studied in full, a questionnaire was issued to 53 samples.

The service quality variable (X1) has no effect on the customer loyalty variable (Y) BRILink in Tlogosari village, Sumbermalang district, Situbondo regency seen from the significance value of $0.738 > 0.05$. The transaction fee variable (X2) has an effect on the customer loyalty variable (Y) BRILink in Tlogosari village, Sumbermalang district, Situbondo regency seen from the significance value of $0.000 > 0.05$. The service quality variable (X1) and transaction fee (X2) jointly affect the customer loyalty variable (Y) BRILink in Tlogosari village, Sumbermalang district, Situbondo regency, seen from the value of f arithmetic $37.939 > f$ table 3.183 .

Keywords: Customer Loyalty, Service Quality and Transaction Fe

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan.....	iii
Motto.....	iv
Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1. Variabel Penelitian.....	9
2. Indikator Variabel.....	10
F. Definisi Operasional.....	10
G. Asumsi Penelitian.....	13
H. Hipotesis.....	13

I. Metode Penelitian.....	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17
2. Populasi dan Sampel	18
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	19
4. Analisis Data	23
J. Sistematika Pembahasan	30
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	32
B. Kajian Teori.....	43
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Obyek Penelitian	68
B. Penyajian Data.	72
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	77
D. Pembahasan.....	84
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	88
BAGIAN AKHIR	
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	
BIODATA	

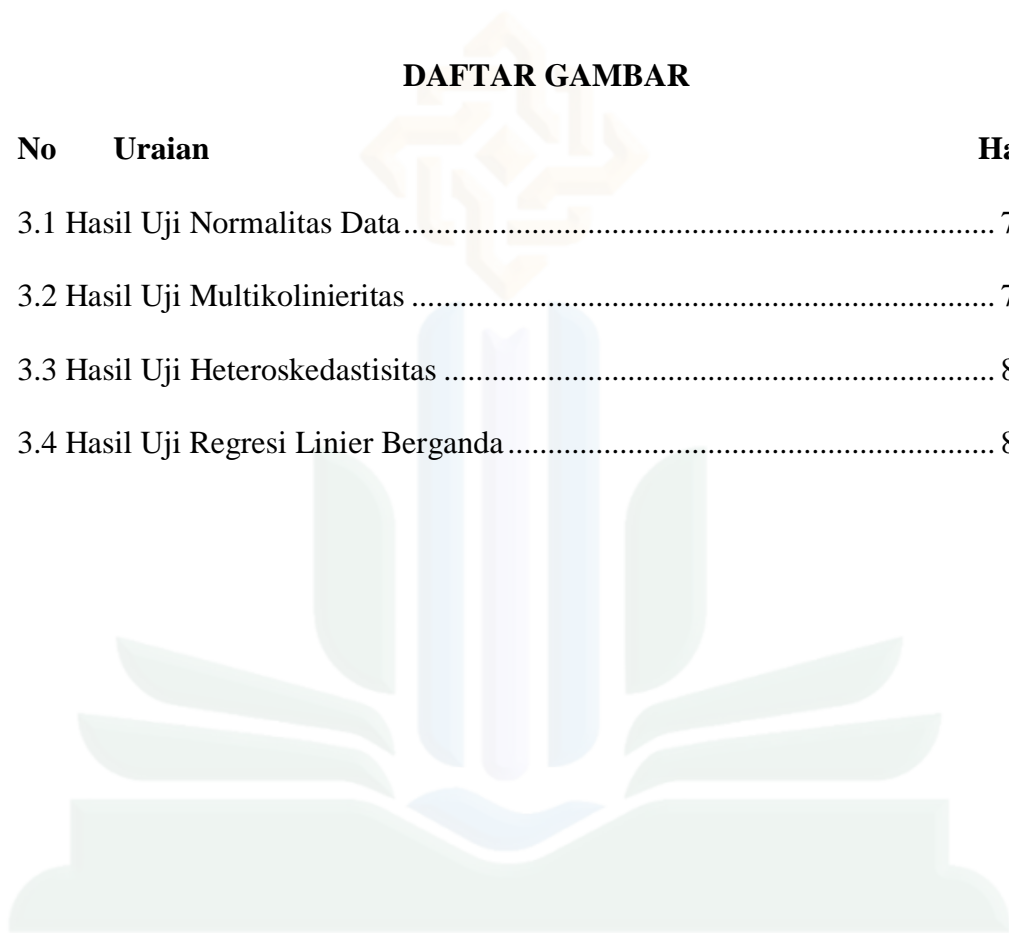
DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Indikator Variabel	9
2.1	Penelitian Terdahulu	40
3.1	Data Nasabah BRILink	73
3.2	Deskriptif Jawaban Responden.....	75
3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	75
3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Transaction Fee (X2).....	76
3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	76
3.6	Hasil Uji Reliabilitas	77
3.7	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	82
3.8	Hasil Uji T (Uji Parsial)	82
3.9	Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	83

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
3.1	Hasil Uji Normalitas Data.....	78
3.2	Hasil Uji Multikolinieritas	79
3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
3.4	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan yakni instansi keuangan ataupun dikenal instansi utamanya mengumpulkan dana dari warga pada wujud penyimpanan giro, tabungan, serta deposito. Perbankan juga dikenali untuk wadah menyalurkan dana ke warga dalam bentuk pinjaman dalam prinsip konvensional ataupun pembiayaan dalam prinsip syariah. serta bank juga memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat seperti menukar uang, tarik tunai, transfer, serta penerimaan seluruh jenis proses membayar listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, pembayaran angsuran, serta pembayaran lainnya.¹

Pada modernisasi saat ini, peran perbankan pada meluaskan sistem ekonomi sebuah negara begitulah besar. Hampir seluruh sektor yang berkesinambungan pada bermacam aktivitas keuangan selalu memerlukan jasa bank. Maka sebabnya, saat ini serta diwaktu yang hendak tiba kami enggan hendak bisa melepas dari dunia perbankan, kalau akan menjalan kegiatan keuangan, baik perorang ataupun instansi, baik sosial maupun organisasi.

Berharganya dunia perbankan, akhirnya terdapat argumen bahwasanya bank yakni “nyawa” guna melaksanakan giat perekonomian sebuah negara. Argumen tersebut pastinya enggan salah, sebab kegunaan bank untuk instansi keuangan begitulah vital, contohnya dalam keadaan

¹ Kasmir, *Bank serta instansi Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 24.

mengeluarkan uang, menyiapkan uang guna membantu aktivitas kegiatan, ruang mengondisikan uang, ruang melaksanakan penanaman modal serta jasa keuangan lain.²

Bank Rakyat Indonesia (BRI) yakni badan usaha milik Negara berupa bank terbesar di Indonesia. Dalam periode ini, BRI berhasil membukukan aset terbesar Rp 1.287,09 triliun. Angka ini yakni pendapatan paling penting dibandingkan dengan bank lainnya, yakni menguasai 21,3% dari jumlah Rp 6.017,59 triliun, bank bertitik dalam segmen usaha mikro, kecil, serta menengah (UMKM) tersebut sebagai bank paling atas beserta jumlah modal sejumlah Rp 1.416,76 triliun per 2019.³ BRI sendiri berdiri di bumi Nusantara di penghujung abad ke-19. Cikal bakal berdirinya BRI yakni dengan didirikannya bank *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* dikenal sebagai “Bank Bantuan serta Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto”, sebuah instansi keuangan membantu masyarakat memiliki kebangsaan Indonesia (pribumi).

Bank ini lahir tanggal 16 Desember 1895, sebuah tanggal selanjutnya dijadikan hari lahir BRI. Sampai sekarang, BRI masih bertahan serta merupakan sebuah bank milik pemerintah yang paling besar di Indonesia. BRI telah melalui banyak proses perubahan selama seratus tahun lebih berdirinya di Indonesia.⁴

² Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset PT RajaGrafindo Persada, 2014), 3.

³ Aprilia Ciptaning, “TrenAsia”, *Inilah 10 Bank Pemilik Aset Terbesar Indonesia 2020*.

⁴ Aprizal Yuzril, *Proyeksi Perbankan Di Era Disrupsi*, (Jakarta Timur: Pusat Kaji Universitas Negeri Jakarta, 2019), 48.

Sejak otoritas jasa keuangan (OJK) membuat rancangan Laku Pandai untuk cabang dari inklusi keuangan, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, salah satu 4 dari perbankan terbesar di Indonesia yang membidik sektor mikro beserta mengadakan produk-produk sedang bertujuan bisa terakseswarga dipelosok esaan.⁵ BRI melaksanakan rancangan baru guna bisa bersaing dengan membuat pola transaksi yang beda dengan terdapat di kantor BRI dengan cara memperluas pelayanan *channel* serta layanan BRI, yang mana BRI mengikat kerjasama beserta nasabah guna menjadi agen BRILink yang bisa menyiapkan transaksi perbankan juga mencukupi keperluan warga yang bisa dijangkau dengan singkat, efisien serta aman.

BRILink yakni pelayanan BRI yang mana BRI melakukan kerja sama beserta nasabah BRI pada agen bisa menyiapkan transaksi perbankan untuk warga dengan *real time online* memakai fitur EDC miniATM beserta konsep *sharing fee*. BRILink yakni produk pelayanan memperpanjang tangan dari BRI ke nasabah beserta pertolongan agen yakni pihak ketiga terdapat kriteria sebagai agen serta terpenuhinya seluruh syarat-syarat yang sudah ditetapkan oleh BRI. BRILink disuport povidar telekomunikasi yakni indosat serta telkomsel sert alat EDC (*Electronic Data Capture*) esoknya hendak dipinjam untuk para agen BRILink.⁶

Untuk menjadi agen BRILink harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh BRI. Salah satunya yakni jumlah transaksi yang harus dicapai

⁵ Dela Mulyasari, "Mekanisme Transaksi BRILink Studi di Desa Sidokerto Kecamatan Bumi Ratu Nuban Lampung Tengah", (Skripsi, IAIN Metro, 2019), 3.

⁶ Agus Priyono, "Efektivitas Agen BRILink dalam Peningkatan Pelayanan di BRI Panca Rijang Kab. Sidrap (Analisis Ekonomi Islam)", (Skripsi, IAIN Parepare, 2019), 3.

setiap bulan apabila tidak mencapainya maka semua fasilitas yang telah diberikan akan dicabut. Oleh karena itu, loyalitas nasabah sangat penting untuk mempertahankan keagennanya.

Loyalitas nasabah yakni tercapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah merasa senang serta teguh dan enggan hendak ragu untuk menjadi penyalur kabar baik pada produk perbankan yang dikonsumsi. Ia mempunyai kredibilitas yang besar, sebab enggan dibayar pihak manasaja guna merekomendasi produk ataupun merk perbankan. Guna melindungi nasabah yang loyal, maka ia wajib memperoleh prioritas terutama pada nasabah baru, sebab guna mendaftar ataupun memperoleh nasabah baru engganlah keadaan gampang.

Rasa puas nasabah dilihat untuk elemen kunci guna menciptakan loyalitas nasabah. Sekarang, sebagian banyak tersedianya pelayanan keuangan percaya bahwasanya pelayanan nasabah yang memiliki mutu yakni yang selaras dengan keinginan serta keinginan nasabah. Bank yang bisa memberi kualitas yang selaras pada keinginan nasabah hendak bisa memuaskan nasabah. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah yakni kualitas produk, kualitas jasa, emosional, harga, biaya, serta kualitas pelayanan.⁷

Kualitas pelayanan serta *transaction fee* merupakan faktor yang kuat dalam BRILink untuk dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah. Oleh karena itu, sangat penting bagi agen BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan

⁷ Yora Melanda, "Pengaruh Kedekatan Emosional serta Atmosphere pada Loyalitas Nasabah BRILink (Studi di Kecamatan Bermanilir Kabupaten Kepahiang)", (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019), 1-2.

Sumbermalang untuk memuaskan semua nasabahnya yang dapat berdampak pada kelayakan nasabah untuk tetap bertransaksi di tempat yang sama.

Desa Tlogosari yakni sebuah tempat yang terdapat agen BRILink di Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo yang menyediakan berbagai transaksi yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Macam-macam transaksi pada BRILink tidak lengkap seperti kantor BRI. Namun, agen BRILink sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankannya dengan cepat serta mudah.

Lokasi Desa Tlogosari yang dikatakan rentan jauh dari kantor BRI, maka banyak nasabah yang tidak mempermasalahkan terkait biaya transaksi (*transaction fee*) yang ditentukan oleh komunitas agen BRILink yang ada di Kecamatan Sumbermalang. Jadi, semua agen BRILink di Kecamatan Sumbermalang telah menentukan bersama besaran nominal yang harus dibayar oleh nasabah ketika melakukan transaksi.

Agen BRILink yang ada di Kecamatan Sumbermalang bukan hanya terdapat di Desa Tlogosari saja. Desa lainnya juga terdapat agen BRILink. Namun, yang dapat menarik nasabah untuk tetap setia bertransaksi yakni bagaimana cara agen BRILink memperlakukan nasabah itu. Jika nasabah merasa nyaman bertransaksi di salah satu agen BRILink maka nasabah tersebut akan kembali lagi untuk melakukan transaksi, begitu juga kalau seorang nasabah merasakan enggan nyaman maka nasabah itu merasa ragu untuk melakukan transaksi ditempat yang sama ataupun bahkan tidak mau lagi untuk bertransaksi ditempat itu. Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan serta

juga berpengaruh besar dalam hal menarik nasabah untuk tetap bertransaksi serta selalu setia pada satu tempat.

Alasan peneliti memilih lokasi ini, dikarenakan agen BRILink di Desa Tlogosari menjadi agen yang tumbuh pesat di Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo dibandingkan dengan desa lainnya yang dapat dilihat dari tingkatan transaksi yang diperoleh setiap bulannya, telah dibuktikan oleh salah satu agen BRILink milik bapak Yoyok Ari Wahyudi yang mendapat penghargaan agen yang bertumbuh paling pesat sekabupaten Situbondo, mudah dijangkau oleh masyarakat, serta memiliki letak yang strategis.

Dari hasil pemaparan tersebut peneliti tertarik akan meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan serta *Transaction Fee* pada Loyalitas Nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo”**.

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang tersebut, rumusan masalah hendak diuraikan pada kepenelitian tersebut yakni :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo?
2. Bagaimana pengaruh *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo?

C. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini selaras pada identifikasi rumusan masalah tersebut, maka tujuan masalah guna menyaksikan:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo
2. Untuk mengetahui pengaruh *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdapat mengenai kontribusi yang sudah diberi sesudah melaksanakan kepenelitian. Manfaat bisa berwujud manfaat yang memiliki sifat teoretis serta kegunaan praktis, contoh kegunaan untuk penulis, instansi, serta warga dengan seluruhnya.⁸

Antara lain beberapa manfaat didapatkan dari kepenelitian tersebut yakni:

⁸ Tim Penyusun IAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 61.

1. Manfaat teoritis

Perolehan kepenelitian tersebut diinginkan dapat memberimanfaat yang signifikan seluruh pihak, khususnya untuk pihak yang berkompten pada problem yang telah diteliti, juga bisa memperluas wawasan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah, serta bermanfaat untuk bahan pertimbangan, informasi serta menjadi sebuah literasi untuk kepenelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a) Bagi penulis

Berguna memperluas pengetahuan mengenai mengenai kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah didesa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo.

b) Bagi BRILink

Sebagai masukan bagi agen BRILink didesa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dalam hal pelayanan pada nasabah serta untuk menyeimbangkan biaya transaksi yang dibebankan kepada nasabah.

c) Bagi masyarakat/umum

Bisa dipakai untuk refrensi peneliti selanjutnya yang berkesinambungan pada loyalitas nasabah serta dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel yakni gejala bervariasi yang menjadi objek penelitian.⁹

Terdapat dua variabel pada penelitian tersebut yakni, variabel terikat (*dependen*) serta variabel bebas (*independen*).

a) Variabel terikat

Variabel terikat (*dependen*) yakni variabel terdapat pengaruh ataupun yang menjadi akibat, sebab terdapatnya variabel bebas. Dalam penelitian tersebut menjadi penelitian terikat (*dependen*) yakni :

1) Loyalitas Nasabah (Y)

b) Variabel bebas

Variabel bebas (*independen*) yakni variabel memiliki pengaruh maupun yang menjadi sebab berubahnya maupun terdapatnya variabel terikat. Penelitian tersebut yang menjadi penelitian bebas (*independen*) yakni:

1) Kualitas pelayanan (X1)

2) *Transaction fee* (biaya transaksi) (X2)

⁹ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 73.

2. Indikator Penelitian

Tabel : 1.1

Indikator Variabel

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
Pengaruh Kualitas Pelayanan serta <i>Transaction Fee</i> Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)	Kualitas Pelayanan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenampakan (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4. Keyakinan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>emphaty</i>) 	Khamdan Rifa,i, 28.
	<i>Transaction Fee</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya transfer, 2. Biaya tarik tunai, 3. Biaya setor tunai, 4. Biaya setor pinjaman, 5. Biaya bayar cicilan, dll. 	Catur Prihatmoko, wawancara.
	Loyalitas Nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi secara berulang 2. Rekomendasi 3. Menunjukkan kekebalan pada daya tarik pesaing 4. Menceritakan hal positif 5. Kesiediaan menerima biaya yang tinggi. 	Yora Melanda,19.

Sumber: Data diolah

F. Definisi Operasional

Definisi operasional yakni definisi dipakai untuk awalan proses mengukur dengan empiris pada variabel kepenelitian beserta rumusan didasari dalam indikator variabel.¹⁰

Judul penelitian tersebut yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan serta *Transaction Fee* pada Loyalitas Nasabah BRILink di Desa Tlogosari

¹⁰ Tim Penyusun IAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 61-62.

Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)”. Judul tersebut memiliki banyak istilah kata yang wajib dirumuskan, diartikan, juga dipaparkan bertujuan enggan menjadi kekaburan arti sesuai dengan pandangan peneliti sendiri. Makna-maknanya yakni:

1. Kualitas pelayanan

Dilihat dari maknanya, maka kualitas yakni sebuah keadaan dinamis yang memiliki pengaruh produk, jasa, manusia, tahapan serta daerah yang memenuhi ataupun melebihi keinginan (Tjiptono 2001). Sedangkan makan layanan berdasarkan (Kotler 2002:83) yakni tiap perilaku ataupun aktivitas yang bisa ditawarkan oleh sebuah pihak ke pihak lainnya, yang didasari enggan terdapat serta enggan menimbulkan kepunyaan apapun. Akhirnya kalau kita berbicara mengenai kualitas layanan, maka makna itu bisa dimaknai untuk usaha terpenuhi keperluan serta harapan konsumen juga kesesuaian penyampaiannya pada mengimbangkan keinginan konsumen. ataupun berserta pernyataan lainnya, makna kualitas layanan yakni suatu kata untuk penyedia jasa yakni sebuah wajib dilakukan optimal.¹¹

2. *Transaction fee*

Transaction fee ataupun yang sering disebut *transaction cost* memiliki arti biaya transaksi dalam bahasa Indonesia.

Biaya transaksi yakni alat analisis yang kerap dipakai guna menghitung efisien tidaknya desain instansi sebuah kelompok maupun unit

¹¹ Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto, “Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial pada Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia”, *Ekonomi serta Bisnis*, 1 (April 2017), 138.

bisnis.¹² Biaya transaksi yakni biaya guna mengespesifikasikan serta memperlakukan kontrak yang didasari proses menukar , akhirnya sendirinya melingkup seluruh biaya organisasi politik serta ekonomi yang menyebabkan aktivitas ekonomi mengambil keuntungan dari perdagangan (pertukaran).¹³

3. Loyalitas

Secara harfiah yang diartikan dengan loyalitas yakni patuh yang memiliki arti berdasarkan, ataupun setia artinya tetap serta teguh hati.¹⁴ Pelanggan yang loyal yakni ia (nasabah) yang rela menyarankan produk perbankan ia punyai pada orang lainya.¹⁵

4. Nasabah

Pada KBBI nasabah diartikan sebagai (1) peikatan, pertalian(2) seorang yang menjadi pelanggan bank sebab uangnya diputar lewat bank tersebut (3) seorang yang menjadi bagian (beban)instansi asuransi. Sedangkan makna nasabah berdasarkan UU. No. 10 tahun 1998 mengenai Perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 mengenai Perbankan (UU Perbankan) dikatakan bahwasanya nasabah yakni pihak memakai jasa bank.¹⁶

¹²Andrias Dwimahendrawan, “Biaya Transaksi pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan”, (Tesis, Universitas Negeri Jember, Jember, 2013), 9.

¹³ Ibid., 13.

¹⁴ Khamdan Rifa’i, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Jember, 2019), 51.

¹⁵ Ibid., 54

¹⁶ Soengeng Wahyoedi Saporso, *Loyalitas Nasabah Bank Syari’ah Studi atas Religitas, Kualitas, Layanan, Trust, serta Loyalitas*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 22-23.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian yakni argumen-argumen dasar mengenai sebuah keadaan yang dijadikan awalan pemikiran serta tindakan pada melakukan kepenelitian.¹⁷ Asumsi Penelitian tersebut bisa diartikan yakni:

1. Dengan terdapatnya penelitian tersebut hendak dapat memiliki manfaat contoh sudah kami jelaskan diatas.
2. Untuk memberi sebuah wacana transformatif beserta kerang berpikir yang jelas.

Akan tetapi pada kegiatan tersebut engganlah memiliki arti menyalahi tanpa memberi alasan yang minimal dapat diterima oleh rasio serta realistis. Beserta terdapatnya kepenelitian tersebut diinginkan terdapatnya tanggapan, kritik, serta saran dapat membawahi peneliti untuk meluaskan penelitian tersebut.

H. Hipotesis

Hipotesis yakni dugaan sementara yang dikemukakan dengan spesifik serta butuh diuji kesesuaiannya, untuk prediksi pada metode-metode terpecahnya problem yang sudah ditentukan. Disebut dugaan sementara, sebab kebenaran ataupun kenyataan di apangan mungkin mendukung ataupun membenarkannya, ataupun kebalikannya enggan sesuai.¹⁸ Pada kepenelitian tersebut peneliti menyusun 2 hipotesis, yakni:

1. Hipotesis Nol (H₀)

¹⁷Tehubijuluw Zacharias, Wenno, & Samson Laurens, *Metode Penelitian Sosial Teori serta Aplikasi*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 66.

¹⁸Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 116.

Hipotesis nol seringkali dikatakan hipotesis statistik yakni hipotesis yang dicoba beserta statistik. Hipotesis tersebut memiliki wujud dasar ataupun mempunyai *statemen* mengemukakan enggan terdapat ikatan antara variabel X serta variabel Y yang hendak diteliti, ataupun variabel independen (X) enggan memiliki pengaruh variabel dependen (Y).

2. Hipotesis Alternatif (HA)

Lawan dari hipotesis nol yakni hipotesis alternatif. Hipotesis alternatif bisa langsung dirumus jika ternyata dalam sebuah kepenelitian, hipotesis nol ditolak. Hipotesis tersebut mengemukakan terdapat ikatan, yang memiliki arti terdapat signifikansi ikatan antara variabel independen (X) serta variabel dependen (Y).¹⁹

Sesuai dengan sudah dijelaskan diatas maka, dalam kepenelitian tersebut diajukan hipotesis yakni:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Nasabah

Penelitian dilaksanakan oleh Yelli Trisusanti (2017) menyimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh baik serta signifikan pada kepercayaan serta loyalitas nasabah.

Kualitas Pelayanan yakni aktivitas yang diperlukan guna menerima, memproses, menyampaikan serta terpenuhinya pesanan pelanggan serta guna tindaklanjuti tiap aktivitas yang terdapat kesalahan.

Beserta pelayanan yang memiliki kwalitas maka pelanggan hendak

¹⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi serta Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), 89-90.

merasakan nyaman serta bisa loyal pada sebuah perusahaan.²⁰ Hipotesis Ho serta Ha pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah sebagai berikut:

Ho1: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah BRILink (Studi diDesa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

Ha1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada loyalitas nasabah BRILink (Studi diDesa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

2. Pengaruh *Transaction Fee* Pada Loyalitas Nasabah

Penelitian dilaksanakan Yunita Agza serta Darwanto (2017) menghasilkan bahwasanya biaya transaksi untuk perolehan dengan parsial mempunyai pengaruh negatif pada profitabilitas, memiliki arti jika penghasilan untuk perolehan yang didapatkan bank lebih sedikit dari biaya untuk perolehan didapatkan pada nasabah maka bisa menurunkan profit yang didapat oleh bank. biaya transaksi non untuk hasil dengan parsial mempunyai pengaruh baik pada profitabilitas.

Biaya transaksi yakni biaya memanfaatkan pasar serta biaya pemakaian hak guna memberikan perintah pada perusahaan yang timbul sebab terdapatnya biaya transfer, mendapatkan serta mempertahankan hak kepunyaan.²¹ Dengan biaya transaksi yang standar maka akan

²⁰ Evani Khoirunnisa, "Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan (Trust), serta Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Nasabah Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Surakarta", (Skripsi, IAIN Salatiga, 2017), 39.

²¹ Deliarnov, *Ekonomi Politik*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 121.

mempertahankan kepemilikan perusahaan, pelanggan tidak akan memperlakukan biaya transaksi serta pelanggan dapat loyal pada perusahaan. Adapun hipotesis Ho serta Ha pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah yakni:

Ho2: Enggan adanya pengaruh *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink (Studi diDesa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

Ha2: Adanya pengaruh *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink (Studi diDesa Tlogosasi Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan serta *Transaction Fee* Pada Loyalitas Nasabah

Kepeneelitian yang dilaksanakan oleh Evani Khoirunnisa (2019) menyatakan bahwasanya pemakaian *E-banking* serta kepercayaan (*trust*) mempunyai pengaruh baik serta tidak penting pada loyalitas nasabah.

Ketertarikan nasabah dalam melakukan transaksi di dorong atas dasar kualitas pelayanan yang baik serta biaya transaksi yang standar dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Maka bisa disimpulkan hipotesis Ho serta

Ha yakni:

Ho3: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink (Studi diDesa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

Ha3: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan serta Jenis Penelitian

Pendekatan disini yakni tahapan ataupun metode menciptakan kepenelitian contohnya keadaan: eksperimen ataupun non eksperimen. Di samping tersebut, pendekatan penelitian memperlihatkan macam ataupun model kepenelitian yang akan dipakai, dilihat sisi maksud misanya eksploratif, deskriptif, ataupun historis. Terdapat pendapat dari subjek penelitiannya, contohnya populasi ataupun proble.²²

Penelitian tersebut memakai pendekatan kuantitatif. Karena penelitian tersebut bertujuan untuk memilih terdapat engganya relasi, serta jika terdapat, seberapa besar relasinya pada variabel dalam penelitian. Cara tersebut sebagai cara ilmiah sebab sudah terpenuhinya kaidah-kaidah ilmiah adalah konkrit/empiris, obyektif, terukur, secara umum, serta runtut.²³

Jenis kepenelitian tersebut yakni kepenelitian lapangan (*field research*) yakni sebuah penelitian dilaksanakan runtut beserta mendapatkan data dilapangan.²⁴ Penelitian lapangan tersebut terdapat 2

²² Sumanto, *Teori & Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020), 30.

²³ St. Nur Amalia, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan serta Kepuasan Nasabah pada Keputusan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo*", (Skripsi, IAIN Palopo, Palopo, 2019), 31.

²⁴ Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 4.

sebab terjadinya, yakni membuktikan sebuah teori benar ataupun tidak. Jadi, teori tersebut diuji kesesuaiannya dilapangan. Pada keadaan ini testing itu dilaksanakan dengan menemukan apakah terdapat data-data yang mendukung teori itu. Kedua, yakni guna menemukan kemungkinan-kemungkinan bisa ataupun tidaknya sebuah teori yang baru ditemui setelah kepenelitian lapangan. Tegasnya, penelitian tersebut hendak membuat teori yang baru.²⁵

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yakni daerah generalisasi terdapat atas; objek/subjek memiliki kuantitas serta karakter tertentu yang ditentukan penulis guna dipelajarinya serta selanjutnya diambil kesimpulanya. Populasi yakni sekelompok orang-orang, peristiwa ataupun sebuah yang mempunyai karakter tertentu.²⁶

Populasi kepenelitian tersebut yakni semua nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo yang berjumlah 530 nasabah dalam 2 unit BRILink yaitu, unit BRILink milik bapak Catur Prihatmoko berjumlah 259 nasabah²⁷ serta unit BRILink milik bapak Yoyok Ari Wahyudi berjumlah 271 nasabah.²⁸

²⁵ Bungaran Antonius Simanjuntak & Soedjito Sosrodihardjo, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bina Media Perintis Medan, 2014), 12.

²⁶ Andrias Dwimahendrawan, "*Biaya Transaksi Pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan*" (Tesis, Universitas Jember, Jember, 2013), 33.

²⁷ Catur Prihatmoko, Agen BRILink, Wawancara pada tanggal 10 November 2020.

²⁸ Yoyok Ari Wahyudi, Agen BRILink, Wawancara pada tanggal 26 Oktober 2020.

b. Sampel

Sampel yakni bagian dari total serta karakter yang terdapat oleh populasi itu. Sampel yakni setengah ataupun wakil populasi yang amati.²⁹

Menurut Suharsimi Arikunto, pengambilan sample untuk penelitian, kalau subjeknya kurang dari 100 jiwa sebaiknya diambil seluruhnya, kalau subjeknya besar ataupun lebih dari 100 jiwa bisa diambil 10-15 % ataupun 20-25%.³⁰ Peneliti mengambil 10% dari populasi maka 10% dari 530 yakni 53.

3. Teknik serta Instrumen Pengumpulan Data

Guna mendapatkan keterangan yang bisa diuji kesesuaiannya serta selaras pada problem yang diteliti dengan lengkap maka dipakai tehnik yakni:

a. Kuesioner

Angket (kuesioner) yakni sebuah pertanyaan ditulis dipakai guna mendapatkan pemberitahuan dari responden mengenai tentangnya ataupun keadaan lain yang diketahuinya. Alat (instrumen) pengumpul keterangan disebut dengan angket, serta sumber keterangan berwujud orang yang dikatakan pada makna responden.

Teknik pengumpulan keterangan yang dibutuhkan beserta cara mengemukakan daftar pertanyaan yang langsung diberikan pada

²⁹ Andrias Dwimahendrawan, “*Biaya Transaksi Pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan*” (Tesis, Universitas Jember, Jember, 2013), 34.

³⁰ Suci Haryati, *Statistika Dasar Untuk Penelitian Jilid 1 dengan Aplikasi SPSS*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 45.

nasabah agen BRILink Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo beserta maksud guna menemukan frekuensi serta presentase pada tanggapannya.

Bentuk kuesioner digunakan dalam penelitian ini yakni rating-scale (skala bertingkat), yakni kumpuln pertanyaan yang dikuti kolom-kolom yang memaparkan tingkatan. Contohnya dari tingkat sangat setuju sampai tingkat sangat tidak setuju.³¹

Tingkatan dari yang sangat setuju sampai tingkat sangat tidak setuju diberikan skor yakni:

- (1) Sangat Setuju (SS) : diberi nilai 5
- (2) Setuju (S) : diberi nilai 4
- (3) Ragu-Ragu (RR) : diberi nilai 3
- (4) Tidak Setuju (TS) : diberi nilai 2
- (5) Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi nilai 1

Penggunaan lima kategori diatas dilihat bisa diwakili dengan baik tingkatan intensitas penilaian responden.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara (interview), yakni percakapan ataupun tanya jawab dilaksanakan seorang berwawancara guna mendapatkan informasi dari responden terwawancara. Alat pengumpul datanya dikatan pedoman wawancara serta sumber datanya berwujud responden.³²

³¹ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 184.

³² Ibid, 185.

Proses mengumpulkan keterangan memakai wawancara yakni pengumpulan data dilaksanakan beserta melakukan wawancara langsung pada pihak yang dianggap butuh serta berikatan pada objek penelitian. Wawancara yakni kegiatan tanya jawab bertujuan mengkonstruksikan mengenai seorang, kejadian, aktivitas, organisasi, motivasi, perasaan, serta lainnya, yang dipakai 2 pihak, yakni pewawancara yang mengemukakan soal beserta diwawancarai.³³

c. Observasi

Observasi yakni sebuah cara proses mengumpulkan data beserta metode melaksanakan pengamatan langsung kelapangan (objek penelitian) guna memperoleh keterangan serta info diperlukan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yakni cara proses mengumpulkan data yang enggan langsung diarahkan pada subjek kepenelitian. Dokumen yang diamatibisa berwujud bermacam-macam. Dokumen yakni bahan tertulis ataupun enggan berikatan beserta sebuah keadaan ataupun kegiatan tertentu, serta dokumen itu berkesinambungan pada aktivitas penelitian.³⁴

Pemakaian metode dokumentasi yakni proses mengumpulkan data beserta menyaksikan serta meneliti keterangan ataupun dokumen

³³Andrias Dwimahendrawan, "*Biaya Transaksi Pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan*" (Tesis, Universitas Jember, Jember, 2013), 37.

³⁴Andrias Dwimahendrawan, "*Biaya Transaksi Pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan*" (Tesis, Universitas Jember, Jember, 2013), 38.

yang berkesinambungan pada catatan-catatan, buku-buku, serta literasi.³⁵

e. Sumber data

Data yang dipakai pada penyusunan skripsi tersebut, yakni:

1) Data primer

Data primer yakni keterangan dikelompokkan peneliti langsung dari sumber ataupun objek kepenelitian.

2) Data sekunder

Data sekunder yakni keterangan yang didapatkan dengan enggan langsung, ataupun berwujud literasi yang terdapat hubungannya pada kepenelitian.³⁶

f. Lokasi

Lokasi penelitian bertempat pada agen BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo yang terdapat dua agen yakni bapak Catur Prihatmoko serta bapak Yoyok Ari Wahyudi. Alasan penulis melakukan penelitian di agen BRILink desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo yakni karena posisi desa Tlogosari yang rentan jauh dari bank maupun tempat atm, sehingga menjadikan penulis tertarik untuk menelitinya.

³⁵ Ases Nela, "Pengaruh Word Of Mouth serta Kualitas Relasional pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada BRILink di Desa Palak Bengkerung Kecamatan Seginim Kabupaten Bengkulu Selatan)", (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019), 43.

³⁶ Yelli TriSusanti, "Pengaruh Kulaitas Pelayanan serta Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)", *Jom Fisip*, 4 (Oktober, 2017), 11.

g. Subyek Penelitian

Subyek kepenelitian yang dipakai peneliti pada merancang penelitian tersebut yakni nasabah BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo.

4. Analisis Data

analysis berawal dari bahasa *Greek (Yunani)*, terdapat dari kata “*ana*” serta “*lysis*”. *Ana* yakni atas (*above*), *lysis* yakni menyelesaikan ataupun merusaknya. Bertujuan dapat dianalisis maka keterangan itu wajib diselesaikan dulu.³⁷

Sesudah data terkumpul, aktivitas selanjutnya yakni proses mengelola data (*data processing*) sebelum dianalisis. Proses mengelola data terdapat aktivitas mengedit (*editing*) data serta mengkode (*coding*) data³⁸ serta proses pembeberan (*tabulating*).

1. *Data processing* (pengolahan data)

Proses mengelola data yakni kegiatan lanjutan sesudah mengumpulkan data dilaksanakan.³⁹

2. *Editing* (mengedit)

Mengedit (*editing*) data ialah aktivitas memeriksa data yang terkumpul; lengkap ataupun belum jumlahnya, pengisiannya, ataupun sesuai salahnya pengisian. Untuk yang enggan lengkap ataupun salah

³⁷ Sandu Siyoto & Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 109.

³⁸ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 75.

³⁹ Sandu Siyoto & Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 109.

bisa disisihkan (enggan ikut dianalisis) ataupun disempurnakanya beserta metode menyaring data ulang dalam sumber data.

3. *Coding* (mengkode)

Mengkode (*coding*) data memiliki arti memberikan kode tertentu dalam tiap-tiap kategori ataupun skor dari tiap variabel yang dikumpulkan datanya.⁴⁰

4. *Tabulating* (tabulasi)

Tabulasi bisa dimaknai kegiatan menyusun data kedalam bentuk tabel.⁴¹

a. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif yakni sebuah analisis sesuai dalam data bisa dihitung (angka). Guna memudahkan pada poses analisis data maka penulis memakai rancangan SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

b. Alat Analisis Data

1) Uji Validitas

Validitas yakni sebuah ukuran memperlihatkan tingkatan kesesuaian sebuah instrumen. Instrumen disebut sesuai jika bisa mengukur apa yang diinginkan, bisa mengatakan data dari variabel terteliti dengan tepat. Selaras pada tahapan proses menyusun instrumen, validitas instrumen bisa dikelompokan pada validitas logis serta empiris. Sebuah instrumen bisa disebut memiliki

⁴⁰ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 75.

⁴¹ Ibid, 200.

validitas logis yang mana sudah tersusun sesuai rencana yang tepat, bermula proses menentukan variabel, sub variabel, indikator serta kepenulisan butir soal. Kemudian, sebuah instrumen bisa digolongkan memiliki validitas empiris yang mana sudah dilaksanakan percobaan (*try out*) serta data dikelompokkan lewat percobaan itu selaras beserta apa yang sesuai. ⁴²

Uji validitas dipakai untuk menyaksikan kelayakan butir-butir pada sebuah daftar soal pada mengartikan sebuah variabel. Daftar pertanyaan tersebut dalam umumnya mendukung sebuah golongan variabel tertentu.

Uji validitas semestinyadilaksanakan dalam tiap butir soal diuji kesesuaiannya. Jumlah r hitung kita bandingkan beserta r tabel yang mana $df=n-2$ beserta sig 5%. Kalau r tabel $<$ r hitung maka valid. ⁴³

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengarah pada makna bahwa sebuah instrumen cukup dapat dipercaya digunakan untuk alat pengumpulan data. Instrumen yang reliabel (bisa dipercaya) hendak memperoleh data yang reliabel juga. Jika datanya layak selaras pada realitanya, maka berapa kalipun diambil, tetap hendak sama. ⁴⁴

⁴² Ibid, 188.

⁴³ Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 192.

⁴⁴ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 188-189.

Reliabilitas (keandalan) yakni ukuran sebuah kestabilan serta konsistensi responden pada menjawab keadaan yang berkesinambungan beserta konstruk-konstruk soal yakni dimensi sebuah variabel serta tersusun pada sebuah bentuk kuisioner.

Uji reliabilitas bisa dilaksanakan dengan bersama-sama pada semua butir soal. Kalau skor Alpha $> 0,60$ maka reliabel.⁴⁵ Uji reliabilitas bisa disaksikan dalam skor Cronbach's Alpha, kalau skor nilai Alpha $> 0,60$ maka konstruk soal yakni dimensi variabel reliabel.⁴⁶

3) Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji hipotesis dilaksanakan, lebih dulu dilaksanakan proses menguji pada proses menyimpang asumsi klasik. Asumsi model linier klasik yakni enggan bisa autokorelasi serta data terdistribusi normal. Tapi pada kepenelitian tersebut uji penyimpangan klasik yang dipakai hanya⁴⁷ normalitas data, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas.

a) Normalitas Data

Uji normalitas memiliki maksud melakukan uji apakah pada model regresi, variabel terikat serta variabel independen memiliki distribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik yakni mempunyai distribusi data yang memiliki sifat

⁴⁵ Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 192.

⁴⁶ Ibid, 199.

⁴⁷ Andrias Dwimahendrawan, "Biaya Transaksi pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan", (Tesis, Universitas Negeri Jember, Jember, 2013), 42.

normal ataupun mendekati normal. Cara yang terbaik yakni beserta menyaksikan normal probability plot yang dibandingkandistribusi kumulatif dari data sesuainya beserta distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal hendak membuat satu garis lurus diagonal, serta plotting data hendak dibandingkan pada garis diagonal. Kalau distribusi data yakni normal, maka garis yang menguraikan data sesungguhnya hendak ikut garis diagonalnya.⁴⁸ Uji normalitas tersebut seyogyanya dilaksanakan sebelum data diolah sesuai model-model penelitian.⁴⁹ Normalitas data bisa disaksikan beserta memakai uji normal p-p plot.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dibutuhkan guna menyaksikan terdapat tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan pada variabel independen pada sebuah model. Kemiripan antar variabel independen hendak menimbulkan korelasi begitu kuat. Selain tersebut guna menguji tersebut juga guna menghindarkan kebiasaan pada cara tahapan mengambil kesimpulan dalam pengaruh dalam uji parsial tiap-tiap variabel independen pada variabel dependen. Kalau VIF diperoleh diantara 1-10 maka enggan terjadi multikolinieritas.

⁴⁸ Ibid, 45.

⁴⁹ Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 52.

c) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas melakukan uji adanya ketidaksamaan variance residual sebuah periode penelitian ke periode penelitian lainnya. Teknik memprediksi terdapat tidaknya heteroskedastisitas dalam sebuah model bisa disaksikan beserta pola gambar Scatterplot, regresi yang enggan terjadi heteroskedastisitas kalau titik-titik data menyebar diatas serta dibawah ataupun disekitar angka 0, titik-titik data enggan berkumpul saja diatas ataupun dibawah, penyebaran titik-titik data enggan boleh membuat pola gelombang meluasselanjutnya menyempit serta lebar lagi, serta proses tersebarnya titik-titik data enggan memiliki pola.⁵⁰

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang hendak dipakai ialah cara analisis regresi linier berganda guna mendapatkan uraian menyeluruh mengenai ikatan antara variabel satu beserta variabel yang lainnya.

Sesuai variabel sudah ditetapkan yakni:

- a. Variabel Independen: Kualitas pelayanan (X1) serta *Transaction Fee* (X2).
- b. Variabel Dependen: Loyalitas Nasabah (Y)

⁵⁰ Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 185-187.

Regresi linier berganda yakni regresi yang mempunyai sebuah variabel dependen serta lebih dari satu variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2^{51}$$

Yangmana:

Y = Loyalitas nasabah

X1 = Kualitas pelayanan

X2 = *Transaction fee*

a = Konstanta

b_{1,2} = Koefisien korelasi ganda

a) Uji F (uji simultan)

Uji F dipakai melakukan uji pengaruh variabel bebas dengan bersama-sama pada variabel terikat sesuai nilai signifikan 0,05. Kalau signifikan < 0,05 H₀ ditolak serta kalau signifikan > 0,05 maka H₀ diterima. Pada keadaan tersebut penulis hendak melakukan uji dengan dengan simultan antara variabel kualitas pelayanan (X₁), *transaction fee* (X₂), pada loyalitas nasabah (Y).

b) Uji T (uji parsial)

Uji T dipakai guna mneyaksikan pengaruh variabel dengan parsial pada variabel dependen sesuai jumlah signifikan 0,05. Kalau signifikan < 0,05 H₀ ditolak serta kalau signifikan

⁵¹ Ibid, 149.

> 0,05 maka H_0 diterima. Pada kadaan tersebut, penulis hendak mengujisecara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X1), *transaction fee* (X2), pada loyalitas nasabah (Y).

c) Uji R^2 (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi ataupun Uji R^2 memberiinformasi ,mengenai keselarasan model regresi. Keadaan tersebut yakni ukuran statistik seberapa baik garis regresi mendekati nilai data sebetulnya. Uji R^2 yakni persentase varians pada variabel terikat dipaparkan padaa variasi variabel bebas. Uji R^2 dipakai bertujuan menyaksikan kuat pengaruh dari semua variabel independen:⁵² kualitas pelayanan (X1), *transaction fee* (X2), pada loyalitas nasabah (Y).

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan didalamnya mengenai pemaparan alur pemaparan skripsi berawal dari bab pendahuluan sampai dalam bab penutup.⁵³

Pada bagian awal skripsi tersebut terdapat dari judul penelitian, persetujuan pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak daftar isi, daftar tabel, serta daftar gambar.

BAB I PENDAHULUAN

Bab tersebut menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian

⁵² St. Nur Amalia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan serta Kepuasan Nasabah pada Keputusan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo”, (Skripsi, IAIN Palopo, Palopo, 2019), 45-46.

⁵³ Tim Penyusun IAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 64.

(variabel penelitian serta indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian (pendekatan serta jenis penelitian, populasi serta sampel, teknik serta instrumen pengumpulan data, serta analisis data), serta sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab tersebut menguraikan penelitian sebelumnya serta kajian teori (kualitas pelayanan, *transaction fee*, serta loyalitas nasabah).

BAB III PENYAJIAN DATA serta ANALISIS

Bab tersebut memaparkan mengenai uraian obyek penelitian, penyajian data, analisis serta pengujian hipotesis, serta pembahasan.

BAB IV PENUTUP ataupun KESIMPULAN serta SARAN

Bab tersebut memaparkan mengenai kesimpulan serta saran dari penelitian sudah dilaksanakan.

Bagian akhir : daftar pustaka, pernyataan keaslian tulisan, serta lampiran-lampiran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. Windiasih (2020), menyelidiki *Pengaruh Layanan BRILink, Kepercayaan Masyarakat serta Perlindungan Konsumen dalam Meningkatkan Financial Inclusion Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Brebes*. Dari hasil proses menguji statistik t (uji parsial) ada pengaruh baik layanan Brilink pada proses meluaskan *financial inclusion* dalam PT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk Kantor Cabang Brebes beserta jumlah signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,025. Keadaan tersebut bisa memberi pengaruh pada proses meningkatkan *financial inclusion* di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk kantor Cabang Brebes. Hasilnya yakni memakai uji statistik t (uji parsial) bisa disimpulkan bahwasanya engga ada pengaruh kepercayaan warga pada proses meningkatnya *financial inclusion* dalam PT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk Kantor Cabang Brebes. Keadaan tersebut diketahui dalam poin signifikansi 0,042 lebih besar dari 0,025. Keadaan tersebut enggan bisa memberi pengaruh pada meluaskan *financial inclusion* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk kantor Cabang Brebes. Hasil proses menguji uji statistik t (uji parsial) bisa diuraikan bahwasanya enggan ada pengaruh proses melindungi masyarakat pada meningkatnya *financial inclusion* diPT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk Kantor Cabang Brebes. Keadaan tersebut diketahui beserta poin signifikansi 0,671 lebih

besar dari 0,025. Keadaan tersebut enggan bisa memberi pengaruh pada proses meningkatnya *financial inclusion* diPT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk kantor Cabang Brebes.

2. St. Nur Amalia (2019), meneliti *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan, serta Kepuasan Nasabah Pada Keputusan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo*. Hasil pengujian dengan parsial, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada ketetapan proses membeli jasa diBRILink Pondok Zhafira. Hasil tersebut diperoleh dari nilai T hitung lebih besar dari T tabel yakni senilai $2,684 > 1,984$ serta nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yakni $0,009 < 0,05$. Dengan parsial, variabel persepsi mudah enggan memiliki pengaruh signifikan pada ketetapan proses membeli jasa diBRILink Pondok Zhafira. Hasil tersebut diperoleh dari nilai T hitung lebih kecil dari T tabel yakni senilai $1,890 < 1,984$ serta nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 yakni $0,062 > 0,05$. Dengan parsial, variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan pada ketetapan proses membeli jasa diBRILink Pondok Zhafira. Hasil tersebut diperoleh dari nilai T hitung lebih besar dari T tabel yakni senilai $7,889 > 1,984$ serta nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yakni $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi senilai 49,4% pada ketetapan memakai. sisanya senilai 50,6% dipengaruhi variabel lainnya enggan dimasukan pada kepenelitian tersebut.
3. Yora Melanda (2019), meneliti *Pengaruh Kedekatan Emosional serta Atmosphere Pada Loyalitas Nasabah BRILink (studi dikecamatan*

Bemanilir kabupaten Kepahiang). Hasil penelitian kedekatan emosional memiliki pengaruh pada loyalitas nasabah BRI Link sebab nilai tsig yakni $0,004 < 0,05$ memiliki makna H_0 ditolak serta H_a diterima. *Atmosphere* memiliki pengaruh pada loyalitas nasabah BRI Link sebab nilai tsig yakni $0,000 < 0,05$ memiliki arti H_0 ditolak serta H_a diterima. Kedekatan emosional serta *atmosphere* dengan kebersamaan memiliki pengaruh variabel dependen yakni loyalitas nasabah BRI Link sebab nilai F hitung > F tabel. Nilai koefisien determinasi $R^2=0,751$ beserta persentase 75,1 %. Nilai ini mempunyai makna bahwasanya faktor kedekatan emosional serta *atmosphere* memiliki pengaruh loyalitas nasabah. Disaksikan dari ikatan koefisien determinasi hasil interval memiliki ikatan yang kokoh.

4. Evani Khoirunnisa (2019), meneliti *Pengaruh Pemakaian E-Banking, Kepercayaan (Trust), serta Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta*. Hasil penelitian Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besarnya koefisien regresi variabel pemakaian *e-banking* ditandai positif. Hasil uji t disaksikan nilai ttest mengemukakan nilai signifikansi pemakain *e-banking* senilai 0,923 serta lebih dari 0,05, artinya pemakaian *e-banking* memiliki pengaruh enggan signifikan pada loyalitas nasabah diBank BNI Syariah KC Surakarta. Keadaan tersebut mengemukakan bahwasanya pemakaian *e-banking* memiliki pengaruh baik serta enggan signifikan pada loyalitas nasabah, akhirnya H_1 ditolak. Dari hasil uji regresi linier berganda mengemukakan besaran koefisien regresi variabel kepercayaan ditandai

positif, memiliki arti kepercayaan berbanding lurus maupun satu arah pada loyalitas nasabah. Hasil uji t disaksikan nilai ttest mengemukakan nilai nilai signifikansi kepercayaan senilai 0,899 serta lebih dari 0,05, memiliki arti kepercayaan pengaruh enggan signifikan pada loyalitas nasabah Bank BNI Syariah KC Surakarta. Keadaan tersebut mengindikasikan bahwasanya kepercayaan (*Trust*) memiliki pengaruh baik serta enggan signifikan pada loyalitas nasabah, sehingga H2 ditolak. Dari hasil uji regresi linier berganda mengemukakan besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ditandai positif, bermakna kualitas pelayanan berbanding lurus ataupun serah pada loyalitas nasabah. Hasil uji t disaksikan nilai ttest mengemukakan nilai signifikansi kualitas pelayanan senilai 0,000 serta kurang dari 0,05, maknanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dalam loyalitas nasabah Bank BNI Syariah KC Surakarta. Keadaan tersebut mengindikasikan bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh baik serta signifikan dalam loyalitas nasabah, akhirnya H3 diterima.

5. Ases Nela (2019), meneliti *Pengaruh Word Of Mouth serta Kualitas Relasional pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada BRILink diDesa Palak Bengkerung Kecamatan Seginim Kabupaten Bengkulu Selatan)*. Hasil kepenelitian tersebut didapati Pengaruh *Word of Mouth* pada Loyalitas Nasabah BRILink Desa Palak Bengkerung dilihat dari nilai signifikansi 0,000 yang $< 0,05$ mempunyai arti H_a diterima serta H_0 ditolak. Pada Pengaruh Kualitas Relasional dalam Loyalitas Nasabah BRILink palak

Bengkerung dilihat dari nilai signifikansi 0,002 yang $< 0,05$ yang memiliki makna H_a diterima serta H_0 ditolak. Pada Pengaruh *Word of Mouth* serta Kualitas Relasional dalam Loyalitas Nasabah BRI Link palak Bengkerungdi disaksikan dari nilai $F_{sig} < 0,05$ maknanya ada pengaruh dengan bersama antar variabel. Variabel *Word of Mouth* serta kualitas relasional memengaruhi variable loyalitas nasabah (Y) senilai 51,8 % serta memberi bantuan senilai $R\ Square = 0,518$ ataupun 51,8 % pada memengaruhi loyalitas nasabah.

6. Alfi Annisatul Fauziah (2017), meneliti *Pengaruh Kualitas Layanan serta Kepuasan pada Loyalitas Nasabah Bank Syariah beserta Corporate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi kasus Bank BRI Syariah cabang Semarang)*. Hasil penelitian tersebut kualitas layanan memiliki pengaruh baik enggan signifikan pada loyalitas nasabah dalam bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh baik dalam loyalitas dalam bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang. Kualitas Layanan serta rasa puas dengan bersama-sama bisa memberi pengaruh baik dalam loyalitas nasabah. *Corporate image* memiliki pengaruh baik enggan signifikan dalam loyalitas nasabah. Adanya pengaruh yang signifikan jika *corporate image* menjadi variabel moderator antara kualitas layanan dalam loyalitas nasabah, maka *corporate image* yakni variabel *pure moderator* serta memperkokoh pengaruh kualitas layanan dalam loyalitas nasabah. Adanya pengaruh negatif signifikan jika *corporate image* menjadi variabel moderator antara

rasa puas pada loyalitas nasabah, maka corporate image yakni variabel *pure moderator* tetapi enggan dapat memediasi kepuasan dalam loyalitas nasabah.

7. Hendri Wijaya, Irfan Syauqi Beik, serta Bagus Sartono (2017), meneliti *Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan pada Kepuasan serta Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta*. Hasil penelitian mengemukakan bahwasanya variabel yang mempunyai pengaruh baik pada rasa puas nasabah bank syariah yakni variabel price (harga), service portfolio (portofolio jasa ditawarkan), reliability (kemahiran), serta tangible (terwujudnya). yakni, makin baik ke4t variabel itu maka makin baik pula tingkatan rasa puas nasabah hendak membawakan pada loyalitas nasabah sebab dari hasil kepenelitian mengemukakan bahwasanya rasa puas nasabah mempunyai pengaruh baik pada loyalitas nasabah.
8. Yelli Trisusanti (2017), meneliti *Pengaruh Kualitas Pelayanan serta Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah kantor cabang Pekanbaru)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada loyalitas nasabah, sebab layanan yang diberikan telah selaras pada yang diinginkan nasabah. Keadaan tersebut bisa disaksikan dari perolehan penelitian yakni proses menguji hasil uji t. Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan pada loyalitas, sebab rasa percaya nasabah yakni tahapan mengarah nasabah yang loyal. Keadaan tersebut bisa disaksikan dari hasil penelitian dibuktikan bahwasanya kepercayaan memiliki pengaruh pada loyalitas

nasabah yakni pengujian analisis linier sederhana dan uji parsial/ uji t. Kualitas pelayanan serta kepercayaan memiliki pengaruh signifikan pada loyalitas nasabah, sebab dengan kualitas layanan yang baik serta kepercayaan yang baik maka hendak menghasilkan nasabah yang loyal. Dari hasil penelitian dibuktikan bahwasanya kualitas pelayanan serta kepercayaan pada loyalitas nasabah mempunyai pengaruh disaksikan dari perolehan uji analisis linier berganda, serta uji *f*/ simultan.

9. Yunita Agza & Darwanto (2017), meneliti *Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, serta Biaya Transaksi pada Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Variabel pembiayaan murabahah dengan parsial memiliki pengaruh positif dalam profitabilitas. Variabel pembiayaan *murabahah* bisa meluaskan hasil dari margin serta mengurangi risiko keenggananpastian dari aktivitas usaha bagi hasil. Variabel pembiayaan *musyarakah* dengan parsial mempunyai pengaruh negatif dalam profitabilitas, keadaan tersebut bisa terjadi sebab terdapatnya risiko kerugian yang ditanggung pihak bank kalau usaha enggan jalan lancar. Variabel biaya transaksi untuk hasil dengan parsial mempunyai pengaruh negatif dalam profitabilitas, memiliki arti jika perolehan bagi hasil yang diterima oleh bank lebih sedikit dari pada biaya bagi hasil yang diberi pada nasabah maka bisa menurun profit yang diterima oleh bank. Variabel biaya transaksi non bagi hasil dengan parsial mempunyai pengaruh positif dalam profitabilitas, memiliki arti BPRS

sudah efisien pada mengelola serta mengalokasikan aktivitas usahanya, akhirnya bisa meluaskan profitabilitas perbankan.

10. Yunita Kurnia Sari (2017), meneliti *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing serta Corporate Social Responsibility pada Loyalitas serta Kepuasan Nasabah Bank*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya variabel kualitas layanan memiliki signifikansi senilai 0,000 memiliki arti nilai signifikansi kualitas layanan lebih kecil dari 0,05 beserta nilai *unstandardized coefficients* beta senilai 0,105 maka variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan baik dalam rasa puas nasabah. Variabel *Relationship Marketing* memiliki signifikansi senilai 0,897 memiliki arti nilai signifikansi kualitas layanan lebih besar dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta senilai -0,007 akhirnya variabel *Relationship Marketing* enggan memiliki pengaruh signifikan dalam rasa puas nasabah. Variabel CSR memiliki signifikansi senilai 0,897 yang memiliki arti nilai signifikansi kualitas layanan lebih besar dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta senilai 0,022 sehingga CSR enggan berpengaruh signifikan pada rasa puas nasabah. Variabel kualitas layanan memiliki signifikansi senilai 0,000 yang memiliki arti nilai signifikansi kualitas layanan lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta senilai 0,064 sehingga variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan positif pada loyalitas nasabah. Variabel *Relationship Marketing* memiliki signifikansi senilai 0,792 memiliki arti nilai signifikansi *Relationship Marketing* lebih besar dari 0,05 beserta nilai

unstandardized coefficients beta senilai 0,009 sehingga *Relationship Marketing* enggan berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah. Variabel *CSR* memiliki signifikansi senilai 0,019 yang memiliki arti nilai signifikansi *CSR* lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta senilai 0,067 sehingga variabel *CSR* memiliki pengaruh signifikan positif dalam loyalitas nasabah. Variabel rasa puas nasabah memiliki signifikansi senilai 0,000 yang memiliki arti nilai signifikansi rasa puas nasabah lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta senilai 0,838 sehingga variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan baik pada loyalitas nasabah.

Tabel 2.1

Persamaan serta Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Pengaruh Layanan BRILink, Kepercayaan warga serta Perlindungan Konsumen pada proses peningkatan <i>Financial Inclusion</i> dalam PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Brebes. Oleh Windiasih (2020).	Persamaannya ada dalam cara analisis yang dipakai yakni, sama-sama memakai metode analisis regresi linier berganda.	Perbedaannya ada dalam uji F (uji simultan). Penelitian terdahulu tidak menggunakan uji F sedangkan, penelitian saat ini menggunakan uji F.
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan serta Kepuasan Nasabah pada ketetapan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo. Oleh St. Nur Amalia (2019).	Persamaannya ialah sama-sama memiliki satu variabel terikat (<i>dependen</i>) ataupun variabel Y.	Perbedaannya terletak dalam variabel bebas (<i>independen</i>). Penelitian terdahulu memiliki tiga variabel bebas sedangkan, penelitian saat ini

			hanya memiliki dua variabel bebas ataupun variabel X.
3	Pengaruh Kedekatan Emosional serta <i>Atmosphere</i> pada Loyalitas Nasabah BRILink (Studi dikecamatan Bermanilir kabupaten Kepahian). Oleh Yora Melanda (2019).	Persamaannyaada dalam cara analisis yang dipakai yakni , sama-sama memakai cara analisis regresi linier berganda.	Perbedaannya ada dalam uji autokorelasi. Penelitian terdahulu menggunakan uji autokorelasi sedangkan, penelitian saat ini tidak menggunakan uji autokorelasi.
4	Pengaruh Pemakaian <i>E-Banking</i> , Kepercayaan (<i>Trust</i>), serta Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. Oleh Evani Khoirunnisa (2019).	Persamaannya ialah sama-sama memiliki satu variabel terikat (<i>dependen</i>) ataupun variabel Y.	Perbedaannya terletak dalam variabel bebas (<i>independen</i>). Penelitian terdahulu memiliki tiga variabel bebas sedangkan, penelitian saat ini hanya memiliki dua variabel bebas ataupun variabel X.
5	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> serta Kualitas Relasional pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada BRILink diDesa Palak Bengkerung Kecamatan Seginim Kabupaten Bengkulu Selatan). Oleh Ases Nela (2019).	Persamaannya terletak pada hasil penelitian yang mana variabel X1 serta X2 sama-sama mempunyai pengaruh dengan simultan pada variabel Y.	Perbedaannya terletak pada hasil penelitian X1. Penelitian terdahulu terdapat pengaruh pada variabel Y sedangkan, penelitian saat tersebut enggan mempunyai pengaruh pada variabel Y.
6	Pengaruh Kualitas Layanan serta rasa puas pada Loyalitas Nasabah	Persamaannya ialah sama-sama menggunakan uji	Perbedaan terletak pada uji Moderated

	Bank Syariah Dengan <i>Corporate Image</i> Sebagai Variabel Moderating (Studi kasus diBank BRI Syariah cabang Semarang). Oleh Alfi Annisatul Fauziah (2017).	regresi linier berganda.	Regression Analysis (MRA). Penelitian terdahulu menggunakannya sedangkan penelitian saat ini tidak menggunakan uji tersebut.
7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan pada rasa puas serta Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ diJakarta. Oleh Hendri Wijaya, Irfan Syauqi Beik, serta Bagus Sartono (2017).	Persamaannya ialah sama-sama memiliki variabel X yang berpengaruh positif terhadap variabel Y.	Perbedaannya ialah penelitian terdahulu mempunyai 1 variabel X serta 2 variabel Y sedangkan, penelitian kini memiliki dua variabel X serta 1 Variabel Y.
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan serta Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah (Studi diBank BNI Syariah kantor cabang Pekanbaru). Oleh Yelli Trisusanti (2017).	Persamaannya ialah sama-sama menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada versi alat uji statisticnya. Penelitian terdahulu menggunakan versi 17,0 sedangkan, penelitian saat ini menggunakan versi 22.
9	Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, serta Biaya Transaksi pada Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Oleh Yunita Agza & Darwanto (2017).	Persamaan dalam kepenelitian tersebut ialah sama-sama penelitian yang memakai pendekatan kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini ada dalam sumber data yang dipakai. Penelitian terdahulu memakai keterangan sekunder ataupun studi ke pustakaan sedangkan, penelitian saat ini

			menggunakan data primer ataupun dari objek penelitian.
10	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Relationship Marketing Corporate Resposibility</i> Loyalitas Kepuasan Bank. Oleh Yunita Kurnia Sari (2017).	Persamaanya ialah sama-sama membahas loyalitas nasabah.	Perbedaanya ialah penelitian terdahulu membahas loyalitas nasabah serta kepuasan nasabah sedangkan, penelitian saat ini membahas loyalitas nasabah saja.

Sumber: Data Diolah, 2021.

Penelitian sekarang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan serta *Transaction Fee* Terhadap Loyalitas Nasabah BRILink Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo”.

B. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas

kualitas mempunyai beberapa arti berbeda-beda. Salah satunya yakni, kwalitas yakni sebuah keadaan dinamis yang berikatan pada produk, jasa, manusia, metode, serta lingkungan yang terpenuhi ataupun melebihi tujuan. Makna lainnya juga memaparkan “kwalitas sebagai sebuah cara utama bisnis yang mendapatkan barang serta jasa memenuhi keperluan serta rasa puas konsumen internal serta eksternal, dengan eksplisit serta implisit”. Modernitas beserta kecanggihan teknologi hendak menimbulkan saingan begitu kuat guna mendapatkan serta

mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi sebuah kewajiban guna dilaksanakan agar bisa bertahan serta tetap memperoleh kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan kualitas Kotler yakni, “semua ciri juga sifat sebuah produk ataupun pelayanan memiliki pengaruh dalam kemampuan guna memiliki rasa puas keperluan diartikan ataupun yang tersembunyi”. Sesuia banyak makna kualitas diatas bisa dimaknai bahwasanya kualitas hidup kerja wajib yakni sebuah pola pikir, yang bisa diartikan kewajiban serta keperluan pasar konsumen pada sebuah metode manajemen serta tahap produksi barang ataupun jasa menerus tak henti akhirnya terpenuhi pendapat kualitas pasar konsumen itu

b. Definisi Pelayanan

Pelayanan berdasarkan KBBI yakni: “Pelayanan yakni perihal serta menggampangkan yang diberikan seikatan pada jual beli barang serta jasa”. Makna pelayanan yang lebih perinci yakni “sebuah kegiatan ataupun rangkaian kegiatan yang memiliki sifat enggan terlihat mata yang tetrtjadi sebagai sebab terdapatnya interaksi antara konsumen pada karyawan keadaan lainnya ditimbulkan oleh perusahaan memberi pelayanan diartikan guna menyelesaikan problem konsumen”.

Selain itu pelayanan juga diartikan sebagai “aktivias yang dilaksanakan seorang ataupun kelompok manusia dalam landasan

faktor material lewat sistem tahapan serta pada cara tertentu ke rangka usaha memnuhi keperluan masyarakat selaras kewenangnya”. Dari banyak pengertian tersebut, bisa disaksikan bahwasanya ciri pokok pelayanan yakni enggan terlihat mata serta menyaksikan cara masyarakat peralatan lainnya yang disediakan perusahaan menyelenggara pelayanan. Keadaan tersebut memaparkan bahwasanya pelayanan yakni bentuk sistem, tahapan ataupun metode tertentu yang diberikan pada masyarakat pada dalam pelanggan bertujuan keperluan pelanggan itu bisa dipenuhi selaras pada keinginanya.

c. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara realita serta keinginan para pelanggan atas pelayanan ia dapatkan. Kualitas pelayanan bisa disaksikan pada tahap proses membanding pendapat para pelanggan atas pelayanan yang sesuai ia dapatkan. Pada sumber lainnya dipaparkan bahwasanya Kualitas pelayanan yakni “Tingkatan keunggulan diinginkan serta proses mengendalikan pada tingkatan keunggulannya guna terpenuhinya konsumen”. Jika yang didapati selaras pada yang diinginkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik serta memuaskan. Kalau jasa yang didapat melebihi persepsi pelanggan, maka kualitas jasa diharapkan ideal. Sebaliknya kalau jasa didapat lebih rendah dari pada diinginkan, maka kualitas jasa

dikatakan buruk. Akhirnya bisa diuraikan bahwasanya kualitas pelayanan sebuah perusahaan tersebut yakni seberapa jauh dia peroleh terpenuhinya keinginan memenuhi pelangganya.

d. Standart Kualitas Pelayanan

Terdapat 5 dimensi pelayanan yang wajib terpenuhi pada pelayanan pendapat Zeithaml, Parasurahman serta Berry, yakni *Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Emphaty*. Ke 5 dimensi itu dikatakan pada dimensi *Service Quality (SERVQUAL)*, yang mana ke5a bisa dipakai mengukur tingkatan rasa puas nasabah pada cara *SERVQUAL*. Akhirnya dari ke 5 dimensi itu mempunyai peran pada mempengaruhi tingkatan rasa puas nasabah.⁵⁴

1) Bukti langsung (*Tangible*)

Bukti langsung (*Tangible*), yakni kemampuan sebuah perusahaan pada mengemukakan eksistensinya pada pihak eksternal. penampilan serta kemampuan sarana serta prasarana fisik perusahaan serta kondisi sekelilingnya yakni bukti real dari pelayanan diberi perusahaan.

Dimensi tersebut, memaparkan bahwasanya sebuah pelayanan enggan dapat disaksikan, dicitum, serta diraba. Maka aspek tersebut terpenting untuk ukuran pelayanan. Pelanggan hendak memakai penglihat guna memberi nilai sebuah

⁵⁴ Nina Indah Febriana, “Analisis Kualitas Pelayanan Bank pada kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, *An-Nisbah*, 3 (Oktober, 2016), 149-151.

kwalitas pelayanan. Tangible yang baik hendak memiliki pengaruh pendapat pelanggan. Dalam waktu bersamaan aspek tangible tersebut yakni sebuah sumber memberi pengaruh keinginan pelanggan. Sebab tangible yang optimal, maka keinginan responden menjadi lebih baik.

Maka darinya, terpenting untuk pihak perusahaan yang berjalan dibidang jasa contohnya bank guna menyaksikan tangible yang paling sesuai, yakni memberi kesan baik lewat kualitas pelayanan yang diberikan, enggan hendak menimbulkan keinginan nasabah hendak berubah menjadi terlalu luas.

2) Keandalan (*reliability*)

Dimensi *reliability* yakni kemampuan guna memberi pelayanan yang dijanjikan begitu cepat, sesuai serta memiliki rasa puas. Kualitas kerja wajib selaras pada keinginan customer sesuai keinginan yang memiliki makna kesesuaian waktu, pelayanan yang sama guna seluruh customer enggan terdapat salah faham, sifat simpatik serta akurat yang besar. Pada makna luas, kehandalan mempunyai makna bahwasanya perusahaan memberi janji-janjinya mengenai penyediaan (produk ataupun jasa yang ditawarkan), proses menyelesaikan serta harga yang diberikan.

Dibandingkan pada 4 dimensi kualitas pelayanan yang lainnya, dimensi tersebut dikatakan terpenting dari bermacam industri jasa. terdapat 2 aspek dari dimensi tersebut kesatu yakni kemampuan perusahaan memberi pelayanan selaras pada yang ditentukan. Aspek kedua yakni seberapa besar sebuah perusahaan bisa memberi pelayanan yang baik.

3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness yakni kemampuan menolong memberipelayanan akurat (reponsif) serta sesuai pada customer dalam menyampaikan informasi yang sesuai. Membiarkan customer menunggu enggan terdapatnya sebuah alasan yang akurat menimbulkan usulan yang buruk pada kualitas pelayanan. Dimensi ini menitikkan dalam sifat penyedia jasa yang besarnya perhatian, akurat serta sesuai pada menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan serta problemnya.

Dari pemaparan tersebut, bisa ditarik kesimpulanya bahwasanya *responsiveness* yakni dimensi kualitas pelayanan yang memiliki tujuan guna terpenuhinya keinginan pelanggan pada keadaan pelayanan yang akurat serta tepat. Akhirnya dimensi tersebut begitu selaras pada perusahaan jasa contohnya bank sebab engganlah menjadi rahasia umum lagi bahwasanya kalau nasabah pergi kebank, ia hendak menghabiskan banyak kesempatan menunggu.

4) Jaminan (*Assurance*)

Assurance yakni kemampuan karyawan memiliki sikap ramah, sopan serta menghargai nasabah. *Assurance* yakni pengetahuan, sopan santun, serta kemampuan karyawan guna mengakibatkan keyakinan serta kepercayaan. dimensi tersebut mungkin hendak begitu penting dalam jasa layanan membutuhkan tingkatan rasa percaya begitu besar yangmana pelanggan hendak merasakan aman serta terjamin.

5) Empati (*Empathy*)

Empati yakni rasa peduli serta perhatian dengan pribadi yang diberi pada pelanggan. menyiapkan dengan tulus serta memiliki sikap ramah pada para pelanggan serta memiliki upaya memahami rasa inginpelanggan. Intinya dari dimensi tersebut yakni mengemukakan pada pelanggan lewar pelayanan yang diberikan bahwasanya pelanggan tersebut spesial, serta keperluan ia peroleh dipahami selaras yang diinginkan.

Dimensi empati yakni dimensi memberi peluang banyak untuk memberi pelayanan memiliki sifat rahasia yakni sebuah yang enggan diinginkan oleh pelanggan serta ternyata diberikan oleh penyedia jasa. Terdapat beberapa metode yang

dapat dilaksanakan guna membuat senang pelanggan, contohnya memberi diskon berupa potongharga.⁵⁵

2. *Transaction Fee*

Transaction fee yakni sumber dana bank pada rangka proses membiayai aktivitas operasi bank yang sangat mempengaruhi kelanjutan usaha bank. *Transaction fee* yakni sumber dana yang bisa di dapatkan dari masyarakat luas. Oleh karena itu, *transction fee* memiliki peran penting dalam dunia perbankan.

Sebuah alat analisis pada ilmu ekonomi instansi yakni ekonomi biaya transaksi. Alat analisis tersebut kerap dipakai guna mengukur efisien tidaknya desain instansi. Makin besar biaya transaksi ada pada aktivitas perekonomian, mempunyai makna enggan efisien kelembagan yang didesain. Alat analisis ekonomi biaya transaksi masih tahapan banyak rintangan, kesatu, dengan teoritis masih enggan terungkap sesuai arti biaya transaksi tersebut. Kedua, tiap aktivitas ekonomi selalu memiliki sifat spesifik akhirnya variabel dari biaya transaksi juga selalu bersifat khas. Enggan terdapatnya makna sesuai mengenai biaya transaksi menimbulkan kesusahan guna merumuskan variabel-variabelnya. Ketiga, meskipun makna serta variabel bisa dirumuskan dengan optimal serta jelas, problem terdapat yakni bagaimana mengukurnya. Proses mengukur tersebut yakni problem

⁵⁵ St. Nur Amalia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan serta Kepuasan Nasabah pada Keputusan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo", (Skripsi, IAIN Palopo, Palopo, 2019), 13-17.

yang begitu strategis sebab memiliki dampak dalam akurasi sebuah analisis instansi, paling utama guna menyaksikan efisiensinya.

Biaya transaksi yakni biaya guna menspesifikasikan serta memaksa kontrak yang didasari proses tukar, akhirnya sendirinya melingkup seluruh pembiayaan organisasi politik serta ekonomi yang memungkinkan aktivitas ekonomi mengutip laba dari proses berdagang (pertukaran). Pendekatan analisis biaya transaksi didasarkan oleh asumsi bahwasanya sifat masyarakat yakni rasional terbatas (*bounded rationality*) serta sifat oportunistik (*opportunistic*). Rasionalitas yang terbatas (*bounded rationality*) bisa dimaknai keterbatasan manusia pada proses rumusan serta menuntaskan sebuah problem yang kompleks. Rasionalitas yang terbatas hendak mengakibatkan problem jika lingkungan dicirikan oleh kondisi yang enggan pasti (*uncertainty*) serta memiliki sifat kompleks (*complexity*).

Banyak makna tentang arti biaya transaksi diatas masih susah dipahami disebabkan makna diatas masih memiliki sifat khas selaras pada aktivitas ataupun objek yang diteliti/dikaji. Dilihat banyak pengertian ahli maka dapat disimpulkan arti biaya transaksi dengan umumnya yakni semua biaya yang dikeluarkan untuk menegakan transaksi.⁵⁶

Biaya transaksi begitu penting pada pengaplikasikan biaya operasional sebuah perbankan. Biaya transaksi bisa dipakai mengukur

⁵⁶ Andrias Dwimahendrawan, "Biaya Transaksi pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan", (Tesis, Universitas Negeri Jember, Jember, 2013), 13-15.

efisiensi perbankan pada tercapainya profitabilitas perbankan.⁵⁷

Perbankan pada menjalankan kegiatannya mempunyai banyak tipe biaya transaksi, yakni:

a. Biaya transaksi bagi hasil

Biaya transaksi bagi hasil yakni bentuk keharusan bank dalam dana-dana pihak ketiga sudah disetorkan bank syariah serta beban itu tercatat dipelaporan laba rugi. Biaya transaksi bagi hasil diperbankan syariah yakni biaya bagi hasil investasi enggan terikat, yakni akumulasi semua bagi hasil yang diberikan pada investor dana investasi enggan mengikat pemilik dana pada transaksi giro, tabungan, deposito, menerbitkan surat berharga, pembiayaan yang diterima serta transaksi lainnya sesuai akad bagi hasil selaras pada penjumlahan daftar distribusi bagi hasil.

b. Biaya transaksi non bagi hasil

Biaya transaksi non bagi hasil yakni pembiayaan dikeluarkan bank selain biaya bagi hasil yang terdapat biaya operasional perbankan syariah pada menjalani kegiatannya. biaya transaksi non bagi hasil bisa dikelompokkan sebagai biaya operasional yakni semua biaya aktivitas usaha pada mata uang rupiah serta valuta asing.

Jumlah biaya operasional yakni: beban imbalan pada BI, bonus titipan wadiah, Kerugian atas penjualan surat berharga,

⁵⁷ Yunita Agza & Darmanto, "Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, serta Biaya Transaksi pada Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah", *Iqtishadia*, 10, (2017), 228-229.

kerugian dari penyertaan serta beban komisi/provisi, kerugian penurunan nilai aset keuangan serta lainnya, penyusutan/ amortisasi, beban proses memelihara aset tetap/inventaris, beban risiko operasional, kerugian restrukturisasi pembiayaan, beban tenaga kerja, biaya promosi, premi asuransi, sewa, pajak-pajak (enggan tergolong pajak penghasilan), pemeliharaan, perbaikan aset tetap serta inventaris, barang serta jasa, kerugian dari penjualan aset tetap serta inventris, serta kerugian dari penjualan transaksi valuta asing.⁵⁸

c. Menurut pihak yang menanggung biaya

Asumsi-asumsi dilandaskan pada pendekatan tersebut (informasi enggan sempurna, rasionalitas yang terbatas, serta sifat oportunistik) enggan lagi memiliki edukasi empiris. Maka identifikasi mengenai macam-macam biaya transaksi bergantung dalam cara seorang memilah-milah cara pertukaran. Sekalipun demikian, adanya sepakat begitu luas mengenai komponen-komponen umum biaya transaksi, yakni biaya menemukan informasi (*search of information*), biaya pembuatan kontrak (negosiasi serta formulasi kontrak), biaya monitoring (pengecekan kualitas, kuantitas, harga, kesesuaian waktu pengiriman, keamanan), serta biaya adaptasi (semasa proses melaksanakan kesepakatan). Tingkat dari tiap-tiap

⁵⁸ Ibid, 233-234.

komponen itu berubah serta berbeda bergantung dalam sifat ekonomi yang ada.

d. Biaya transaksi internal

Biaya transaksi internal yakni biaya akibat adanya tukar-menukar antara pihak-pihak yang informasinya enggan lengkap, sifatnya opportunistik serta rasionalitasnya terbatas, yang terikat dalam organisasi hirarkis. Biaya transaksi internal tersebut dikatakan biaya keagenan, yakni sebuah biaya ada sebab terdapatnya *agency relationship*.

Agen selalu memiliki sifat opportunistik serta condong ambil kesimpulan serta membiarkannya “kepentingan terbaik the principal”, maka sang pemilik sumberdaya wajib terus-menerus memonitor sifat agen. Kegiatan tersebut terdapat biaya. sebab agen yakni pemaksimum utilitas, maka ia hendak melaksanakan perilaku yang hendak membuat ia dipercaya oleh pihak yang mengkontraknya (*the principal*).

Selain keduanya biaya itu, akibat keterbatasannya rasional manusia, sekalipun sistem monitoring dilaksanakan pengontrak serta bagaimana baiknya bonding sang agen, hendak selalu terjadi kurang akuratan. Keadaan tersebut juga menimbulkan biaya wajib ditanggung pihak pengontrak.

Penjelasan para ahli diatas dapat disimpulkan ada tiga macam biaya transaksi internal, ataupun biaya keagenan menurut

istilah Jensen serta Meckling, yang didatangkan akibat pertukaran pada kelompok hirarkis.⁵⁹

e. Biaya transaksi eksternal

Biaya transaksi pada dunia perbankan dibebani pada nasabah yakni dari *the actual cash outlay* serta *the opportunity cost of time* yang dihabisi baik semasa mengurus permintaan kredit ataupun saat mencicilnya. Biaya transaksi kesatu *the actual cash outlay* yakni dari seluruh pengeluaran tunai yang dibayarkan semasa mengurus serta mencicil kredit. Keadaan tersebut bisa berwujud pembayaran materai, biaya fotocopy, biaya membeli formulir, ongkos transport, pengeluaran guna mengurus surat perlengkapan kredit, uang jajan, uang makan semasa menunggu selesai proses permohonan, serta lainnya.

Biaya transaksi nasabah yang ke dua yakni seluruh kerugian disebabkan berkurangnya penerimaan semasa mengurus kredit. Bisa berwujud ekuivalen rupiah untuk kesempatan yang dihabiskan semasa mengurus surat perlengkapan, semasa perjalanan dari serta ke bank, menunggu selesainya orises permohonan oleh bank, serta lainnya.

Kedua biaya transaksi nasabah itu dipengaruhi banyaknya kredit didapat nasabah, suku bunga pinjaman ditentukan, jarak antara rumah tinggal nasabah bersama bank, serta tingkatan

⁵⁹ Andrias Dwimahendrawan, "Biaya Transaksi pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan", (Tesis, Universitas Negeri Jember, Jember, 2013), 15-16.

keberesikoan nasabah (*the borrower's degree of risk*) yang dindikasikan pada tipe kolateral yang ditentukan bank serta kepunyaan nasabah atas kolateral.⁶⁰

3. Loyalitas Nasabah

Griffin (2005) mengemukakan bahwasanya "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*" bisa diartikan bahwasanya loyalitas lebih lebih mengarah dalam terdapatnya sifat unit-unit proses mengambil ketetapan guna melaksanakan proses jual beli dengan terus-menerus dalam barang ataupun jasa dari sebuah perusahaan dipilihnya.

Loyalitas pelanggan yakni sifat pengulangan pembelian, keterikatan serta keikutsertaan yang besar dalam opsinya , serta memiliki ciri pada proses mencari informasi memiliki sifat eksternal serta penilaian alternative.

Loyalitas yakni komitmen yang dipegang dengan baik guna membeli ataupun mensupport lagi produk ataupun jasa yang disukai diwaktu esok meski pengaruh keadaan serta usaha pemasaran memiliki potensi menimbulkan pelanggan beralih. Loyalitas merupakan perilaku proses membeli ulang belaka mengikat proses membeli merek tertentu yang sama dengan berulang-ulang.

Sesuai makna diatas maka bisa diuraikan bahwasanya loyalitas yakni terdapat sifat mendorong sifat guna melaksanakan proses

⁶⁰ Ibid, 18.

membeli produk ataupun jasa dari sebuah perusahaan yang mengikutsertakan aspek perasan didalamnya, terkhusus bagi membeli dengan baik serta berulang-ulang.⁶¹

Loyalitas pelanggan umumnya bisa dimaknai sebagai rasa setia seorang dalam sebuah produk, baik barang ataupun jasa. Selain tersebut pelanggan yang memiliki perjanjian besar hendak loyalitasnya enggan hendak berpengaruh pada bentuk-bentuk proses memasarkan produk ataupun jasa yang diberi perusahaan lainya serta hendak terus menentukan produk serta jasa ia pilih sebelumnya. Loyalitas pelanggan hendak menjadi titik keberhasilan, enggan saja pada jangka pendek, tetapi rasa unggul berlombayang berkelanjutan.

a. Loyalitas nasabah sesuai sikap serta perilaku

Ada dua pendekatan dasar loyalitas pelanggan sebagai sifat (behavior) serta sikap (attitude). Pendekatan loyalitas sebagai perilaku yakni konsistensi pelanggan pada melaksanakan proses membeli ulang. Ada 5 bentuk loyalitas yang didasarkan sifat yakni:

- 1) *Undivided loyalty* (Loyalitas enggan dibagi), yakni sifat konsumen senantiasa membeli merk yang sama dalam produk.
- 2) *Occasional switcher* (Peralihan selaras pada keadaan), yakni senantiasa menentukan merk yang sama akan tetapi berbedakalau produk tersebut enggan ada dipasar.

⁶¹ Yelli Trisusanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan serta Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah (studi pada Bank BNI Syariah kantor cabang Pkanbaru)". *Jom Fisip*, 4 (Oktober, 2017), 8.

- 3) *Switched loyalty* (Loyalitas yang beralih), yakni konsumen yang sebelumnya mempunyai loyalitas pada sebuah merk akan tetapi beralih kemerek lainnya.
- 4) *Divided loyalty* (Loyalitas yang terbagi), yakni konsumen yang mempunyai loyalitas dalam banyak merek.
- 5) *Indifference* (Perilaku membedakan pada sebuah merek serta ia enggan mempunyai empati hendak keadaan tersebut).

Pendekatan sifat loyalitas tercermin loyalitas yakni keadaan yang lebih dari sekadar proses membeli berulang. Pendekatan tersebut menitikkan bahwasanya loyalitas pelanggan mengikutsertakan sifat tercermin komitmen tiap kesempatan. Pada makna lainnya, loyalitas pelanggan yakni tanggapan sifat dalam perbuatan sebuah produk. Guna memahamkan sifat loyalitas, perusahaan wajib bisa memaparkan pada pelanggan dalam pemberitahuan ataupun rasa yakin sesuainya menyangkut produk, akhirnya pelanggan bisa mengerti produk serta merasakan yakin produk itu.

Dua pendekatan dasar loyalitas pelanggan didasarkan sifat (behavior) serta perilaku (attitude). Pendekatan loyalitas sebagai sifat yakni ketetapan pelanggan pada melaksanakan proses membeli ulang. Sementara loyalitas sebagai sifat ditunjukkan beserta terdapatnya komitmen ataupun pertalian emosional dalam merek ataupun perusahaan itu. Loyalitas dibagi pada 4 segmen

tipologi didapati dari beberapa tingkatan perilaku serta sifat loyalitas yakni:

- 1) *True loyalty* (Loyalitas sejati) yakni pelanggan mempunyai sifat proses membeli ulang yang besar serta sifat komitmen yang besar dalam merek serta perusahaan. Ia yang mempunyai loyalitas sejati nyaris senantiasa membeli dari perusahaan ataupun merk tertentu serta utama enggan mudah pada penawaran diberi oleh pesaing.
- 2) *Latent loyalty* (Loyalitas tersembunyi) yakni sifat pelanggan mempunyai tingkatan proses membeli berulang yang rendah ataupun ia mempunyai sifat komitmen begitu besar dalam perusahaan. Frekuensi proses membeli berulang yang rendah bisa terjadi sebab enggan terdapatnya sumber yang cukup guna meluaskan frekuensi proses membeli ia bisa mendesak ia menjadi repeat customer contoh sebab harga, aksesibilitas, ataupun strategi distribusi.
- 3) *Spurious loyalty* (Loyalitas palsu), yakni sifat pelanggan mempunyai frekuensi pembelian berulang besar akan tetapi enggan terdapat pertalian sifat emosi ataupun komitmen tertentu dalam perusahaan. besarnya frekuensi pembelian berulang bisa terjadi sebab banyak sebab contohnya terbiasa membeli, kemudahan, keuangan, kurangnya alternatif produk, serta faktor- faktor berkesinambungan pada keadaan pembeli.

4) *Low loyalty* (Loyalitas yang rendah/ enggan terdapat loyalitas), dalam tahap tersebut sifat pembelian berulang serta sifat komitmen begitu rendah. Loyalitas palsu serta loyalitas rendah begitu mudah dalam penawaran diberi pesaing.⁶²

b. Tahapan loyalitas nasabah

Mengurus loyalitas pelanggan dari pada megartikan bagaimana serta mengapa loyalitas tersebut diciptakan, yang berawal dalam siklus pembelian. Siklus pembelian berpindah lewat 5 tahapan: a). Kesadaran dalam produk, b). Melaksanakan pembelian awal, c). Penilaian pasca pembelian, serta d). Ketetapan membeli kembali.

Ada 5 faktor menimbulkan pelanggan loyal yakni:

- 1) Nilai merek (*brand value*);
- 2) Karakterpelanggan;
- 3) *Switching barrier*;
- 4) *Customer satisfaction*, serta
- 5) Lingkungan yang kompetitif.

Loyalitas nasabah dalam industri perbankan bisa dinilai pada pendekatan komprehensif memikirkan 4 dimensi terpenting yakni: a). *Satisfaction*, b). *Retention*, c). *Migration*, serta d). *Enthusiasm*. Akan tetapi wajib dicatat, bahwasanya terdapat banyak faktor eksternal pengaruh dalam loyalitas pelanggan,

⁶² Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Yogyakarta: Bildung, 2019), 3-5.

contohnya ketetapan pemerintah pada keadaan regulasi serta monopoli disuatu wilayah. Keadaan tersebut misalnya terdapatnya pelanggan yang dipaksa loyal dalam sebuah produk sebab hendak terdapat ada kompetitor.

Dengan memperlihatkan keperluan pelanggan lewat kajian runtut yakni terpenting pada mengajak pelanggan melaksanakan pembelian berulang pada wilayah loyalitas lebih luas. Adapun 8 pertimbangan tambahan guna merubah pelanggan yang melaksanakan pembelian berulang pada tingkat loyalitas yang begitu luas:

- a. Melindungi pelanggan paling baik dari pesaing;
- b. Merancang daftar utama pada pelanggan yang terbanyak melaksanakan transaksi;
- c. Menciptakan mata rantai optimal pada pemasok serta data base mengenainya;
- d. Menciptakan rancangan pemberian hadiah sesuai bisa dilakukan
- e. Memberikan jalan serta pendapat untuk pelanggan pada proses transaksi
- f. Berusaha menyaksikan serta terpenuhinya keperluan utama dari pelanggan;
- g. Melaksanakan pelatihan serta pemberdayaan dalam karyawan dengan bertahap

- h. Pihak manajemen terus memberi suport karyawanguna mempunyai pandangan dalam loyalitas pelanggan.

Maka sebabnya, seorang berkembang menjadi loyal lewat tahapan dengan jangka waktu tertentu. Perusahaan dengan mengenalkan tiap tahapan serta terpenuhinya keperluan tekhusus, maka memiliki peluang lebih banyak guna merubah pembeli menjadi pelanggan loyal.⁶³

- c. Membangun loyalitas nasabah

Untuk membangun loyalitas pelanggan, enggan dapat dilaksanakan instan, sebab yang sudah dipaparkan diatas, parameter ataupun faktor utama dari loyalitas tersebut yakni berangkat dari rasa puas pelanggan.

Adapun tips-tips pada menciptakan Loyalitas Pelanggan:

- 1) Menyaksikan rasa puas pelanggan saat ia membeli produk barang ataupun jasa beserta tahapan mempergampang pelanggan guna memperoleh produk ia temukan ataupun harapkan.
- 2) Menyaksikan rasa puas pelanggan saat ia menggunakan produk barang ataupun jasa beserta tahap meyakinkan iabahwasanya program ataupun produk yang hendak ia peroleh selaras apa yang ditawarkan.

⁶³ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Jember, 2019), 52-53.

- 3) Menyaksikan kepuasan pelanggan layanan purna jual yang ia peroleh beserta memberi pelayanan yang baik saat pelanggan memerlukan pertolongan ataupun merasa kesusahan dalam produk yang ia beli.
- 4) Memberi atensi ataupun minat pada pelanggan sesudah ia membeli produk contohnya memberi kegiatan retensi pemasaran.

Adapun tahapan praktis guna menciptakan loyalitas pelanggan yakni:

- 1) *Melebihi Ekspektasi*, tahap menciptakan loyalitas pelanggan yang baik yakni memuaskannya. Pelanggan tiba pada kita sebagai marketer yang bertujuan serta kepribadian berbeda-beda. Banyak darinya bahkan mungkin enggan dapat rasa puas. Kemudian dapat diterapkan banyak praktik layanan pelanggan selanjutnya. Sebelumnya, pastikan seluruh karyawan bekerja pada maksud yang sama, yakni memberi rasa puas pelanggan, yakni:

- ✓ Menegur siapasaja waktu ia tiba di toko.
- ✓ Mengungkapkan, “Terima kasih sudah berkunjung/datang!”
- ✓ Menawari pertolongan .
- ✓ Menyediakan pelayanan diluar keinginan pelanggan.

- 2) *Mengakui Pelanggan* ia enggan saja hendak di sambut saat ia masuk toko, tetapi ia hendak merasakan istimewa kalau

diketahui siapa namanya. Mungkin susah guna memperhatikan nama tiap orang berbelanja ke toko, tapi terdapat banyak seperti dimana kita mempunyai waktu guna mengenali mengenal nama ataupun wajah, contohnya:

- ✓ Mengenal diri pada pelanggan.
- ✓ Menanyakan namanya.

Sesudah tau nama pelanggan, kita dapat memakainya tiap waktu menciptakan dialog, serta akhirnya menciptakan ikatan pada pelanggan bisa memperkokoh loyalitas.

3) *Penghargaan/Reward*, terdapat banyak metode guna mengelompokkan rancangan reward, contohnya hadiah gratis, diskon barang-barang tertentu. Sebelum melenyapkan banyak uang pada pemasaran, melakukan pertimbangan dulu barang jenis apa saja disukai pada pembeli.

4) *Follow Up*, contoh teman baik, pelanggan setia hendak tau bahwasanya kita peduli mengenai keperluan serta kepentingannya. Banyak tahap untuk tetap memiliki hubungan:

- ✓ Kirim kartu ucapan ataupun surat pribadi.
- ✓ Mengundangnya keacara khusus ditoko sebagai pembeli VIP.
- ✓ Menyanyai keluarganya ataupun acara pada hidupnya

d. Mempertahankan loyalitas nasabah

Persaingan yang makin kuat pada industri perbankan pada jenis perubahannya, sudah memaksanya guna fokus dalam layanan yang besar guna membuat serta mengupayakan loyalitas pelangganya. Bank Permata menemui bahwasanya besarnya transaksi dilaksanakan menggambarkan loyalitas nasabah dalam sebuah bank pendapatnya, nasabah hendak melaksanakan transaksi pada Bank sebab rasa nyaman serta kemudahan. Sedangkan, dari *Standard Chatered* ada 4 faktor menimbulkan nasabah loyal, yakni: a). Rasa aman, b). Fleksibilitas, c). Suku bunga yang kompetitif, serta d). Kualitas pelayanan. Ia pun mengemukakan bahwasanya besarnya transaksi memperlihatkan bahwasanya nasabah mempunyai rasa puas dalam pelayanan sebuah bank, dimana akhirnya bisa meluaskan loyalitas nasabah dalam bank.

Akan tetapi tingkatan retensi besar ataupun transaksi ulang dengan terus-menerus oleh nasabah, enggan semata mata bisa dikatakan bahwasanya ia yakni pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal yakni ia (nasabah) sedia memberitahukan produk perbankan ia punya pada masyarakat lainnya. Pelanggan memberi saran yakni cerminan dari loyalitas yang sebetulnya. Retensi pelanggan hanyalah satu dari sekian banyaknya rasa untung pada menciptakan loyalitas, akan tetapi enggan senantiasa menampakan terdapatnya loyalitas, banyak rencanai dilaksanakan industri

perbankan padamempertahkan loyalitas nasabahnya. Tiap-tiap perusahaan memiliki ketetapan berbeda.⁶⁴

e. Efek loyalitas nasabah

Banyak pengaruh ataupun efek dapat dirasakan dengan langsung oleh *brand* ataupun perusahaan yakni:

- 1) Tingkatan optimisme dalam sebuah brand meningkat
- 2) Proses jual beli meluas
- 3) Nilai dari merek ataupun brand value meninggi
- 4) Potensi menjadi produk yang kerap di ingat (*Top of Mind*) makin luas.

Jadi, jika hendak memperoleh pelanggan membuat senang, coba memberi produk serta pelayanan yang membuat senang pada pelanggan.⁶⁵

4. Nasabah

Nasabah yakni konsumen-konsumen untuk penyedia dana. Sedangkan makna nasabah berdasarkan KBBI yakni seorang yang biasa berikatan pada ataupun menjadi pelanggan bank (pada hal keuangan).⁶⁶

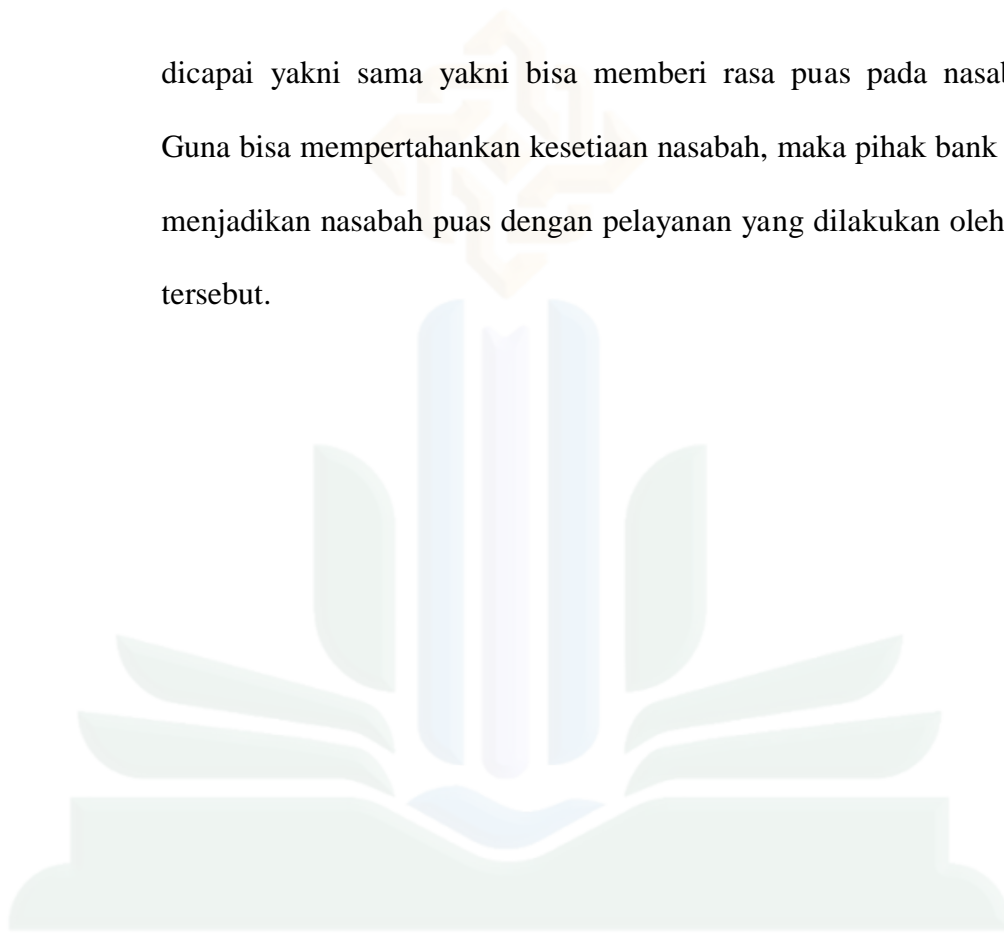
Nasabah yakni penilai kualitas sebuah produk perbankan. Banyak ukuran yang dapat digunakan nasabah pada menentukan kualitas sebuah produk perbankan. Akan tetapi maksud akhir yang

⁶⁴ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Jember, 2019), 53-54.

⁶⁵ Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Yogyakarta: Bildung, 2019), 13.

⁶⁶ Desi Mursalina, "Pengaruh Pelayanan, Produk Tabungan, serta Bagi Hasil pada Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Produktif Investasi IB Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang", (Skripsi, Uin Raden Fatah, 2017), 19.

dicapai yakni sama yakni bisa memberi rasa puas pada nasabah.⁶⁷
Guna bisa mempertahankan kesetiaan nasabah, maka pihak bank harus menjadikan nasabah puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh bank tersebut.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁶⁷Rachmad Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk serta Nilai Nasabah pada Kepuasan serta Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, *Manajemen serta Kewirausahaan*, 11 (Maret, 2009), 65.

BAB III

PENYAJIAN DATA SERTA ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah BRILink Secara Umum

Pada bulan November tahun 2014 PT Bank Rakyat Indonesia Tbk menunjukkan komitmennya guna mensupport serta melaksanakan program keuangan *inklusif* yang dibuat Otoritas Jasa Keuangan. Komitmen itu ditunjukkan lewat Layanan Keuangan Digital tanpa kantor, dengan meluncurkan sebuah produk ataupun layanan yang bernama BRILink yakni suatu produk pelayanan perpanjangan tangan dari BRI ke nasabah beserta pertolongan agen ataupun pihak ketiga untuk menyiapkan masyarakat belum terlayani jasa keuangan, yang didukung dengan alat *Electronic Data Capture* yakni mesin gesek kartu yang dipakai sebagai transaksi proses membayar dengan kartu kredit, kartu debit serta kartu *prepaid* yang ditaruh di *merchants*. Adapun konsep yang digunakan dalam peragaan BRILink yakni dengan *sharing fee*.

Agen BRILink bisa menyiapkan keperluan warga hendak berbagai transaksi perbankan contohnya setor serta tarik tunai, membayar angsuran pinjaman BRI, transfer antar bank, membeli pulsa telepon, pembayaran briva sekolah, pembayaran BPJS, token listrik PLN serta bermacam pelayanan lainnya.⁶⁸

⁶⁸ Rita Rahim, “Analisis Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk BRILink Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus di 38 B Banjarrejo Lampung Timur)”, (Skripsi, IAIN Metro, Metro, 2019), 41-42.

2. BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo

a. Sejarah

1) Agen BRILink Milik Bapak Yoyok Ari Wahyudi

Agen BRILink milik Bapak Yoyok berdiri sejak tahun 2015 yang berawal dari usaha agen pulsa yang diberi nama Dimas cell pada tahun 2005 kemudian dilanjutkan dengan toko peracangan serta pada akhirnya bapak Yoyok termotivasi oleh sang ibunda yang sudah lebih dulu menjadi agen BRILink, beliau menceritakan bagaimana sistematika serta keuntungan yang didapat menjadi agen BRILink. Setelah ibundanya menjelaskan terkait agen BRILink Bapak Yoyok langsung tertarik untuk menjadi agen BRILink, lalu beliau mendaftarkan usahanya sebagai agen BRILink pada tahun 2014 akhir ke BRI unit Besuki 2 yang di ACC pada tahun 2015 awal.

2) Agen BRILink Milik Bapak Catur Prihatmoko

Agen BRILink milik Bapak Catur berdiri sejak tahun 2017 yang berawal dari usaha agen pulsa yang diberi nama Deva cell pada tahun 2011 berawal dari menjadi nasabah BRI yang pada akhirnya bapak Catur tertarik untuk Menjadi agen BRILink karena melihat lingkungan sekitar yang bisa dikatakan pelosok desa serta juga memiliki jarak yang rentan jauh dari kantor BRI serta tempat ATM.

b. Letak geografis

1) Agen BRILink Milik Bapak Yoyok Ari Wahyudi

Agen BRILink Dimas Cell yang terletak di jalan lintas argopuro kecamatan Sumbermalang yang bertempat di desa Tlogosari.

2) Agen BRILink Milik Bapak Catur Prihatmoko

Agen BRILink Deva Cell yang terletak di jalan lintas argopuro kecamatan Sumbermalang yang bertempat di desa Tlogosari.

c. Struktur organisasi

Agen BRILink di Desa Tlogosari enggan mempunyai struktur organisasi saja dikelola orang punya agen itu, memiliki tugas pemilik sekaligus pengelolah yang harus melayani nasabah dengan setulus hati pada melaksanakan transaksi diBRILink Desa Tlogosari milik bapak Yoyok serta bapak Catur.

d. Kegiatan BRILink

Aktivitas yang dilaksanakan oleh agen BRILink yakni menyiapkan pada bidang:

1) Layanan Tbank

(a) Setor tunai

(b) Tarik tunai

(c) Registrasi

2) Layanan Mini ATM

- (a) Bayar listrik
- (b) Bayar telepon
- (c) Bayar cicilan
- (d) Beli pulsa
- (e) Transfer
- (f) Tarik/setor tunai
- (g) Top up Brizzi
- (h) Pembayaran BPJS

3) Layanan Laku Pandai

- (a) Tabungan
- (b) Kredit mikro
- (c) Asuransi mikro

3. Mekanisme Pengenalan BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo

Bapak Yoyok serta Bapak Catur mengenalkan keagenannya pada masyarakat sekitar melalui sosial media mereka masing-masing, serta membuat banner serta plang yang di pasang di depan kediaman mereka.

4. Mekanisme Operasional BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo

a. Tempat

- 1) Agen BRILink Milik Bapak Yoyok Ari Wahyudi

Agen BRILink milik Bapak Yoyok beroperasi di kediamannya, yakni Kp. Tlogosari selatan, RT. 09, RW. 02, Ds. Tlogosari, Kec. Sumbermalang, Kab. Situbondo.

2) Agen BRILink Milik Bapak Catur Prihatmoko

Agen BRILink milik Bapak Yoyok beroperasi di kediamannya, yakni Kp. Tlogosari selatan, RT. 01, RW. 05, Ds. Tlogosari, Kec. Sumbermalang, Kab. Situbondo.

b. Jam buka serta tutup

1) Agen BRILink Milik Bapak Yoyok Ari Wahyudi

Jam operasional Agen BRILink milik Bapak Yoyok yakni setiap hari, jam 06.30-21.00 WIB.

2) Agen BRILink Milik Bapak Catur Prihatmoko

Jam operasional Agen BRILink milik Bapak Catur yakni setiap hari, jam 07.00-21.00 WIB.⁶⁹

B. Penyajian Data

Dalam penelitian tersebut, jenis penelitian dipakai yakni *Field Research* (penelitian lapangan). Populasi pada penelitian tersebut yakni 10% nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo yang berjumlah 53 orang.

Berikut jumlah data nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo:

⁶⁹ Catur Prihatmoko & Yoyok Ari Wahyudi, *Wawancara*, Situbondo, 03 Juli 2021.

Tabel: 3.1

**Data Nasabah BRILink diDesa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang
Kabupaten Situbondo**

No	Nama	Umur	Pendidikan
1	Rakmuju	47	SD
2	Lilis Syarifah	23	SMA
3	Saiful Bahri	33	SD
4	Abdul Halim	30	SMP
5	Haryani	47	SD
6	Nadiyanto	23	SMA
7	Subahar	44	SD
8	Samsul Arifin	42	SMP
9	Samsidi Wahyono Hadi	28	S1
10	Muhammad Ilham	18	SMA
11	Abdul Muis	36	SMA
12	Linda Puji Astutik	28	SD
13	Hatima	38	SD
14	Yuda	40	SMP
15	Bahrufiatun	36	SD
16	Tatik	37	SD
17	Eko Arifin	31	SMP
18	Hendra Yasa	29	S1
19	Dwi Yulika Sari	23	S1
20	Hendri Yanto	29	SMA
21	Abdul Wafi	37	SD
22	Dedy Sandi	23	SMA
23	Hasanuddin	26	S1
24	Supriadi	42	SMP
25	Nosi	33	SD
26	Erfan Rasidi	34	S1
27	Subiyanto	31	S1
28	Hendriyanto	29	S1
29	Imbron Rasidi	31	S1
30	Rudi Yanto	25	SMA
31	Dodik	31	SMA
32	Saiful Bahri	32	S1
33	Endang Maimunah	29	D3
34	Ham Adiriyanto	23	SMA
35	Muhlis Hadi	25	SMA
36	Samsul Arifin	30	S1
37	Abdul Khatib	48	SMA

38	Andi Wijaya	25	SMA
39	Muhammad Alfandi	21	SMA
40	Muhammad Syaihu Natsir	33	SMP
41	Baidawi	30	S1
42	Elis Suryani	27	S1
43	Joni	26	S1
44	Asis Hendriyanto	38	S1
45	Anang Sugianto	26	SMA
46	Gunawan	21	SMA
47	Wanti Rosida	29	SD
48	Rujaksi	38	S1
49	Khoirul Anwar	27	S1
50	Ritnawati	34	SMP
51	Nadi	45	SMA
52	Abdullah	34	SD
53	Ana Melia Selvia	26	S1

Sumber: Data Diolah, 2021.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yakni metode analisis memiliki tujuan memaparkan ataupun menjelaskan sebuah keadaan didalamnya.⁷⁰

Memiliki arti pada analisis statistik deskriptif yakni statistik yang dipakai guna melakukan analisis data yang sudah terkumpul yangmana terdapat tanpa bermaksud menciptakan kesimpulan yang berlaku untuk universal ataupun generalisasi.⁷¹

a. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pada analisis deskriptif variabel penelitian diuraikan tentang frekuensi total balasan dalam tiap-tiap instrument tiap variabel serta juga pendapatan jumlah rata-rata jawaban responden sesuai dalam hasil kuesioner sudah dilaksanakan.

⁷⁰ Ali Baroroh, *Analisis Statistik dengan SPSS15* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 1.

⁷¹ Farida Fitriani Ismail & Dedi Sudarmadi, “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi serta Pengendalian Internal pada Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada”, *JASA*, 3 (April, 2019), 6.

Tabel 3.2

Deskripsi Jawaban Responden

Variabel	N	Terendah	Rata-rata	Tertinggi
Kualitas Pelayanan (X1)	53	4	4	5
Transaction Fee (X2)	53	3	5	5
Loyalitas Nasabah (Y)	53	3	5	5

Sumber: Data diolah, 2021.

2. Uji Validitas serta Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pada dasarnya, uji validitas yakni menjumlah koefisien korelasi antara skor sebuah soal ataupun indikator yang diuji dalam nilai jumlah dalam variabelnya⁷². Kalau $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka disebut valid.

1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	X1.1	0,754	0,228	Valid
2	X1.2	0,754	0,228	Valid
3	X1.3	0,699	0,228	Valid
4	X1.4	0,778	0,228	Valid
5	X1.5	0,742	0,228	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Sesuai tabel 3.3 tersebut bisa diketahui bahwasanya semua opsi pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan (X1) dikatakan valid sebab mempunyai nilai $r \text{ hitung}$ lebih besar dari $r \text{ tabel}$.

⁷²Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), 58.

2) Variabel *Transaction Fee* (X2)

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel *Transaction Fee* (X2)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	X2.1	0,721	0,228	Valid
2	X2.2	0,549	0,228	Valid
3	X2.3	0,713	0,228	Valid
4	X2.4	0,735	0,228	Valid
5	X2.5	0,759	0,228	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Sesuai tabel 3.4 tersebut bisa diketahui bahwasanya semua opsi pertanyaan dalam variabel *transaction fee* (X2) dikatakan valid sebab mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3) Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	Y1	0,808	0,228	Valid
2	Y2	0,655	0,228	Valid
3	Y3	0,736	0,228	Valid
4	Y4	0,680	0,228	Valid
5	Y5	0,535	0,228	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Sesuai tabel 3.5 tersebut bisa disaksikan bahwasanya seluruh item pertanyaan dalam variabel loyalitas nasabah (Y) dikatakan valid sebab mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilaksanakan unamengukur konsistensi serta stabilitas dari skor (skala pengukuran). Karakter yang dipakai guna

menyaksikan tingkatan reliabilitas yakni banyaknya nilai *cronbach's alpha*. Instrumen penelitian dikatakan mahir jika jumlah pengujian menunjukkan alpha lebih besar dari 0,6.⁷³

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,792	0,60	Reliabel
2	<i>Transaction Fee</i> (X2)	0,776	0,60	Reliabel
3	Loyalitas Nasabah (Y)	0,771	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021.

Berdasarkan tabel 3.6 tersebut dapat diketahui bahwasanya semua jumlah Cronbach's Alpha dikatakan reliabel sebab memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,60.

C. Analisis serta Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

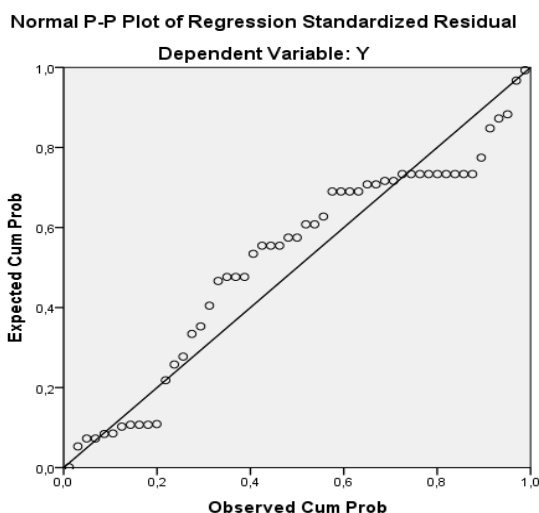
a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas tersebut memiliki tujuan guna mengetahui distribusi data pada variabel yang hendak dipakai dalam kepenelitian. Data yang baik serta layak dipakai pada kepenelitian yakni data yang memiliki distribusi normal.⁷⁴

⁷³ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 298.

⁷⁴ Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 52.

Gambar 3.1
Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Dalam gambar 3.1 disaksikan bahwasanya titik-titik menluas tidak jauh dari garis diagonal. Maka bisa dinyatakan bahwasanya data itu berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dibutuhkan guna menyaksikan terdapat engganya variabel independent mempunyai kesamaan antara variabel independent pada sebuah model. Kesamaan antar variabel independent hendak menimbulkan korelasi begitu kuat. Kalau VIF dihasilkan antara 1-10 maka enggan terjadi multikolinieritas.⁷⁵

⁷⁵ *Ibid*, 185.

Gambar 3.2
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,965	3,017		1,314	,195		
	X1	-,030	,088	-,030	-,337	,738	1,000	1,000
	X2	,842	,097	,776	8,708	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021.

Sesuai gambar 3.2 bisa disaksikan bahwasanya jumlah tolerance (X1) serta (X2) yakni 1,00 lebih besar dari 0,10. sementara nilai VIF (X1) serta (X2) yakni 1,00 lebih kecil dari 10,00. Maka semua variabel independent bebas dari multikolinieritas.

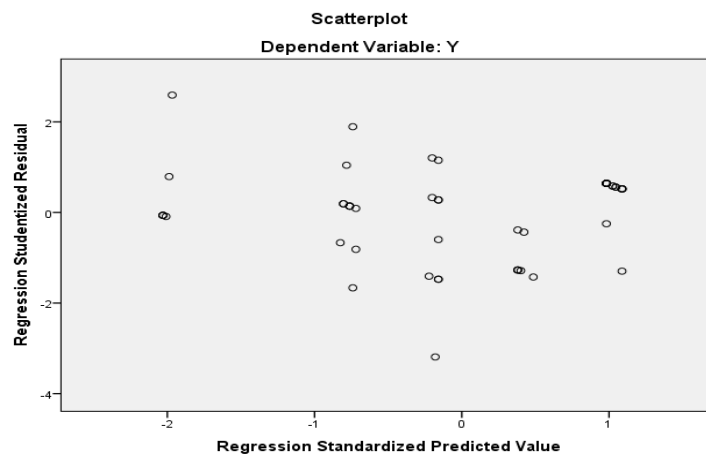
c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas melakukan uji adanya perbedaan variance residual sebuah fase penelitian ke periode penelitian lainnya tahap prediksi terdapatnya heteroskedastisitas dalam sebuah model bisa disaksikan pada pola gambar scatterplot, regresi enggan terjadi heteroskedastisitas kalau:

- 1) Titik data menyebar diatas serta dibawah ataupun disekeliling angka 0.
- 2) Titik data enggan berkumpul saja diatas ataupun dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data enggan dapat membuat pola gelombang lebar selanjutnya mengecil serta meluas lagi.

4) Penyebaran titik-titik data enggan memiliki pola.⁷⁶

Gambar 3.3
Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan gambar 3.3 dapat disaksikan bahwasanya titik-titik melebar dibawah serta diatas angka nol, titik-titik enggan membuat pola yang baik serta titik-titik enggan berkumpul hanya diatas ataupun dibawah saja. Maka bisa dikatakan bahwasanya enggan terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁷⁶ *Ibid*, 186-187.

Gambar 3.4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,965	3,017		1,314	,195		
	X1	-,030	,088	-,030	-,337	,738	1,000	1,000
	X2	,842	,097	,776	8,708	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021.

Sesuai gambar 3.4 perhitungan dengan SPSS versi 22, maka dapat disimpulkan persamaan regresinya yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,965 - 0,030X_1 + 0,842X_2$$

Maka persamaanya:

- 1) Konstanta memiliki nilai 3,965 (positif) yang menyatakan kalau variabel kualitas pelayanan (X1) serta *transaction fee* (X2) tetap, maka nilai loyalitas nasabah (Y) hendak semakin bertambah ataupun meningkat senilai 3,965.
- 2) Kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai -0,030 (negatif) yang menyatakan kalau variabel kualitas pelayanan (X1) turun satu satuan maka variabel loyalitas nasabah (Y) hendak menurun senilai 0,030.
- 3) *Transaction fee* (X2) memiliki nilai 0,842 (positif) yang menyatakan jika variabel *transaction fee* (X2) naik satu satuan maka variabel loyalitas nasabah (Y) hendak bertambah senilai 0,842.

a. Uji F (uji simultan)

Tabel 3.7

Hasil Uji F (uji simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	101,587	2	50,794	37,939	,000 ^b
Residual	66,941	50	1,339		
Total	168,528	52			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021.

Berdasarkan tabel 3.7 didapat nilai F hitung yakni 37,939 sedangkan nilai F tabel yakni 3,183 maka bisa dipaparkan bahwasanya nilai F hitung $37,939 > F$ tabel 3,183 akhirnya bisa dipaparkan bahwasanya H_0 ditolak serta H_a diterima. Variabel kualitas pelayanan (X1) serta *transaction fee* (X2) mempunyai pengaruh dalam variabel loyalitas nasabah (Y) dengan kebersamaan mempunyai pengaruh dengan simultan.

b. Uji T (uji parsial)

Tabel 3.8

Hasil Uji T (uji parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,965	3,017		1,314	,195
X1	-,030	,088	-,030	-,337	,738
X2	,842	,097	,776	8,708	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021.

Sesuai tabel 3.8 diperoleh nilai t hitung kualitas pelayanan (X1) senilai -0,337 serta *transaction fee* (X2) senilai 8,708 sedangkan, nilai t tabel yakni 1,676 maka bisa dijelaskan bahwasanya nilai t hitung kualitas pelayanan (X1) $-0,337 < t$ tabel 1,676 sehingga bisa diuraikan bahwasanya tidak adapengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) pada variabel loyalitas nasabah (Y) sedangkan, *transaction fee* (X2) 8,708 akhirnya bisa disimpulkan bahwasanya memiliki pengaruh antara variabel *transaction fee* (X2) pada variabel loyalitas nasabah (Y).

c. Uji R^2 (koefisien determinasi)

Tabel 3.9

Hasil Uji R^2 (koefisien determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,603	,587	1,157

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021.

Dapat dilihat dari tabel 3.9 tersebut bahwasanya besarnya *Adjust R Square* yakni 0,587 ataupun 58,7%. Keadaan tersebut mempunyai makna besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah senilai 58,7%. Maka sisanya ($100\% - 58,7\% = 41,3\%$), dengan hasil 41,3% dipengaruhi oleh variabel lainya diluar kepenelitian tersebut.

D. Pembahasan

Sesuai hasil penelitian yang sudah dilaksanakan di BRILink desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo yaitu:

1. Pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo

Berdasarkan hasil uji t , variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai nilai t hitung senilai $-0,337$ pada tingkatan signifikansi $0,738$. Sebab t hitung $-0,337 < t$ tabel $1,676$ pada tingkatan signifikansi $0,738 > 0,05$ maka H_0 diterima serta H_a ditolak. Bisa dirangkum bahwasanya kualitas pelayanan enggan memiliki pengaruh pada loyalitas nasabah.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan enggan memiliki pengaruh dalam upaya pembentukan loyalitas nasabah untuk terus bertransaksi pada agen BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo. Menurut fenomena penelitian yang telah dilakukan 75% nasabah tidak terlalu menghiraukan pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo, meski pelayanan yang diberikan sudah diupayakan dengan sangat baik oleh agen BRILink dan agen BRILink di Desa Tlogosari telah melayani nasabahnya dengan sepenuh hati, serta hal itu, tidak penting bagi nasabah.

Dapat diketahui dari penelitian yang dilakukan serta fenomena yang terjadi, bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai arah negatif serta tidak signifikan pada loyalitas nasabah diperlihatkan pada hasil uji t ,

yangmana t hitung $-0,337 < t$ tabel $1,676$ serta tingkatan signifikan $0,738 > 0,05$ maka pada penelitian ini H_a ditolak yang memiliki arti hasil kepenelitian tersebut enggan selaras pada harapan telah disusun peneliti. Karena menurut fenomena yang terjadi saat peneliti melakukan penelitian nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo hampir keseluruhan merasakan cukup pada pelayanan yang diberikan pemilik agen BRILink tetapi, yang menjadikan hasil penelitian tersebut memiliki arah negaif serta enggan signifikan ialah nasabah yang tak mementingkan kualitas pelayanan. Jadi, agen BRILink tidak perlu meningkatkan ataupun mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah tersebut.

2. Pengaruh *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabipaten Situbondo

Sesuai hasil uji t , variabel *transaction fee* (X_2) mempunyai nilai t hitung senilai $8,708$ pada tingkatan signifikansi $0,000$. Sebab t hitung $8,708 > t$ tabel $1,676$ pada tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima. Bisa disimpulkan bahwasanya *transaction fee* memiliki pengaruh baik serta signifikan pada loyalitas nasabah.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwasanya *transaction fee* berpengaruh pada upaya pembentukan loyalitas nasabah untuk terus bertransaksi pada agen BRILink desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo. Menurut fenomena penelitian yang telah dilakukan agen BRILink perlu menurunkan biaya yang telah ditetapkan agar,

nasabah selalu merasa senang untuk kembali bertransaksi. Karena sebagian besar nasabah lebih menyukai biaya transaksi yang lebih rendah.

Dapat diketahui dari penelitian yang dilaksanakan serta fenomena yang terjadi, bahwasanya *transaction fee* memiliki arah yang baik serta signifikan pada loyalitas nasabah yang dibuktikan pada hasil uji t, dimana t hitung $8,708 > t$ tabel $1,676$ serta tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ maka pada penelitian ini H_a diterima yang memiliki arti hasil kepenelitian tersebut selaras pada harapan yang sudah disusun peneliti. Karena menurut fenomena yang terjadi saat peneliti melakukan penelitian nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo sebagian besar mementingkan biaya transaksi yang murah. Jadi, agen BRILink perlu meningkatkan biaya transaksi yang murah agar loyalitas nasabah semakin meningkat.

3. Pengaruh kualitas pelayanan serta *transaction fee* pada loyalitas nasabah BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo.

Sesuai hasil uji f, memiliki nilai f hitung senilai $37,939$ dengan nilai f tabel senilai $3,183$ yang artinya, nilai f hitung $37,939 > f$ tabel $3,183$. Akhirnya bisa diuraikan bahwasanya H_0 ditolak serta H_a diterima. Variabel kualitas pelayanan (X1) serta *transaction fee* (X2) mempunyai pengaruh dalam variabel loyalitas nasabah (Y) dengan bersama mempunyai pengaruh dengan simultan.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwasanya loyalitas nasabah serta *transaction fee* dengan bersama mempunyai pengaruh pada loyalitas nasabah agen BRILink desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo. Menurut fenomena penelitian yang telah dilakukan agen BRILink perlu memerhatikan nasabah yang mementingkan kualitas pelayanan untuk dilayani sebaik mungkin. Begitupun dengan nasabah yang mementingkan *transaction fee* untuk diberikan biaya transaksi yang sama, konsisten serta murah, agar nasabah tetap loyal pada agen BRILink Desa Tlogosari.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

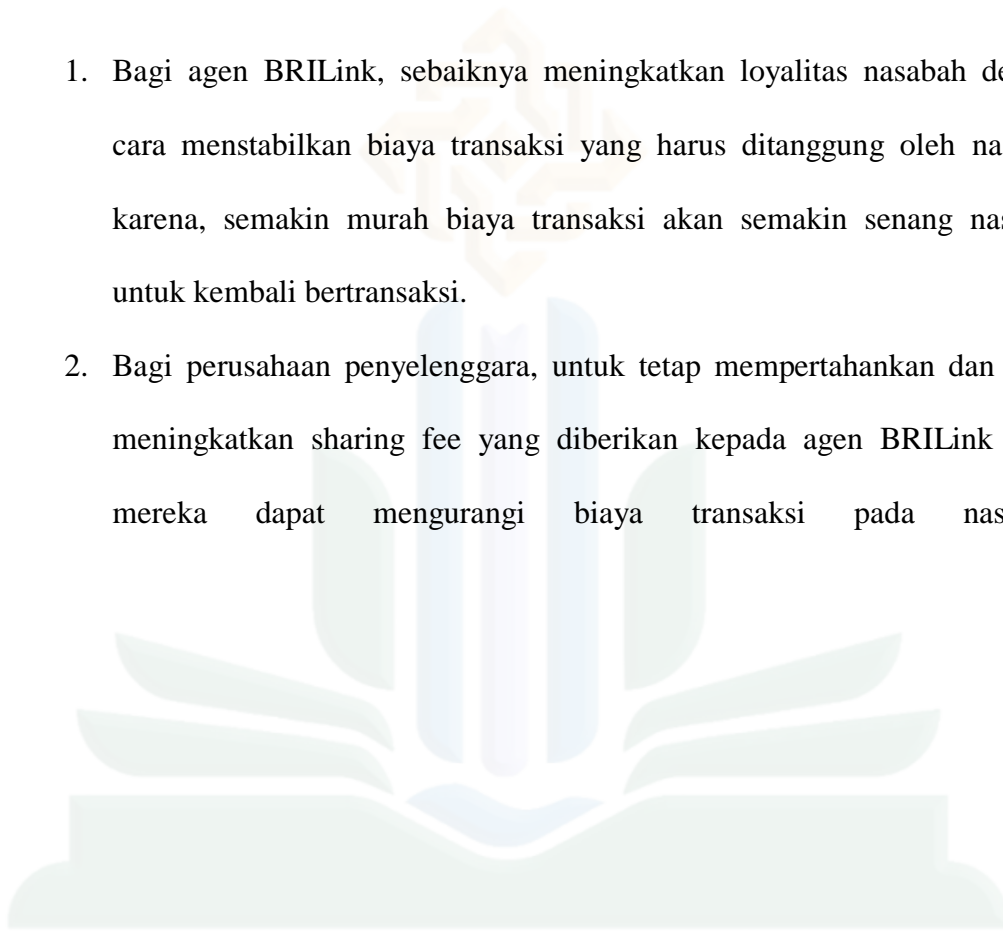
Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *transaction fee* terhadap loyalitas nasabah BRILink (studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dilihat dari nilai signifikansi $0,738 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Variabel *transaction fee* (X2) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dilihat dari nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Variabel kualitas pelayanan (X1) dan *transaction fee* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Tlogosari kecamatan Sumbermalang kabupaten Situbondo dilihat dari nilai f hitung $37,939 > f$ tabel $3,183$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Bagi agen BRILink, sebaiknya meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara menstabilkan biaya transaksi yang harus ditanggung oleh nasabah karena, semakin murah biaya transaksi akan semakin senang nasabah untuk kembali bertransaksi.
2. Bagi perusahaan penyelenggara, untuk tetap mempertahankan dan perlu meningkatkan sharing fee yang diberikan kepada agen BRILink agar, mereka dapat mengurangi biaya transaksi pada nasabah.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yuzril Aprizal. 2019. *Proyeksi Perbankan di Era Disrupsi*. Jakarta Timur: Pusat Kaji Univesitas Negeri Jakarta.
- Mulyasari Dela. 2019. *Skripsi Mekanisme Transaksi BRILink (studi di desa Sidokerto Kecamatan Bumi Ratu Nuban Lampung Tengah)*. Metro: IAIN Metro.
- Priyono Agus. 2019. *Skripsi Efektivitas Agen BRILink dalam Peningkatan Pelayanan di BRI Panca Rijang Kab. Sidrap (analisis ekonomi islam)*. Parepare: IAIN Parepare.
- Melanda Yora. 2019. *Skripsi Pengaruh Kedekatan Emosional dan Atmosphere Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi di Kecamatan Bermanilirn Kabupaten Kepahiang)*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.
- Tim Penyusun IAIN. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Mundir. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.

- Cristmastiando Wulanata Adhitya Imanuel. 2017. "Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia". *Ekonomi dan Bisnis*. 1: 133-144.
- Dwimahendrawan Andrias. 2013. *Tesis Biaya Transaksi Pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik di Kabupaten Bangkalan*. Jember: Universitas Negeri Jember.
- Rifa'i Khamdan. 2019. *Membangun Loyalitas Nasabah*. Jember.
- Saparso Wahyoedi Soegeng. 2019. *Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Febriana Indah Nina. 2016. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung". *An-Nisbah*. 3: 146-168.
- Amalia Nur St.2019. *Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Jasa BRILink di Pondok Zhafira Kota Palopo*. Palopo: IAIN Palopo.
- Agza Yunita, Darmanto. 2017. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah dan Biaya Transaksi Terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah". *Iqtishadia*. 10: 225-245.
- Trisusanti Yelli. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)". *Jom Fisip*. 4: 1-16.

Fauzan. 2019. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: Blindung.

Mursalina Desi. 2017. *Skripsi Pengaruh Pelayanan, Produk Tabungan, dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Produktif Investasi IB Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah.

Hidayat Rachmad. 2009. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah bank Mandiri". *Manajemen dan Kewirausahaan*. 11: 59-72.

Zacharias Tehubijuluw, Wenno, Laurens Samson. 2019. *Metode Penelitian Sosial Teori dan Aplikasi*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Bungin Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Sumanto. 2020. *Teori & Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Riyanto Slamet, Hatmawan Andhita Aglis. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Simanjuntak Antonius Bungaran, Sosrodihardjo Soedjito. 2014. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bina Media Perintis Medan.

Prihatmoko Catur. 2021. Wawancara

Wahyudi Ari Yoyok. 2021. Wawancara

Nela Ases. 2019. *Skripsi Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BRILink di Desa Palak Bengkerung Kecamatan Seginim Kabupaten Bengkulu)*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.

Siyoto Sandu, Sodik Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sujarweni Wiratna. 2019. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Evani Khoirunnisa. 2017. *Skripsi Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan (Trust), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Surakarta*. Bengkulu: IAIN Salatiga.

Deliarnov. 2006. *Ekonomi Politik*. Jakarta: Erlangga.

Herlina Vivi. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Haryati Suci. 2021. *Statistika Dasar Untuk Penelitian Jilid 1 Dengan Aplikasi SPSS*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Inaliya Sholehatin
Nim : E20171032
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Transaction Fee* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo)” bukan merupakan hasil plagiat dan benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Situbondo, 7 Desember 2021



Inaliya Sholehatin
E20171032

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Transaction Fee</i> Terhadap Loyalitas nasabah (Studi di desa Tlogosari Kecamatan sumbermalang Kabupaten Situbondo)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Transaction Fee</i> Terhadap loyalitas Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan (X1) 2. <i>Transaction Fee</i> (X2) 3. Loyalitas Nasabah (Y) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenampakan (tangibles), Keandalan (reliability), Ketanggapan (responstveness), Keyakinan (assurance), Empati (emphaty). 2. Biaya transfer, Biaya tarik tunai, Biaya setor pinjaman, Biaya bayar cicilan, dll. 3. Transaksi secara berulang, Rekomendasi, Menunjukkan kekebalan pada daya tarik pesaing, Menceritakan hal positif, Kesiediaan menerima biaya yang tinggi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. informan: <ol style="list-style-type: none"> a. Pemilik agen BRILink Bapak Yoyok Ari Wahyudi. b. Pemilik agen BRILink Bapak Catur Prihatmoko. c. Nasabah 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian Kuantitatif 2. Jenis Penelitian <i>Field Research</i> 3. Lokasi Penelitian Agen BRILink Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo. 4. Subyek : Nasabah BRILink 5. Teknik Pengumpulan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Kuesioner b. Observasi c. Wawancara d. Dokumentasi 6. Teknik Analisis Data 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo? 2. Bagaimana pengaruh <i>transaction fee</i> pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo? 3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan serta <i>transaction fee</i> pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos: 68136
Website : www.http://febi.iain-jember.ac.id e-mail : febi.iainjbr@gmail.com

Nomor : B- 4⁴/In.20/7.a/PP.00.9/06/2021 28 Juni 2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pemilik Agen BRILink
Desa Tlogosari, Kecamatan Sumbermalang, Kabupaten Situbondo.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Inaliya Sholehatin
NIM : E20171032
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Transaction Fee* Terhadap Loyalitas Nasabah BRILink (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Abdul Rokhim

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Catur Prihatmoko

Jabatan : Salah satu Pemilik agen BRILink Desa Tlogosari

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Inaliya Sholehatin

NIM : E20171032

Prodi : Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian pada agen BRILink di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Transaction Fee* Terhadap Loyalitas Nasabah BRILink (Studi di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo).”

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

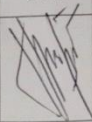
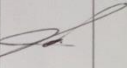
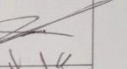



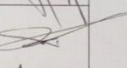


Situbondo, 17 November 2021

Pemilik Agen BRILink



Catur Prihatmoko

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Kegiatan Penelitian	TTD
1	26 Oktober 2020	Observasi awal pada agen BRILink milik Bapak Yoyok di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo.	
2	10 November 2020	Observasi awal pada agen BRILink milik Bapak Catur di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo.	
3	3 Juli 2021	Wawancara dengan Bapak Catur selaku pemilik agen BRILink.	
4	3 Juli 2021	Wawancara dengan Bapak Yoyok selaku pemilik agen BRILink.	
5	6 Juli 2021	Melakukan penelitian dengan menyebarkan angket pada nasabah.	
6	8 Juli 2021	Wawancara dengan Bapak Yoyok selaku pemilik agen BRILink.	
7	8 Juli 2021	Wawancara dengan Bapak Catur selaku pemilik agen BRILink.	
8	17 Juli 2021	Melakukan penelitian lanjutan penyebaran angket pada nasabah.	
9	29 Juli 2021	Melakukan penelitian lanjutan penyebaran angket pada nasabah.	

KUISIONER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Pendidikan : SD SMP SMA D1/D2/D3
S1/S2/S3

PETUNJUK PENGISIAN

Untuk pernyataan di bawah ini, berikan tanda centang (v) pada kolom jawaban (STS/TS/KS/S/SS) yang sesuai dengan pilihan saudara.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan ramah.					
2.	Memberikan perhatian dengan setulus hati serta kesungguhan dalam melayani semua kebutuhan nasabah.					
3.	Memberikan informasi yang jelas dan mudah di pahami oleh nasabah.					
4.	Memberikan					

	pelayanan yang teliti agar dapat mengurangi kesalahan.					
5.	Bersikap sopan dan menghargai semua nasabahnya.					

2. Transaction Fee (X₂)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Memberikan biaya transaksi yang wajar.					
2.	Memberikan biaya transaksi yang sama-sama menguntungkan antara agen dan nasabah.					
3.	Memberikan biaya transaksi yang pas untuk setiap nominal transaksi.					
4.	Memberikan biaya transaksi dengan konsisten.					
5.	Memberikan biaya transaksi dengan adil untuk setiap nasabahnya.					

3. Loyalitas Nasabah (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Bersedia melakukan transaksi kembali dan bertransaksi terus menerus.					
2.	Anda merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain.					
3.	Anda tidak tertarik dengan agen lain dan terus menggunakan jasa agen ini.					
4.	Anda memberitahukan kepada orang lain jika mendapat kenyamanan					

	bertransaksi di agen ini.					
5.	Anda menggunakan lebih dari satu produk/jasa yang disediakan oleh agen ini.					



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DOKUMENTASI











BIODATA

Nama : Inaliya Sholehatin
 Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 02 Agustus 1999
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : KP. Krajan Ds. Baderan RT 09 RW 02 Kec.
 Sumbermalang Kab. Situbondo
 Agama : Islam
 No HP : 082338488158
 Alamat E-mail : inaliyanay0220@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 1 Baderan (2005-2011)
 SMP/MTS : MTS Sabda Ria Nada (2011-2014)
 SMA/SMK : MAN Karanganyar Paiton (2014-2017)
 Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Sdidiq
 Jember (2017- 2021)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER