

**ANALISIS PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI AGEN BSI *LINK* TERHADAP MINAT TRANSAKSI
MASYARAKAT DESA LANDUH KECAMATAN RANTAU**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

RIZKI RAMADHAN

NIM 4032019081



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

2024

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul :

**Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Agen BSI *Link*
Terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau**

Oleh :

Rizki Ramadhan

Nim : 4032019081

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Manajemen Keuangan Syariah

Langsa, 23 Januari 2024

Pembimbing 1



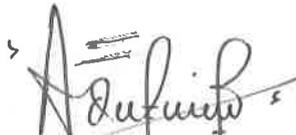
Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP.19880407 201903 2 010

Pembimbing II



Agustinar, M.E.I
NIDN.2025088903

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah**



Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP.19880407 201903 2 010

LEMBAR PENGESAHAN

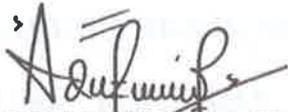
Skripsi berjudul "Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Agen BSI *Link* terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau" an. Rizki Ramadhan, NIM 4032019081, Program Studi Manajemen Keuangan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program Studi Manajemen Keuangan Syariah.

Langsa, 7 Februari 2024

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Manajemen Keuangan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Ade Fadillah FW Postos, MA
NIP.19880407 201903 2 010

Penguji II



Agustinar, M.E.I
NIDN.2025088903

Penguji III



Rifyal Dahlawy Chalil, M.Sc
NIP.19870913 201903 1 005

Penguji IV



Munadiati, M.Sh
NIP.19880517 202012 2 011

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Amin, S, TH., M.A
NIDN 2005028202

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizki Ramadhan
Nim : 4032019081
Tempat/Tanggal Lahir : Bukit Tempurung, 2 Januari 2000
Jurusan/Prodi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Dusun Rajawali, Desa Landuh, Kec. Rantau, Kab.
Aceh Tamiang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI AGEN BSI LINK TERHADAP MINAT TRANSAKSI MASYARAKAT DESA LANDUH KECAMATAN RANTAU**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 23 Januari 2024

Yang membuat pernyataan




Rizki Ramadhan

Nim. 4032019081

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Anfaal : 46)

“barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.”

(Q.S Al-Zalzalah : 7)

“Kuliah adalah masa mengembangkan diri, setelah itu baru datang masa berkontribusi.”

(Anies Rasyid Baswedan, Ph.D)

Skripsi ini saya persembahkan :

Pertama untuk kedua orang tua sebagai sumber inspirasi dalam hidup saya, yang selalu mendukung dari segi moril dan material.

Kedua untuk saudara serta teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta doa-doanya untuk saya.

Terima kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah system Transliterasi Arab-Latin. Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Keterangan	No	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	Alif	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ	T (dengan titik dibawah)
2	ب	B	-	17	ظ	Z̤	Z (dengan titik dibawah)
3	ت	T	-	18	ع	'	Koma terbalik (diatas)
4	ث	Ṡ	Es (dengan ririk diatas)	19	غ	G	-
5	ج	J	-	20	ف	F	-
6	ح	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)	21	ق	Q	-
7	خ	Kh	-	22	ك	K	-
8	د	D	-	23	ل	L	-
9	ذ	Z̤	Z (dengan titik diatas)	24	م	M	-
10	ر	R	-	25	ن	N	-
11	ز	Z	-	26	و	W	-
12	س	S	-	27	ه	H	-
13	ش	Sy	-	28	ء	'	Apostrof
14	ص	Ṣ	S (dengan titik dibawah)	29	ي	Y	-
15	ض	Ḍ	D (dengan titik dibawah)				

2. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf
َـي	Fathah dan ya	Ai
َـو	Fathah dan waw	Au

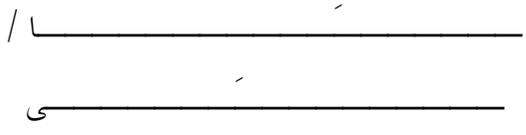
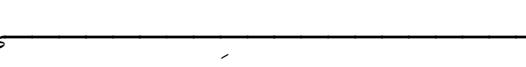
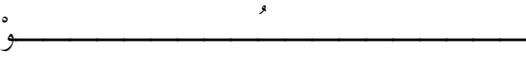
Contoh :

Kaifa = كَيْفَ

Haula = هَوَّلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda
	Fathah dan alif	Ā
	Kasrah dan ya	Ī
	Dhammah dan wau	Ū

Contoh :

Qāla = قَالَ

Qīla = قِيلَ

Ramā = رَمَى

Yaqūlu = يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau yang menadapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

- b. Ta marbutah (ة) mati

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

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍatul al-Aṭfal/rauḍhatul aṭfal = رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Al-Madīnah al-Munawwarah/al-madīnatul-munawwarah = الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ṭalḥah = طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid dalam transliterasi ini dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana = رَبَّنَا

Nazzala = نَزَّلَ

Al-Birr = الْبِرُّ

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Agen BSI *Link* terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode angket dengan skala *likert*. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa (uji t, uji F dan R^2). Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau dengan nilai $(X_1) t_{hitung} 2,224 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$, artinya semakin baik letak lokasi maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau dengan nilai $(X_1) t_{hitung} 3,899 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau dengan nilai $(X_1) t_{hitung} 2,734 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$, artinya semakin baik promosi yang dilakukan maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian Determinasi (R^2) sebesar 0,264 atau 26,4%. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni lokasi, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 26,4% terhadap variabel terikat yaitu minat transaksi.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Minat Transaksi.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of location, service quality and promotion of BSI Link agents on the transaction interest of the people of Landuh Village, Rantau District. This research is quantitative research. The number of samples used was 97 respondents. Data was collected using a questionnaire method with a Likert scale. The data analysis method uses multiple linear regression, classical assumption tests, and hypothesis tests (t test, F test and R²). The results of the t test research show that the location variable has a positive and significant effect on the transaction interest of the people of Landuh Village, Rantau District with a value of (X_1) t_count of 2.224 > 1.661 with a significance value of 0.029 < 0.05, meaning that the better the location, the higher the impact. also regarding the transaction interest of the people of Landuh Village, Rantau District. The service quality variable has a positive and significant effect on the transaction interest of the people of Landuh Village, Rantau District with a value (X_1) t_count of 3.899 > 1.661 with a significance value of 0.000 < 0.05, meaning that the better the quality of service provided, the higher the impact on interest. transactions of the people of Landuh Village, Rantau District. The promotion variable has a positive and significant effect on the transaction interest of the people of Landuh Village, Rantau District with a value (X_1) t_count of 2.734 > 1.661 with a significance value of 0.007 < 0.05, meaning that the better the promotion carried out, the higher the impact will be on the community's transaction interest. Landuh Village, Rantau District. The conclusion of this research is based on the results of the Determination test (R²) of 0.264 or 26.4%. This means that all independent variables, namely location, service quality and promotion, have a joint contribution of 26.4% to the dependent variable, namely transaction interest.

Keyword : Location, Service Quality, Promotion and Transaction Interest

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Shalawat dan salam saya sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW sebagai teladan dan juga panutan yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa. Adapun judul skripsi saya adalah “**Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Agen BSI Link Terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau**”.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Terima kasih dan penghormatan yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, S.TH, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Ibu Ade Fadillah FW Pospos, MA., selaku ketua prodi Manajemen Keuangan Syariah dan dosen pembimbing I dalam penyusunan skripsi penelitian yang telah memberikan motivasi serta kritikan dan saran yang membangun.
4. Ibu Agustinar, M.E.I., selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu, ilmu, bimbingan, motivasi, serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam penyusunan skripsi ini hingga akhir.

5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa yang telah membimbing dan mengajarkan tentang ilmu-ilmu ekonomi.
6. Kedua orang tua, Bapak Martono dan Ibu Yanti Karim yang telah memeberikan cinta, dukungan, motivasi serta doa kepada penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Nauval selaku Agen BSI Link Desa Landuh Kecamatan Rantau, yang telah membantu peneliti dalam kegiatan penelitian.
8. Kepada seluruh teman-teman Manajemen Keuangan Syariah khususnya Unit III angkatan 2019. Yang telah memberikan motivasi dan semangat, serta dukungan tanpa henti sehingga secara langsung membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran mengenai penelitian ini yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi banyak pihak serta secara umum bagi pemberdayaan dan meningkatkan Pendidikan berkualitas untuk generasi masa depan. Aamiin.

Langsa, Februari 2024

Penulis

Rizki Ramadhan

NIM. 4032019081

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Penelitian	8
1.4 Perumusan Masalah	9
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.6 Penjelasan Istilah	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Landasan Teoritis Penelitian	14
2.1.1. Minat Transaksi	14
2.1.1.1 Pengertian Minat Transaksi	14
2.1.1.2 Lingkup Minat Transaksi.....	15
2.1.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Transaksi.....	16
2.1.1.4 Indikator Minat Transaksi	17
2.1.2 Minat Transaksi Dalam Perspektif Manajemen Keuangan Syariah	19
2.1.3 Lokasi.....	21
2.1.3.1 Pengertian Lokasi	21
2.1.3.2 Tujuan Strategi Lokasi.....	23
2.1.3.3 Manfaat Strategi Lokasi.....	24
2.1.3.4 Indikator Lokasi.....	26
2.1.4 Pelayanan	27
2.1.4.1 Kualitas Pelayanan	27
2.1.4.2 Karakteristik Pelayanan	28

2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.5 Promosi.....	31
2.1.5.1 Pengertian Promosi	31
2.1.5.2 Tujuan Promosi	32
2.1.5.3 Manfaat Promosi	33
2.1.5.4 Indikator Promosi.....	33
2.1.6 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Transaksi	34
2.1.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Transaksi	35
2.1.8 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Transaksi.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN 43

3.1 Pendekatan Penelitian.....	43
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
3.3 Sumber Data Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	46
3.6 Definisi Operasional Variabel	48
3.6.1 Identifikasi Variabel	48
3.6.2 Definisi Operasional Variabel	48
3.7 Teknik Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN 54

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.3 Hasil Uji Analisis Data	57
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	57
4.3.2 Uji Validitas.....	62
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	64
4.3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.3.4.1 Uji Normalitas	66
4.3.4.2 Uji Multikolinearitas.....	67
4.3.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	68
4.3.5 Hasil Analisis Linear Berganda.....	68
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.3.6.1 Uji Determinasi (R^2).....	70
4.3.6.2 Uji T (Parsial).....	71
4.3.6.3 Uji F (Simultan)	73
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian.....	74
4.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Transaksi	74
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Transaksi	75
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Transaksi.....	76

4.4.4 Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Transaksi.....	77
4.4.4.1 Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Dalam Perspektif Islam.....	78
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
DAFTAR LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Instrumen Skala <i>Likert</i>	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Lokasi	57
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Minat Transaksi	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	68
Tabel 4.12 Hasil Analisis Linier Berganda.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Gambaran Objek Penelitian	55
Gambar 4.2 <i>P-Plot</i>	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Karena bank melancarkan pertukaran barang dan jasa, simpan pinjam, investasi serta memberikan informasi dan pengetahuan lainnya. Namun seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi saat ini menyebabkan proses pembayaran mengalami perubahan dalam melakukan transaksi perbankan.¹ Dengan demikian, tingkat persaingan antar bank pun semakin kompetitif untuk dapat menghasilkan produk dan layanan yang canggih dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.²

Persaingan antar bank dapat dilihat dari bagaimana bank tersebut mengkomunikasikan produk dan layanannya untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan itu sendiri. Siapa yang paling mampu mengerti dan dapat menyediakan produk dan layanan jasa perbankan yang sesuai dengan keinginan masyarakat dan lebih baik mutunya, akan dipilih oleh masyarakat.³ Karena bagi perbankan, tantangan yang dipandang penting dan menjadi kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan masyarakat.

¹ Fahrial, "Peranan Bank dalam Pembangunan Ekonomi Nasional". *Ensiklopedia of Journal* Vol. 1, No. 1, Edisi 2 Oktober 2018, h. 182.

² Gustian Anita, "Analisis Implementasi Pengembangan Agen BRILink dalam Mendukung Perekonomian Masyarakat", (Skripsi), Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup, Curup, 2019), h. 4.

³ Nindya Linggar Amita, Dimas Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Produk Brilink (Studi pada Masyarakat di Kota Kediri)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis* Vol. 4, No. 1, 2015, h. 2.

Kepercayaan merupakan manfaat utama yang ditawarkan kepada masyarakat. Karena sebagai lembaga keuangan tempat masyarakat mempercayakan pertukaran barang dan jasa, simpan pinjam, investasi maupun lainnya. Oleh sebab itu, bank harus mampu untuk memberikan produk dan kualitas layanan yang bermutu bagi masyarakat dengan menciptakan inovasi baru yang salah satunya dengan menghadirkan transaksi yang sering dilakukan oleh masyarakat dengan menggunakan teknologi dan sistem perbankan. Seperti halnya layanan *electronic transaction (e-banking)* melalui ATM, *phone banking* dan *internet banking* yang merupakan bentuk-bentuk dari pelayanan bank yang mengubah pelayanan transaksi manual menjadi pelayanan transaksi yang berdasarkan teknologi.⁴

Perluasan fasilitas transaksi keuangan perbankan seperti halnya mesin ATM pun belum tersedia di beberapa wilayah pedesaan di Indonesia. Dengan dasar biaya yang dinilai mahal untuk mendirikan sebuah kantor cabang maupun peletakkan mesin ATM di pedesaan.⁵ Maka hal ini dapat dipercaya sebagai sebab dari pelayanan perbankan bagi para masyarakat Indonesia belum dapat dinikmati secara merata.

Dalam hal transaksi digital, Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatat minat masyarakat terhadap penggunaan *BSI Mobile* yang terus meningkat. Saat ini, jumlah pengguna *BSI Mobile* telah mencapai 5,39 juta per kuartal II 2023, tumbuh 32,53 persen secara tahunan. Pada periode yang sama, *BSI Mobile* mencatat 170,70 juta transaksi, tumbuh 45,01 persen dan volume transaksi menembus RP 220,56

⁴ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), h. 3, 7 dan 193-195.

⁵ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2015) h. 304.

triliun, tumbuh 46,30 persen. Bank Syariah Indonesia (BSI) sendiri terus meningkatkan pelayanan perbankan kepada nasabah melalui layanan operasional akhir pekan (*weekend banking*). Total ada 342 cabang di seluruh Indonesia yang secara bergiliran buka pada akhir pekan di sepanjang bulan Oktober 2023.⁶

Program ini untuk memberikan kemudahan layanan jasa perbankan kepada nasabahnya, termasuk memfasilitasi nasabah segmen pebisnis maupun pedagang dalam bertransaksi setor tunai pada akhir pekan. Cabang-cabang yang memberikan layanan di akhir pekan sebagian besar adalah cabang yang terletak di tempat strategis dan lokasinya dekat dengan pusat perdagangan.

BSI *Link* merupakan perluasan layanan BSI dalam menjalin kerjasama dengan nasabah BSI sebagai agen yang dapat melayani tiga transaksi perbankan bagi masyarakat secara *real time online* menggunakan perangkat BSI dengan konsep *sharing fee*. Kehadiran BSI *Link* ini dikhususkan untuk masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif. Dalam rangka Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ditahun 2015 meluncurkan program yang bernama Laku Pandai, yaitu layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif.⁷

Peraturan dalam rangka Keuangan Inklusif (LakuPandai), menimbang bahwa diperlukan ketersediaan akses layanan keuangan bagi masyarakat yang belum mengenal, menggunakan, dan mendapat layanan perbankan serta layanan keuangan lainnya. Melalui program yang disebut Laku Pandai tersebut, bank tidak

⁶ Sumber www.bankbsi.co.id, diakses pada tanggal 21 Oktober 2023, pada pukul 10.00

⁷ Herman Ahmadi, "Analisis Penerapan BRILink di Bank BRI Kota Madiun sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion", (Universitas PGRI Madiun, 2018), Jurnal Akuntansi, Vol. 1, No. 2, h. 215.

perlu lagi hadir dimasyarakat lewat kantor cabang, tapi bisa menunjuk agen layanan bank yang telah lolos persyaratan.⁸ Namun perlu diingat bahwa Agen BSI *Link Laku Pandai* bukanlah karyawan bank yang bersangkutan.

Agen BSI *Link* merupakan layanan agen Laku Pandai milik BSI. Dengan mengandeng pihak ketiga dalam hal ini nasabah BSI sebagai agen, agen BSI *link* memberikan berbagai layanan perbankan bagi masyarakat, baik nasabah BSI maupun non-nasabah BSI melalui pemanfaatan teknologi digital. Tujuan utama dari agen BSI *Link* adalah untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif (*unbanked atau unbankable*). Melalui agen BSI *Link*, nasabah BSI maupun masyarakat umum lainnya bisa mendapatkan pelayanan yang sama seperti halnya di kantor BSI. Masyarakat dapat melakukan setoran tabungan, penarikan secara tunai serta melakukan transaksi pembayaran melalui agen. Dilihat dari sisi konsumen, beberapa masyarakat memandang sebagai produk yang memiliki kemudahan dan sangat menolong dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka. Namun, faktanya banyak masyarakat yang belum memahami terhadap kemampuan BSI *Link* dalam menggantikan fungsi bank konvensional. Terlebih bagi mereka yang tempat tinggalnya jauh dari lokasi bank tersebut.⁹

Dengan demikian, hal ini dapat menjadi salah satu solusi bagi masyarakat Indonesia yang membutuhkan pelayanan perbankan yang dapat dijangkau dengan

⁸ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK/03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif

⁹ Jeane Elisabeth Lelengboto, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Agen Brilink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung", Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 5, no. 4, 2017, h. 459-460.

akses yang mudah dari tempat tinggal, yang mana pelayanan transaksi dapat disamakan dengan menu yang tersedia pada mesin ATM yang antara lain dapat digunakan untuk tarik tunai, setoran tunai, pembayaran, transfer dan sebagainya. Terlebih lagi pelayanan dapat dilakukan sewaktu-waktu tanpa terbatas hari kerja seperti pada kantor cabang atau unit kerja.

Bagi bank program ini merupakan suatu perluasan jaringan agar perusahaan semakin dekat dengan nasabah dan dapat melayani nasabah dimanapun dan kapanpun. Bagi Agen BSI *link* sendiri, tentunya akan mendapat beragam manfaat yang dapat dinikmati. Sebagai salah satu mitra dari bank, Agen BSI *Link* dapat meningkatkan citra usaha mereka sekaligus meningkatkan pendapatan lain diluar dari pendapatan yang sumber utamanya berasal dari usahanya, yaitu pendapatan yang diperoleh dari transaksi melalui BSI *Link*.

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Agustus 2023 – Oktober 2023 menyimpulkan bahwa masih kurang optimalnya Letak Lokasi, Kualitas Pelayanan Serta Promosi terhadap minat transaksi masyarakat di Desa Landuh. Dengan demikian, pihak agen BSI *Link* Desa Landuh harus dapat memberikan keyakinan kepada nasabah ataupun calon nasabah agar melakukan kegiatan transaksi dengan cara evaluasi diri dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta promosi.¹⁰

Selanjutnya wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada agen BSI *Link* Desa Landuh, bahwa pendapatan (*fee*) yang didapat dalam melakukan

¹⁰ Observasi terhadap Agen BSI Link Desa Landuh pada bulan Agustus 2023 – Oktober 2023.

kegiatan transaksi yaitu Rp50.000 – Rp120.00 per hari.¹¹ Ini menunjukkan bahwa Agen BSI *Link* Desa Landuh masih kalah saing dengan Agen BSI *Link* Benua Raja yang letaknya berdekatan dengan Agen BSI *Link* Desa Landuh, dimana pendapatan (*fee*) Agen BSI *Link* Benua Raja dalam melakukan transaksi mencapai Rp150.000 – Rp200.000 per hari.¹²

Terdapat 2 orang nasabah yang menjadi responden penelitian memberikan keterangan terkait Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi yang diberikan oleh agen BSI *Link*, menyatakan bahwa:

“Letak Lokasi agen BSI *Link* Desa Landuh sudah cukup strategis, dimana terletak di jalan raya yang sering dilewati oleh orang banyak, tetapi terdapat Agen BSI *Link* Benua Raja tidak jauh dari tempat Agen BSI *Link* Desa Landuh. Karena Agen BSI *Link* Benua Raja di daerah tersebut sudah lama menjalankan usahanya, sehingga membuat masyarakat lebih memilih melakukan transaksi di Agen BSI *Link* Benua Raja yang jaraknya tidak jauh dari Agen BSI *Link* Desa Landuh. Kemudian kurangnya kegiatan promosi membuat Agen BSI *Link* Desa Landuh seperti kalah saing dengan agen BSI *Link* Benua Raja.”¹³

Kemudian responden lainnya mengatakan bahwa:

“Saya sedikit kecewa dengan kualitas pelayanan dari Agen BSI *Link* Desa Landuh, karena sering terjadinya error pada jaringan saat melakukan transaksi, sehingga membuat nasabah lainnya yang mengantri sedikit menunggu lebih lama.”¹⁴

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dina Fitriana pada tahun 2020,¹⁵ menyebutkan bahwa faktor Lokasi BRI Syariah KC Kediri berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Dengan kesimpulan semakin

¹¹ Wawancara dengan Agen BSI *Link* Desa Landuh, Bapak M. Nauval pada 10 Oktober 2023 pada pukul 14.00.

¹² Wawancara dengan Agen BSI *Link* Benua Raja, Ibu Cika pada 10 Oktober 2023 pada pukul 15.00.

¹³ Wawancara dengan Rian Yoanda (responden) di Agen BSI *Link* Desa Landuh pada 29 September 2023 pada pukul 09.50

¹⁴ Wawancara dengan M. Agung (responden) di Agen BSI *Link* Desa Landuh pada 29 September 2023 pada pukul 10.00

¹⁵ Dina Fitriana, “*Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Pada BRI Syariah KC Kediri*” Skripsi yang diterbitkan, (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)

strategis lokasi yang dipilih untuk dijadikan kantor suatu bank, maka minat menabung akan semakin meningkat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Yuha Komala pada tahun 2022,¹⁶ menyebutkan bahwa respon masyarakat terhadap layanan BRI *Link* yang ada di Desa Selat masyarakat merasakan manfaat dengan adanya layanan BRI *Link* karena proses transaksi yang mudah dan praktis, di hari libur pun dapat melakukan transaksi di agen BRI *Link*. Namun masih ada beberapa kekurangan atau kendala seperti sering terjadi gangguan, biaya administrasi yang masih belum terjangkau terutama transfer antar bank, dimana biaya administrasi transaksi Rp2.000.000 yaitu sebesar Rp15.000, sedangkan transaksi > Rp 2.000.000 yaitu sebesar Rp20.000.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mia Febrianti pada tahun 2022,¹⁷ dengan menggunakan data primer dan sekunder, menyatakan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Agen BRI *Link* yang ada di Kecamatan Kaur Selatan cukup baik. Masyarakat Kecamatan Kaur Selatan sudah banyak yang tertarik menggunakan layanan BRI *Link*, dan layanan yang diberikan pun sudah sesuai dengan prinsip perbankan syariah.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi

¹⁶ Yuha Komala, “Analisis Persepsi dan Respon Masyarakat Terhadap Layanan BRILink di Desa Selat Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat” Skripsi yang diterbitkan, (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2022)

¹⁷ Mia Febrianti, “Strategi Pemasaran BRILink Dalam Upaya Menarik Minat Masyarakat di Kecamatan Kaur Selatan Pasca Merger BRI Syariah ke BSI”, Skripsi yang diterbitkan, (Bengkulu: Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno, 2022)

Agen BSI *Link* Terhadap Minat Tranaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah terkait dengan penelitian ini:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap usaha transaksi BSI *Link* Desa Landuh.
2. Letak lokasi Agen BSI *Link* Desa Landuh yang strategis tidak mempengaruhi kesuksesan dari bisnis yang dijalankan.
3. Kurangnya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Agen BSI *Link* Desa Landuh.
4. Kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh Agen BSI *Link* Desa Landuh.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. Jadi batasan masalah adalah menegaskan atau memperjelas apa yang menjadi masalah. Batasan masalah pada penelitian ini adalah: Analisis Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Promosi Agen BSI *Link* Terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Dalam penelitian ini peneliti membatasi responden yaitu nasabah Agen BSI *Link* Desa Landuh Kecamatan Rantau yang sudah berusia 17 tahun ke atas.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Lokasi Agen BSI *Link* terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Agen BSI *Link* terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau?
3. Bagaimana pengaruh Promosi Agen BSI *Link* terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau?
4. Bagaimana pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Agen BSI *Link* terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dilihat tujuan dan kegunaan penelitian ini:

1. Tujuan Penelitian

Berangkat dari perumusan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu:

- a) Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Agen BSI *Link* terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.
- b) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Agen BSI *Link* terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.
- c) Untuk mengetahui pengaruh Promosi Agen BSI *Link* terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

- d) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Agen BSI *Link* terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai macam kegunaan bagi banyak pihak diantaranya:

a) Bagi Peneliti

Untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Jurusan Manajemen Keuangan Syariah untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada IAIN Langsa, diharapkan melalui penulisan ini penulis dapat menerapkan teori-teori yang pernah didapat selama kuliah, sekaligus mendapatkan pengetahuan dan informasi untuk bekal berkarya di masyarakat.

b) Bagi Masyarakat

Memberikan penjelasan atau gambaran tentang manfaat atau dampak baik dari keberadaan usaha Agen BSI *Link* yang dijalankan di Desa Landuh Kecamatan Rantau dan memberikan solusi dalam memudahkan kegiatan dalam transaksi.

c) Bagi Lembaga

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu, khususnya Ilmu Ekonomi Islam sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Penjelasan Istilah

Guna menghindari kekeliruan dalam memahami makna dari judul yang dimaksudkan, maka berikut ini diterangkan makna dari kata-kata kunci dalam judul ini:

1. Lokasi adalah Posisi tempat, benda, peristiwa atau gejala di permukaan bumi.¹⁸
Lokasi sendiri merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang
2. Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengadilan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁹
Kualitas Pelayanan merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan produk maupun jasa yang sesuai dengan harapan konsumen
3. Promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan, misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha.²⁰
Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebabkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
4. Agen BSI *Link* adalah layanan agen laku pandai milik bank BSI. Dengan mengandeng pihak ketiga dalam hal ini nasabah BSI sebagai agen, agen BSI

¹⁸ Yunan Heri, *Geografi Sosial*, (Semarang, 2020), h. 27.

¹⁹ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Ed. 1, Cet. 1, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 57.

²⁰ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014) h. 58.

Link memberikan berbagai layanan perbankan bagi masyarakat, baik nasabah BSI maupun non-nasabah BSI melalui pemanfaatan teknologi digital.

5. Minat Transaksi adalah kecenderungan seseorang untuk membeli produk.²¹ Minat Transaksi merupakan niat yang muncul dalam diri seseorang sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum proses pembelian berlangsung.
6. Masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya.²²

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang dipaparkan dalam penulisan proposal ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penjelasan Istilah serta Sistematika Penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini memuat uraian tentang Landasan Teoritis Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.

²¹ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Gramedia Pusaka), h. 45.

²² Suriyaman Masruri Pide. *Hukum adat dahulu, kini dan akan datang* (Jakarta: Kencana, 2014), h. 19.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini memuat secara rinci Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data Penelitian, Populasi dan Sampel, Instrumen Pengumpulan Data, Definisi Operasional Variabel serta Teknik Analisis Data.

Bab 4 Hasil Penelitian

Bab ini memuat secara rinci Gambaran Umum Objek Penelitian, Deskripsi Data Penelitian, Hasil Uji Analisis Data dan Interpretasi Hasil Penelitian.

Bab 5 Penutup

Bab ini memuat secara rinci Kesimpulan dan Saran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kecamatan Rantau merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh Tamiang yang mempunyai luas wilayah sebesar 51,71 Km. kecamatan Rantau lahir dan berdiri sejak tanggal 13 Juni 2000 bertepatan dengan 10 rabiul Awal 1421 H. pada tahun 2020 terdapat 38.245 orang jumlah penduduk di Kecamatan Rantau. Salah satu desa atau kelurahan yang ada di Kecamatan Rantau adalah Desa Landuh. Pada tahun 2023, terdapat 3.174 orang yang tinggal di Desa Landuh.⁹⁰

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) memperluas pangsa pasar di Aceh dengan meresmikan keberadaan 4.700 laku pandai bernama agen BSI *Link* atau BSI *Smart*. Agen-agen ini merupakan peralihan agen dari BRI *Link* yang sebelumnya telah beroperasi di Aceh. BSI *Link* dapat diakses melalui berbagai perangkat melalui *smartphone*, *PC* atau laptop dan mesin *EDC*. Agen melayani fitur yang beragam antara lain pembukaan rekening, setoran tunai, tarik tunai, pembayaran maupun pembelian serta turut mendukung program pemerintah dalam penyaluran bantuan sosial.⁹¹

Salah satu Agen BSI *Link* yang ada di Aceh yaitu Agen BSI *Link* Desa Landuh. BSI *Link* Desa Landuh berdiri pada tanggal 5 Juni 2023 dan yang menjadi

⁹⁰ Sumber dari rantau.acehtamiangkab.go.id

⁹¹ Ekonomi Republika, 4.700 Agen BSI Smart Siap Layani Masyarakat Aceh, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/r1au0c368/4700-agen-bsi-smart-siap-layani-masyarakat-aceh> Diakses pada tanggal 27 Desember 2023, pukul 11.20 WIB

pemilik usaha tersebut atas nama M. Nauval yang berumur 33 tahun dan menjadi agen yang dipercaya oleh Bank Syariah Indonesia untuk mengelola usaha *BSI Link* di lokasi Desa Landuh Kecamatan Rantau.

Gambar 4.1



Sejak berdirinya *BSI Link*, banyak nasabah yang mulai tertarik dan ingin menggunakan jasa perbankan tersebut. *BSI Link* memberikan kecepatan dan kemudahan bagi nasabah dibandingkan dengan kantor bank yang harus melakukan antrian yang lama, sehingga banyak nasabah lebih menyukai *BSI Link*.⁹²

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada masyarakat Desa Landuh sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap nasabah dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi usaha *BSI Link* Desa Landuh dalam menyusun strategi Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi sesuai dengan karakteristik

⁹² Hasil wawancara dengan agen *BSI Link* Desa Landuh, M.Nauval, 2023

nasabah dimasa yang akan datang. Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada nasabah dapat dilihat karakteristik responden pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	60	62%
Perempuan	37	38%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuesioner adalah Laki-laki dan perempuan yang berjumlah 97 orang responden atau sebesar 100%.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Nasabah Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
17-30	37	36%
31-40	25	27%
41-50	25	27%
51-60	10	10%

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17-30 tahun sebanyak 37 orang (36%), responden berusia 31-40 tahun sebanyak 25 orang (27%), responden berusia 41-50 tahun 25 orang (27%) dan responden yang berusia 51-60 sebanyak 10 orang (10%).

Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah pada Agen BSI *Link* Desa Landuh lebih didominasi oleh nasabah yang berusia 17-30 tahun.

4.3 Hasil Uji Analisis Data

4.3.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan 8 item pertanyaan untuk variabel Lokasi, 5 pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan, 3 pertanyaan untuk variabel Promosi dan 5 pertanyaan untuk variabel Minat Transaksi.

Dalam mengukur persepsi nasabah mengenai hasil tanggapan terhadap setiap variabel dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Deskriptif Variabel Lokasi (X1)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Akses (X1.1)	11	61	24	1	0	97
Visibilitas (X1.2)	13	50	29	5	0	97
Lalu lintas (X1.3)	0	33	45	19	0	97
Tempat parkir yang luas (X1.4)	0	18	47	32	0	97
Ekspansi (X1.5)	0	11	47	39	0	97
Lingkungan (X1.6)	10	31	29	24	3	97
Persaingan (X1.7)	43	45	5	4	0	97

Peraturan Pemerintah (X1.8)	0	0	31	49	17	97
--------------------------------	---	---	----	----	----	----

Berdasarkan hasil deskriptif pada variabel Lokasi di atas terdapat 97 responden yang memberikan pernyataan bahwa item X1.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 responden, yang menjawab setuju sebanyak 61 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 24 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X1.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 responden, yang menjawab setuju sebanyak 50 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 29 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X1.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 33 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 45 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X1.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 18 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 47 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 32 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X1.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 11 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 47 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 39 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X1.6 yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 responden, yang menjawab setuju sebanyak 31 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 29 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 24 responden dan sangat tidak setuju 3 responden.

Untuk item X1.7 yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 responden, yang menjawab setuju sebanyak 45 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 5 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 responden dan sangat tidak setuju 0 responden dan untuk item X1.8 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 31 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 49 responden dan sangat tidak setuju 17 responden.

Tabel 4.4
Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Bukti Langsung/ <i>Tangible</i> (X2.1)	6	59	32	1	0	97
Keandalan/ <i>Reliability</i> (X2.2)	7	67	23	0	0	97
Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> (X2.3)	9	53	33	2	0	97
Jaminan/ <i>Assurance</i> (X2.4)	14	33	42	8	0	97
Empati/ <i>Empathy</i> (X2.5)	10	33	37	17	0	97

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada variabel Kualitas Pelayanan di atas terdapat 97 responden yang memberikan pernyataan bahwa item X2.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 responden, yang menjawab setuju sebanyak 59 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 31 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item

X2.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 responden, yang menjawab setuju sebanyak 67 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 23 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X2.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 responden, yang menjawab setuju sebanyak 53 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 33 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X2.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 responden, yang menjawab setuju sebanyak 33 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 42 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 responden dan sangat tidak setuju 0 responden dan untuk item X2.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 responden, yang menjawab setuju sebanyak 33 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 37 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 17 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

Tabel 4.5
Deskriptif Variabel Promosi (X3)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Periklanan (X3.1)	0	6	57	34	0	97
Promosi Penjualan (X3.2)	0	3	51	40	4	97
Hubungan Masyarakat (X3.3)	0	10	30	52	5	97

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada variabel Promosi di atas terdapat 97 responden yang memberikan pernyataan bahwa item X3.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 6 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 57 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 34 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item X3.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 3 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 51 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 40 responden dan sangat tidak setuju 4 responden dan untuk item X3.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 10 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 30 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 52 responden dan sangat tidak setuju 5 responden.

Tabel 4.6
Deskriptif Variabel Minat Transaksi (Y)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Tertarik untuk mencari informasi tentang produk (Y.1)	4	56	36	1	0	97
Mempertimbangkan untuk membeli (Y.2)	5	59	32	1	0	97
Tertarik untuk mencoba (Y.3)	3	53	40	2	0	97
Ingin mengetahui produk (Y.4)	0	19	58	20	0	97
Ingin memiliki produk (Y.5)	0	17	46	33	1	97

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada variabel Minat Transaksi di atas terdapat 97 responden yang memberikan pernyataan bahwa item Y.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 responden, yang menjawab setuju sebanyak 56 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 36 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item Y.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 responden, yang menjawab setuju sebanyak 59 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 32 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item Y.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 3 responden, yang menjawab setuju sebanyak 52 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 40 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju 0 responden. Untuk item Y.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 19 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 58 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 20 responden dan sangat tidak setuju 0 responden dan untuk item Y.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 17 responden, yang menjawab kurang setuju sebanyak 46 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 33 responden dan sangat tidak setuju 1 responden.

4.3.2 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Pengujian menggunakan 2 sisi

dengan taraf signifikan 005 jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.⁹³

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

No	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		rhitung	rtabel		
Lokasi (X_1)					
1	X1.1	0,508	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
2	X1.2	0,551	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
3	X1.3	0,663	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
4	X1.4	0,671	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
5	X1.5	0,515	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
6	X1.6	0,349	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
7	X1.7	0,235	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
8	X1.8	0,442	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
No	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		rhitung	rtabel		
Kualitas Pelayanan (X_2)					
1	X2.1	0,399	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
2	X2.2	0,390	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
3	X2.3	0,551	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
4	X2.4	0,677	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
5	X2.5	0,624	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
No	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		rhitung	rtabel		
Promosi (X_3)					
1	X3.1	0,745	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
2	X3.2	0,851	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
3	X3.3	0,811	0,1975	0,000 < 0,05	Valid

⁹³ Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, h.75.

No	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		rhitung	rtabel		
Minat Transaksi (Y)					
1	Y1	0,688	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
2	Y2.	0,745	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
3	Y3	0,688	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
4	Y4	0,759	0,1975	0,000 < 0,05	Valid
5	Y5	0,823	0,1975	0,000 < 0,05	Valid

Dari hasil perhitungan koefisien relasi seluruhnya mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,1975$). Dengan probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05, hasil perhitungan probabilitas seluruhnya yaitu probabilitas yang dihitung < probabilitas yang ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada instrument dapat dinyatakan valid atau layak digunakan sebagai alat untuk mengukur penelitian. Artinya semua pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan variabel pengaruh antara Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Transaksi masyarakat Desa Landuh.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program SPSS. Uji reliabilitas memiliki kriteria berikut : 1) apabila hasil koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel; dan 2) apabila hasil koefisien *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6

maka kuesioner tersebut tidak reliabel.⁹⁴ Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi (X_1)	0,606 > 0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,766 > 0,60	Reliabel
Promosi (X_3)	0,717 > 0,60	Reliabel
Minat Transaksi (Y)	0,795 > 0,60	Reliabel

Dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa seluruh koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pernyataan mengenai pengaruh antara Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Transaksi masyarakat Desa Landuh merupakan jawaban yang reliabel atau handal.

⁹⁴ *Ibid*, h.77

4.3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.4.1 Uji Normalitas

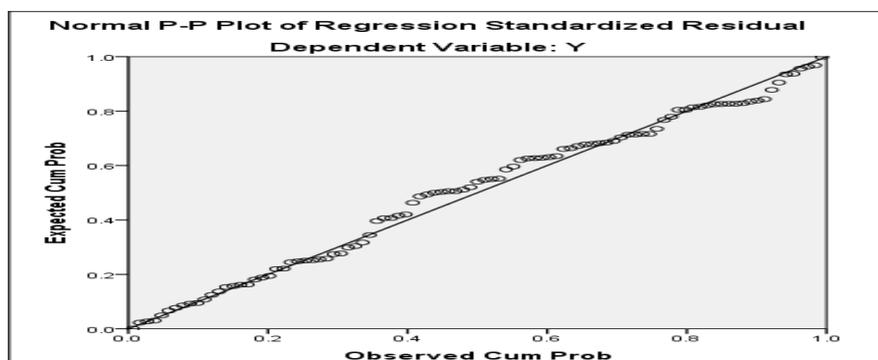
Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a, b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00021071
Most Extreme Differences		
	Absolute	.074
	Positive	.070
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel 4.9 di atas pada tabel *Kolmogrov Smirnov* diperoleh nilai sig 0,200 \geq 0,05 yang artinya H_0 diterima.⁹⁵ Artinya data tersebut terdistribusi normal.

Uji normalitas pada grafik Normal P-Plot dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Gambar 4.2



⁹⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169.

Berdasarkan gambar 4.2 pada grafik P-Plot di atas dapat disimpulkan bahwa apabila titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

4.3.4.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi	.964	1.038
	Kualitas Pelayanan	.986	1.014
	Promosi	.957	1.044

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.⁹⁶ Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel lokasi yaitu 0,964 > 0,1, variabel kualitas pelayanan yaitu 0,986 > 0,1 dan variabel promosi yaitu 0,957 > 0,1 Sementara itu nilai VIF variabel lokasi yaitu 1,038 < 10, variabel kualitas pelayanan yaitu 1,014 < 10 dan variabel promosi yaitu 1,044 < 10. Dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel tidak mengandung multikolinearitas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

⁹⁶ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*, h. 78.

4.3.4.3 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.007	1.641		-.004	.997		
	Lokasi	.028	.043	.069	.647	.519	.939	1.065
	Kualitas Pelayanan	.056	.073	.080	.767	.445	.980	1.020
	Promosi	-.017	.083	-.022	-.204	.839	.926	1.080

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$.⁹⁷ Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel lokasi yaitu $0,519 > 0,05$, variabel kualitas pelayanan yaitu $0,445 > 0,05$ dan variabel promosi yaitu $0,839 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

4.3.5 Hasil Analisis Linier Berganda

Tabel 4.12
Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.529	2.663		.950	.345
	Lokasi	.147	.075	.177	1.956	.053
	Kualitas Pelayanan	.447	.121	.336	3.707	.000
	Promosi	.379	.134	.257	2.826	.006

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

⁹⁷ Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, h.80.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,902 + 0,147 + 0,447 + 0,379$$

dimana :

- a. Konstanta sebesar 5,902 = Variabel independen yaitu lokasi, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat transaksi. Nilai konstanta lokasi, kualitas pelayanan dan promosi sebesar 5,902 menunjukkan bahwa lokasi, kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan akan berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.
- b. Koefisien lokasi sebesar 0,147, artinya berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan, dimana nilai signifikan $0,053 > 0,05$, yang berarti setiap peningkatan variabel lokasi sebesar 1% maka minat transaksi meningkat 14,7%.
- c. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,447, artinya berpengaruh secara positif dan signifikan, dimana nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1% maka minat transaksi meningkat 44,7%.
- d. Koefisien promosi sebesar 0,379 artinya berpengaruh secara positif dan signifikan, dimana nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, yang berarti setiap peningkatan variabel promosi sebesar 1% maka minat transaksi meningkat 37,9%.
- e. Nilai standar error sebesar 2,663 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 2,663 yang tidak diteliti.

Hasil regresi linier berganda diatas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni lokasi, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni minat transaksi. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel kualitas pelayanan sebesar 44,7%.

4.3.6 Hasil Uji Hipotesis

4.3.6.1 Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.13
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	.264	.240	2.020
a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi				

Berdasarkan hasil analisis yang mempengaruhi minat transaksi pada tabel menunjukkan nilai koefiseisen determinasi (R^2) sebesar 0,264. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni lokasi, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 26,4% terhadap variabel terikat (Y) yaitu minat transaksi sedangkan sisanya sebesar 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.⁹⁸

⁹⁸ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, h. 87.

4.3.6.2 Uji T (parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel: 1) apabila t hitung > t tabel atau t statistik < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat; dan 2) apabila t hitung < t tabel atau t statistik > 0,05, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.⁹⁹ Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji T (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.707	2.764		.618	.538
	Lokasi	.176	.079	.200	2.224	.029
	Kualitas Pelayanan	.467	.120	.350	3.899	.000
	Promosi	.366	.134	.248	2.734	.007

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

- a. Pengaruh lokasi terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

⁹⁹ Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, h.86.

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel lokasi t_{hitung} sebesar $2,224 > 1,661$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel kualitas pelayanan t_{hitung} sebesar $3,899 > 1,661$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

- c. Pengaruh promosi terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel promosi t_{hitung} sebesar $2,734 > 1,661$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

4.3.6.3 Uji F (simultan)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yaitu lokasi, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel dependen atau minat transaksi.¹⁰⁰

Tabel 4.15
Hasil Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131.584	3	43.861	10.625	.000 ^b
	Residual	383.900	93	4.128		
	Total	515.485	96			

a. Dependent Variable: Minat Transaksi
b. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.13 di atas pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) lokasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau dapat dilihat dari hasil Uji F pada tabel. Nilai $F_{hitung} = 10,625 > F_{tabel} 2,69$ dengan nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

¹⁰⁰ *Ibid*, h.89.

4.4 Interpretasi Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Transaksi

Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum serta lingkungan usaha yang berdekatan dengan perkantoran sekolah rumah makan dan lain sebagainya.¹⁰¹ Lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat strategi bisnis sebuah usaha. Pada saat pemilik usaha telah memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh perbandingan nilai (X_1) t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $2,224 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,029. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig $< 0,05$ ($0,029 < 0,05$) maka lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

Adanya hubungan yang signifikan antara lokasi dan minat transaksi didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dina Fitriana pada tahun 2020, yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat transaksi. Karena

¹⁰¹ Ratih Hurriyati, 2015, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, h.91.

lokasi akan mempengaruhi minat transaksi, maka faktor lokasi atau letak usaha Agen BSI *Link* Desa Landuh yang baik dan strategis akan meningkatkan minat transaksi masyarakat. Artinya semakin baik lokasi suatu usaha maka minat transaksi masyarakat akan semakin besar.

4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Transaksi

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengadilan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelanggan menerima pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkannya, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal.¹⁰² Kualitas pelayanan merupakan tingkat baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh seorang individu atau sebuah perusahaan dalam melayani konsumen pada saat menawarkan barang atau jasa yang akan mereka jual. Indikator dalam kualitas pelayanan ini adalah bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh perbandingan nilai (X_2) t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $3,899 > 1,661$ dengan nilai signifikasi sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

¹⁰² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h.20.

Adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan minat transaksi didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Nur Amalia pada tahun 2019, Yugi Setyarko pada tahun 2016 dan Lisa Darma Putri pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi.

4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Transaksi

Promosi adalah upaya untuk menjual, mempengaruhi dan membujuk pelanggan atau calon pelanggan, serta melayani dan memuaskan kebutuhan-kebutuhan manusia sesuai dengan perubahan dan perkembangan yang terjadi. Promosi merupakan kunci untuk mencapai tujuan usaha, terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.¹⁰³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh perbandingan nilai (X_3) t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $2,734 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,007. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig < 0,05 ($0,007 < 0,05$) maka promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

Adanya hubungan yang signifikan antara promosi dan minat transaksi didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mia Febrianti pada

¹⁰³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, h.44.

tahun 2022, yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi.

4.4.4 Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Transaksi Masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau

Lokasi merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi, erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Tempat-tempat pelayanan publik yang terletak pada lokasi inti atau sentral akan lebih bermanfaat dan memiliki nilai guna yang tinggi dalam memfasilitasi kepentingan penduduk. Dengan mempertimbangkan akses jalan yang cepat dan mudah, dekat dengan pasar atau kota, transportasi mudah serta bebas banjir adalah salah satu contoh mengapa faktor lokasi penting.

Pelayanan adalah semua bentuk aktifitas perusahaan yang tidak berwujud yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain (konsumen). Kualitas pelayanan yang baik diberikan kepada konsumen ini merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa konsumen, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli antara kedua belah pihak. Umumnya tujuan dari adanya kualitas pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan tersebut dapat meningkatkan minat beli atau transaksi dari para konsumen itu sendiri atas pelayanan yang diberikan sehingga perusahaan akan memperoleh laba atau keuntungan.

Tujuan dari promosi penjualan sangat beraneka ragam. Melalui promosi penjualan, setiap usaha dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi

pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya), atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat antara konsumen dan pelaku usaha. Promosi adalah arus informasi atau persuatif satu arah yang di buat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran semua jenis kegiatan yang mendorong permintaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan lokasi, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $10,625 > F_{tabel} 2,69$ dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau $F < 0,05$.

Hasil pengujian Determinasi (R^2) pada penelitian ini sebesar 0,264 atau 26,4%. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni lokasi, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 26,4% terhadap variabel terikat yaitu minat transaksi.

4.4.4.1 Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Dalam Perspektif Islam

Pemilihan lokasi usaha dalam Islam merupakan suatu ikhtiar yang berarti proses merencanakan dan menentukan hal yang baik perihal lokasi usaha yang dalam Islam dikenal dengan bahasa *almakanu* yang berarti tempat.¹⁰⁴ Terkait proses pemilihan lokasi sudah tercantum dalam sabda

¹⁰⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h.88.

Rasulullah SAW sebagai berikut: *“jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatannya itu baik maka ambillah, dan jika perbuatannya itu buruk maka tinggallah.”* (H.R. Ibnu Mubarak). Hubungan hadist tersebut dengan konsep pemilihan lokasi adalah bahwa pilihan lokasi yang baik, karena lokasi yang baik akan berdampak positif pada lokasi bisnisnya. Begitupun sebaliknya, jangan memilih lokasi yang jelek karena akan berdampak negatif terhadap operasional usaha bisnis.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur’an, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, adapun dalil yang *syara’* terdapat dalam Al-Qur’an Surat Ali-Imran ayat 159 yang artinya: *“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”* (Q.S. Ali-Imran ayat 159). Menurut Ibn Katsir di dalam tafsirnya Al-Quran Al-Azhim, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh nabi Muhammad SAW

itu tiada lain disebabkan karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka.¹⁰⁵

Konsep promosi dalam Islam mencoba memberikan petunjuk atas kelemahan promosi yang diajarkan oleh kontemporer, diantaranya adalah tidak memberikan janji yang berlebihan serta menjelaskan manfaat produk yang sebenarnya, kejujuran dalam melakukan promosi perlu dilakukan untuk membangun kepercayaan kepada konsumen. Memberikan edukasi serta menunjukkan kebudayaan lingkungan, serta penggunaan bahasa yang sopan, sebagai bentuk penghargaan terhadap perbedaan karakter konsumen dan bentuk sikap yang mencerminkan keadilan.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Abu Amar Fauzi, “*Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia*”. *Journal Of Business and Banking*, Vol.6, No.2 Nov 2016-April 2017, h. 304

¹⁰⁶ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Cet Ke-7, (PT Bumi Aksara. Jakarta, 2014) h. 95

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X_1) t_{hitung} 2,224 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik letak lokasi maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X_1) t_{hitung} 3,899 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X_1) t_{hitung} 2,734 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau.

4. Lokasi, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat Desa Landuh Kecamatan Rantau. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $10,625 > F_{tabel} 2,69$ dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau $F < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Agen BSI *Link* Desa Landuh, penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan lokasi, kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan kepada para calon nasabah;
2. Bagi nasabah Agen BSI *Link* Desa Landuh, penelitian ini diharapkan menjadi sumber atau dasar pertimbangan keputusan yang akan dibuat pada saat melakukan transaksi.
3. Bagi Peneliti lain diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi peneliti lain dan bisa digunakan sebagai rujukan, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat transaksi.