PENGARUH LEGALITAS, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MATA UANG ASING DI PT. BERKAT JASA SEJAHTERA VALAS LANGSA

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MUHAMMAD SIRAJULLAH

NIM. 4022018115

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2025 M / 1446 H

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

PENGARUH LEGALITAS,CITRA MEREK,DAN KUALITAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MATA UANG ASING DI PT BERKAT JASA SEJAHTERA VALAS

(M.SIRAJULLAH)

4022018115

Dapat disetujui sebagai salah satu persyaratan Untuk

memperoleh gelar sarjana ekonomi syari'ah (SE) Pada

program studi ekonomi syari'ah

Langsa ,10 agustus 2024

Pembimbing I

Nanda Safarida,M.E

NIP.19831112 201903 2 005

Pembimbing II

Zikrlatul Ulya,M.Si

NIP.1991 0224 202321 2 042

Mengetahui

A.n. Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

Chahaya Astina,M.Si

NIP.1984 1123 201903 2 007

LEMBAR PENGESAHAN

Skrisi berjudul **"pengaruh legalitas,citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di pt.berkat jasa sejahtera valas langsa"**muhammad sirajullah,nim 4022018115 program studi ekonomi syari'ah telah di munaqasyahkan dalam sidang munaqasyah fakultas ekonomi dan bisnis islam iain langsa pada hari senin tanggal 24 februari 2025.skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (se) pada program studi ekonomi syari'ah.

Langsa,24 Februari 2025
Panitia sidang munaqasyah skripsi
Program studi ekonomi syari'ah iain langsa

Penguji 1

Tajul 'Ula,Se,M.Si
NIP.19931208 202012 1 015

Penguji II

Safwan Kamal,M.E.I
NIP.19900518 202012 1 011

Penguji III

Chahayu Astina,M.Si
NIP 19841123 201903 2 007

Penguji IV

Akmal,M.E.I
NIP.19820623 202321 1 012

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin,MA
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sirajullah

NIM : 4022018115

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas :Ekonomi dan bisnis islam

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

"PENGARUH LEGALITAS,CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTRUSAN MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MATA UANG ASING DI PT.BERKAT JASA SEJAHTERA VALAS LANGSA"

Bahwa Seluruh data, kutipan, serta sumber informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah disebutkan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil penjiplakan atau dibuat oleh orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia bertanggung jawab terhadap orisinalitas skripsi ini.

Langsa,31 Januari 2025

penulis



Muhammad Sirajullah

Nim 4022018115

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikan di bawah 0,05. Legalitas (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,366, citra merek (X2) sebesar 0,401, dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,398, yang semuanya menunjukkan pengaruh positif. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F sebesar 91,916 dan signifikansi 0,000. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 70,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan untuk memperkuat posisi mereka di pasar dan menarik lebih banyak nasabah.

Kata Kunci: Legalitas, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Mata Uang Asing.

ABSTRACT

This study aims to know the influence of legality, brand image, and service quality on the public's decision to purchase foreign currency at PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. The results of the t-test (partial) show that all three independent variables significantly influence the purchasing decision, with significance values below 0.05. Legality (X1) has a regression coefficient of 0.366, brand image (X2) is 0.401, and service quality (X3) is 0.398, all showing a positive effect. The results of the F-test (simultaneous) show that the variables of legality, brand image, and service quality simultaneously have a significant effect on the purchasing decision, with an F value of 91,916 and a significance of 0.000. The coefficient of determination (R^2) test shows that 70,7% of the variation in the purchasing decision can be explained by the three independent variables. The findings of this study indicate that legality, brand image, and service quality are important factors that influence the public's decision to purchase foreign currency at PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Therefore, the company needs to continuously improve legality, brand image, and service quality to strengthen its position in the market and attract more customers.

Keywords: Legality, Brand Image, Service Quality, Foreign Currency Purchase Decision.

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

DAFTAR GAMBAR ..... **vii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 kerangka Teori 8
1.3 Batasan Masalah 9
1.4Rumusan Masalah 10
1.5Tujuan dan Manfaat Penelitian 10
Tujuan Penelitian 10
1.5.2 Manfaat Penelitian 11
1.6 Penjelasan Istilah 12
1.7 Sistematika Pembahasan 14

BAB II LANDASAN TEORI 16

2.1 Keputusan 16
2.1.1 Pengertian Keputusan 16
2.1.2 Indikator-Indikator pada Keputusan 17
2.1.3 Peran dalam Proses Keputusan 18
2.2 Mata Uang Asing 18
2.2.1 Pengertian Mata Uang Asing 18
2.2.2 Pasar Mata Uang Asing 20
2.2.3 Akad Sharf pada Penukaran Mata Uang Asing 22
2.3 Legalitas 24
2.3.1 Pengertian Legalitas 24
2.3.2 Konsep Legalitas Menurut Syariah 25
2.3.3 Indikator-Indikator pada Legalitas 27
2.3.4 Tujuan dari Legalitas 29
2.4 Citra Merek 31
2.4.1 Pengertian Citra Merek 31
2.4.2 Konsep Citra Merek Menurut Syariah 32
2.4.3 Indikator-Indikator pada Citra Merek 33
2.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Citra merek 34
2.4.5 Manfaat Citra Merek 35
2.5 Kualitas Pelayanan 35
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 35
2.5.2 Konsep Kualitas Pelayanan Menurut Syariah 37
2.5.3 Indikator-Indikator pada Kualitas Pelayanan 39

2.5.4 Prinsip-Prinsip pada Kualitas Pelayanan 41
2.5.5 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan ... 42
2.6 Penelitian Terdahulu 44
2.7 Kerangka Teori 47
2.8 Hipotesis 48
BAB III METODE PENELITIAN 50
3.1 Pendekatan Penelitian 50
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 50
3.3 Populasi dan Sampel 50
3.3.1 Populasi 50
3.3.2 Sampel 51
3.4 Sumber Data Penelitian 52
3.5 Instrumen Pengumpulan Data 53
3.5.1 Observasi 53
3.5.2 Kuesioner 54
3.5.3 Dokumentasi 54
3.6 Definisi Operasional 55
3.7 Teknik Analisis Data dan Instrumen Penelitian 56
3.8 Uji Kualitas Data dan Reliebilitas 57
3.8.1 Uji Validitas Data 57
3.8.2 Uji Reliabilitas 57
3.9 Uji Asumsi Klasik 58
3.9.1 Uji Normalitas 58
3.9.2 Uji Multikolinearitas 60
3.9.3 Uji Heteroskedasitas 60
3.9.4 Uji Autokolerasi 61
3.9.5 Uji Linearitas 61
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda 62
3.11 Uji Hipotesis 63
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 63
3.11.1 Uji t 64
3.11.2 Uji F 63
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN 65
4.1 Gambaran Umum Pt. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. 65
4.1.2 Sejarah singkat PT.berkat Jasa Sejahtera valas langsa 65
4.1.3 Visi misi PT.Berkat jasa sejahtera valas 66
4.1.4Karakteristik Responden 67
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usi 67
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 65
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 66

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 67
4.1.5 Hasil Uji Validitas 68
4.1.6 Uji Relibilitas 69
4.1.7 Uji Asumsi Klasik 70
1.Uji Normalitas 70
2.Uji Autokorelasi 73
3.Uji Multikolinearitas 74
4.Uji Heteroskedastisitas 74
Pada analisis ini,scatter plot juga digunakan untuk mengidentifikasi adanya pola atau tren dalam residual (kesalahan) model terhadap variable dependent,scatter plot adalah representasi visual yang menggambarkan hubungan antara residual dan nilai prediksi atau variable independent. 75
4.Uji linearitas 77
4.1.8 Analisis Regresi Linear Berganda 77
4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R2) 80
4.1.10 Hasil Uji t 83
4.1.11 Uji F 81
4.2 Pembahasan 85
4.2.1Pengaruh legalitas terhadap keputusan masyarakat dalam dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa 85
4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Pembelian Mata Uang Asing Di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa 87
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Pembelian Mata Uang Asing Di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa 90
4.2.4 Pengaruh Legalitas, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Pembelian Mata Uang Asing Di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa 92
BAB V PENUTUP 96
5.1 Kesimpulan 96
Dengan melihat hasil penelitian yang telah di bahas,maka dapat kita Tarik kesimpulan sebagai berikut: 96
5.2 Saran 98
DAFTAR PUSTAKA 99

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Tabel penelitian terdahulu..... 44
Table 3. 1 skala likert ……54
Table 3. 3 Definisi Operasional 55
Table 4. 1 Responden Berdasarkan Usi……. 67
Tabe 4. 2 Responden Berdasarkan Usia..... 68
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan pendidikan terakhir..... 65
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan 66
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan 67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas..... 68
Table 4. 7 Hasil uji reliabilitas 69
Tabel 4. 8 Hasil uji Normalitas 72
Tabel 4. 9 Hasil Uji *Durbin Watson*. 73
Table 4. 10Hasil uji multikolinieritas 74
Table 4. 11 Hasil uji glejser untuk heteroskedastisitas 75
Table 4. 12 Hasil uji normalitas p-p plot 76
Table 4. 13 Hasil uji linieritas..... 77
Tabel 4. 14 Hasil uji Persamaan Regresi Linear Berganda..... 78
Table 4. 15 Hasil uji koefisien determinasi (R2) 80
Table 4. 16 Hasil uji T..... 83
Table 4. 17 Hasil uji F..... 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka teoritis……..…..……..48
Gambar 4.1 Histogram…….……...……...71
Gambar 4.2 Uji p-p plot……72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia berupaya membangun lembaga-lembaga keuangan baik secara syariah maupun secara konvensional. Adapun secara syariah dalam operasionalnya berusaha untuk terhindar dari unsur *maghrib* yakni larangan untuk melakukan perjanjian atau akad yang mengandung unsur *maisir* (spekulasi atau judi), *gharar* (tipu muslihat), *riba* (bunga) dan *bathil* (kejahatan).[1]

Hal tersebut dapat bersaing di era globalisasi dan sebagai badan usaha keuangan masyarakat yang menuju syariah. Upaya untuk membangun produktivitas yang bermanfaat bagi kebutuhan masyarakat dengan jasa lembaga keuangan sehingga penerapan prinsip syariah di dunia badan usaha keuangan menjadi semakin berkembang dengan adanya multijasa yang diberikan badan usaha keuangan kepada masyarakat. Multijasa perbankan syariah yaitu merupakan salah satu bentuk jasa yang telah diberikan untuk melakukan transaksi jual beli mata uang asing (valuta asing).[2]

Valuta asing yang biasa disingkat valas adalah mata uang yang dapat dipakai atau mudah diterima oleh banyak negara dalam perdagangan internasional. Uang yang banyak diterima dalam perdagangan internasional adalah dolar. Fungsi uang adalah sebagai alat pembayaran suatu barang.

---

[1] Abdulloh Saeed, *Bank Islam dan Bunga* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2017), h. 37.
[2] Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), h. 49.

Valuta asing sangat penting bagi masyarakat karena mata uang sebagai alat tukar-menukar dan satuan hitung sehingga jasa perbankan akan mengusahakan untuk mengadakan mata uang asing karena ini sangat diperlukan masyarakat di berbagai kota.

Kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi valuta asing baik yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha maupun individu, yaitu untuk tukar menukar, mempertahankan daya beli, pengiriman uang ke luar negeri dan kemudahan dalam berbelanja di luar negeri.

Salah satu kebutuhan masyarakat untuk menukar mata uang dari negaranya dengan mata uang negara lain yaitu umat muslim yang menunaikan ibadah haji memerlukan mata uang Arab disebut Saudi riyal dan beberapa masyarakat yang hobi berkunjung ke berbagai negara-negara lain atau ke luar negeri dengan menukarkan uang negaranya ke uang dolar. Kebiasaan dan keinginan masyarakat itulah maka peran bank atau badan usaha keuangan sebagai penyedia jasa yang memberikan pelayanan bagi masyarakat yang membutuhkan mata uang asing sangat diperlukan.

Adanya valuta asing masyarakat dapat membeli barang atau dapat memenuhi kebutuhannya ke luar negeri. Valuta asing dapat dibeli dan ditukar di perusahaan atau bank yang memperoleh izin dalam praktik jual beli valuta asing. Tempat yang digunakan untuk jual beli valuta asing disebut dengan

money changer dan perbankan syariah pada jual beli valuta asing dalam prinsip syariah dikenal dengan istilah akad *sharf.*[3]

Akad *sharf* adalah perjanjian dan pertukaran untuk pembelian mata uang menggunakan uang tunai lainnya. Jual beli dalam bentuk valuta asing (Forex) dapat dilakukan dengan menggunakan standar moneter homogen (misalnya rupiah dengan rupiah) atau heterogen (misalnya rupiah terhadap dinar atau sebaliknya).[4]

UU RI No. 21 Tahun 2008 pasal 20 butir 1 bagian A berbunyi yaitu kegiatan valuta asing harus berdasarkan prinsip syariah.[5] Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) adalah Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Fatwa yang mengatur tukar menukar mata uang telah dituangkan dalam fatwa DSN-MUI nomor 28/DSN-MUI/III/2002, menyebutkan bahwa dalam sejumlah kegiatan untuk memenuhi berbagai keperluan seringkali diperlukan transaksi tukar menukar mata uang baik antara mata uang sejenis atau mata uang berlainan jenis.[6] DSN-MUI memutuskan dan menetapkan fatwa tentang tukar menukar mata uang yaitu transaksi tukar menukar mata uang pada prinsipnya boleh dengan ketentuan tertentu yang di anjurkan secara syariah.

---

[3] Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Surabaya : Putra Media Nusantara, 2016), h. 110.

[4] Ibnu Bahruddinn, dan Rahayu Ravita, Analisis Implementasi Akad Sharf di Bank Syariah, *Al-Amal: jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Volume 1, Edisi II, Desember 2021, h. 2.

[5] Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 pasal 20 ayat (1).

[6] Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor 28 DSN-MUI/III/2002

Money changer merupakan suatu kegiatan wirausaha yang pada intinya melakukan transaksi jual beli mata uang asing/tukar menukar mata uang. Mata uang asing yang diperjualbelikan adalah uang kertas. Pada peraturan yang dibuat oleh BI uang kertas tersebut disebut *banknote*. Dari proses terjadinya kegiatan *money changer* akan menghasilkan keuntungan yang berasal dari tukar menukar mata uang. Pedagang valas merupakan sebutan dari istilah *money changer*. *Money changer* merupakan orang atau badan hukum yang menyediakan jasa penukaran uang.[7]

Bank Indonesia memfasilitasi layanan jasa yang bergerak dalam Kegiatan Usaha Penukaran Valuta Asing (KUPVA). KUPVA sendiri terbagi ke dalam 2 katagori yaitu KUPVA bank dan KUPVA bukan bank. Selain diluar jenis katagori tersebut maka segala bentuk jenis usaha pertukaran uang yang dilakukan termasuk ke dalam jenis usaha *ilegal*. Dalam hal ini Bank Indonesia berkah menuntut atau menindak pidanakan para pelaku usaha tersebut. Bank Indonesia hanya mengakui perizinan KUPVA bank dan bukan bank, *money changer* merupakan satu-satunya KUPVA bukan bank yang diakuin oleh Bank Indonesia.

Penelitian berfokus pada toko emas berkat jasa sejahtera, toko berkat sejahtera telah dibuka dari 2006, toko emas berkat jasa sejahtera memiliki beberapa usaha yaitu sebagai toko emas dan usaha sebagai valas (valuta asing). PT. Berkat Jasa Sejahtera valas adalah tempat tuka menukar mata uang asing yang berada di Kota Langsa yang berdiri sejak tahun 2017.

---

[7] Diakses melalui: *http://www.bimbingan.org/arti-money-changer.htm* pada tanggal 10 November 2023.

Money Changer yang ada di Kota Langsa yakni PT. Berkat Jasa Sejahtera merupakan badan usaha penukaran uang valuta asing yang sudah berdiri atas izin sah di mata hukum. Usaha *money changer* ini menyediakan penukaran uang valuta asing bagi masyarakat sesuai keinginan dan kebutuhannya. Masyarakat Kota Langsa melakukan transaksi valas ini ketika ingin melakukan ibadah haji yang memerlukan uang arab dan juga ketika masyarakat ingin berliburan ke luar negeri yang memeluarkan mata uang asing sesuai negara yang dikunjunginya.[8]

Legalitas merupakan bentuk persetujuan atau pemberian izin terhadap seorang pengusaha atau badan usaha atas penyelenggaraan usaha dari pihak yang berwenang dalam suatu pemerintahan. Setiap penyelenggara usaha wajib mengurus surat izin atau status legalitas usahanya sehingga terbitlah surat izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai bidangnya, agar kegiatan usaha berlangsung lancar. Legalitas juga menjadi salah satu faktor keberlangsungan suatu usaha yakni legalitas ini berupa kepemilikan suatu izin usaha. PT. Berkat Jasa Sejahtera sudah memiliki legalitas yang sah dan sudah terdaftar di Bank Indonesia sebagai perusahaan untuk yang menyediakan jasa *money changer* atau jual beli mata uang valas di Kota Langsa.

Adapun permasalahan pada legalitas di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas yaitu masyarakat yang ingin melakukan transaksi valas terlebih dahulu akan mempertimbangkan dengan membandingkan tingkat legalitas dengan perusahan jual beli valas di perusahaan lain, salah satunya seperti perusahaan yang terletak

[8] Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Pihak PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas, tanggal 27 Maret 2023

Di area kota medan yaitu di bandara kuala namu,dikarenakan transaksi yang dilakukan di bandara kuala namu dianggap lebih sah legalitasnya Konsumen pada PT. Berkat Jasa Sejahtera mengatakan bahwasannya.

“saya ketika ingin membeli mata uang asing biasanya membeli di daerah yang sesuai dengan tempat penerbangan yaitu daerah bandara kualanamu, saya beranggapan bahwa tingkat legalitasnya lebih sah, proses nya cepat dan sudah menjadi langganan untuk melakukan valas disana”.[9]

Citra merek merupakan suatu gambaran atau persepsi masyarakat untuk menilai suatu perusahaan mencakup semua asosiasi merek dan aspek lainya, baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan. Citra merek yang positif akan berujung pada loyalitas merek dari masyarakat yang mengkonsumsi produk dengan merek tersebut. Masyarakat dengan loyalitas merek tertentu mendorongnya untuk bersikap positif dan berkomitmen pada merek, mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian rutin kapan saja di masa yang akan datang. Sedangkan citra merek yang buruk akan menyebabkan perusahaan kesulitan menarik nasabah baru, dan bahkan citra merek yang buruk dapat berdampak pada perpindahan nasabah yang sudah ada ke pesaing.

Citra merek pada PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas sudah memperkenalkan transaksi valas, terlihat dari tempatnya yang strategis yakni terdapat spanduk yang berisi penjelasan tentang transaksi valas, kemudian mempunyai akun sosial media di *instagram* yang sudah memiliki banyak pengikut dengan mayoritas penduduk

[9] Ilham Efendi, Konsumen PT. Berkat Jasa Sejahtera, wawancara di Langsa, tanggal 09 Juni 2023.

Kota Langsa yakni penjelesan transaksi valas yang tertera di bio *instagram* dan terdapat keamanan yang ketat yang telah dijaga oleh pihak kepolisian.

Adapun permasalahan pada citra merek di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas yaitu masyarakat masih belum mengetahui akan adanya transaksi mata uang asing atau valas dikarenakan kurangnya informasi yang beredar tentang transaksi valas di Kota Langsa. Masyarakat beranggapan bahwa Berkat Jasa Sejahtera adalah tempat jual beli emas.

Konsumen pada PT. Berkat Jasa Sejahtera mengatakan bahwasannya, "Saya tau tentang toko Berkat Jasa Sejahtera adalah tempat jual beli emas, kalau disana ada jual beli valas atau mata uang asing saya kurang tau, karena ketika saya kesana hanya fokus dengan tujuan saya yaitu membeli atau menjual emas. Penjual juga tidak memberikan informasi tentang valas dan penjual tidak pernah melakukan sosialisasi".[10]

Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran dalam menilai nilai guna atau mutu dari suatu layanan jasa seperti yang ditawarkan oleh perusahaan, baik dalam pemenuhan keinginan, kebutuhan, dan termasuk ketepatan dalam penyampaiannya memenuhi harapan masyarakat tersebut. Kualitas pelayanan yakni melakukan penyesuaian terhadap perincian dimana kualitas ini dipandang sebagai derajat keunggulan yang ingin dicapai, dilakukan pengawasan secara terus menerus dalam mencapai keunggulan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen.

[10] Zahro, Konsumen PT. Berkat Jasa Sejahtera, wawancara di Langsa, tanggal 11 Juni 2023

Adapun terdapat permasalah pada kualitas pelayanan di di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas yaitu Sistem transaksi yang digunakan sudah sesuai dengan prosedur yang ada, namun permasalahannya yaitu masyarakat kerap kali memberikan informasi yang tidak akurat mengenai identitasnya dan pihak perusahaan valas tidak dapat mengetahui secara detail tentang konsumennya. Hal ini yang membuat adanya menerima pencucian uang, dimana pejabat melakukan jual beli mata uang tetapi pihak perusahaan tidak mengetahui bahwa uang berasal dari korupsi. Adapun kejadian karena perusahaan tidak minta KTP pada saat jual beli valas. Ternyata uang yang ditukarkan berasal dari hasil curian dan perusahaan merasa dirugikan.

Dari latar belakang masalah peneliti menemukan suatu permasalahan dalam melakukan transaksi tukar menukar mata uang, kemudian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Legalitas, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian Mata Uang Asing di PT. Berkar Jasa Sejahtera Valas Langsa".

1.2 kerangka teori

Bahwa penelitian ini belum pernah di teliti dan penelitian ini menarik untuk diteliti.

Dari uraian latar belakang maka terdapat suatu identifikasi antara lain sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh legalitas pada pembelian tukar menukar mata uang terhadap minat masyarakat yang ada di Kota Langsa, pada legalitas tersebut terdapat permasalahan yaitu bahwa perusahaan valas di PT.

Berkat Jasa Sejahtera sudah memiliki izin sah dari pihak pemerintah dan Bank Indonesia, tetapi sebagian masyarakat cenderung lebih memilih perusahaan lain yang menurutnya bahwa legalitas lebih baik.

2. Pada ketersediaan produk untuk pembelian tukar menukar mata uang yang ada di PT. Berkat Jasa Sejahtera Kota Langsa, masyarakat cenderung datang ke toko tersebut untuk melakukan pembelian emas atau yang lainnya dibandingkan daripada untuk melakukan pembelian valas.
3. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT. Berkat Jasa Sejahtera Kota Langsa sudah sesuai prosedur persyaratan untuk melakukan pembelian tukar menukar mata uang tetapi masyarakat yang melakukan pembelian valas ini tidak mengikuti sesuai prosedur persyaratan yang sudah ada.

1.3 Batasan Masalah

Dari gambaran latar belakang masalah yang terjadi di atas peneliti menemukan suatu masalah dalam pembelian mata uang asing, kemudian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Legalitas, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian Mata Uang Asing di PT. Berkar Jasa Sejahtera Valas Langsa".

Peneliti akan memfokuskan bagaimana pembelian mata uang asing di Kota Langsa khususnya di toko Berkar Jasa Sejahtera dan mendeskripsikan bagaimana keputusan masyarakat terkait pembelian mata uang asing dari pengaruh legalitas, citra merek dan kualitas pelayanan itu sendiri.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh legalitas terhadap keputusan masyarakat dalam dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa?
4. Bagaimana pengaruh legalitas, citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh legalitas terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

3. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh legalitas, citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat didalam penelitian yaitu manfaat secara praktis dan manfaat secara teoritis.

1. Manfaat Praktis
    a. Bagi peneliti untuk menambah wawasan, pengetahuan dan informasi peneliti mengenai legalitas, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.
    b. Bagi masyarakat untuk memberikan informasi, ilmu dan masukan kepada masyarakat agar mengetahui lebih dalam mengenai legalitas, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.
    c. Bagi perusahaan memberi ilmu dan wawasan agar dapat melaksanakan pengaruh legalitas, citra merek dan kualitas pelayan

terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

2 Manfaat Teoritis

Selain manfaat secara praktis yang telah peneliti kemukakan di atas, peneliti juga memiliki manfaat teoretis yaitu untuk memberikan landasan yang kokoh bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sejenis dalam rangka meningkatkan kemampuan dalam memecahkan masalah yang ada di dalam penelitian.

1.6 Penjelasan Istilah

Untuk memperjelas atau mempertajam maksud dan tujuan penelitian ini agar lebih terfokus maka peneliti memberikan penjelasan istilah terhadap judul penelitian yang diteliti oleh peneliti :

1. Keputusan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, terdapat proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata, yaitu (1) sesuai kebutuhan, (2) mempunyai manfaat, (3) ketepatan dalam membeli suatu produk, (4) pembelian berulang. Selanjutnya konsumen akan melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.[11]

[11] Thomson, *et. al yunita, Analisis Pengatuh Kualitas Pelayanan Konsumen* .., h. 24

2. Mata uang asing merupakan mata uang yang dipakai, diterima, dan diakui untuk dijadikan sebagai alat pembayaran dalam kegiatan perdagangan secara internasional. Mata uang asing sama seperti mata uang pada umumnya yang memiliki nilai kurs resmi dan tercatat pada bank sentral. Salah satu mata uang asing yang sering diketahui adalah mata uang dolar. Dalam perdagangan internasional, penggunaan mata uang asing untuk menekan risiko seminimal mungkin dari fluktuasi mata uang di suatu negara. Selain itu mata uang asing juga dijadikan sebagai salah satu devisa negara dalam bentuk mata uang.[12]
3. Legalitas atau izin merupakan bentuk persetujuan atau pemberian izin terhadap seorang pengusaha atau badan usaha atas penyelenggaraan usaha dari pihak yang berwenang dalam suatu pemerintahan. Setiap penyelenggara usaha wajib mengurus surat izin atau status legalitas usahanya sehingga terbitlah surat izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai bidangnya, agar kegiatan usaha berlangsung lancar.[13]
4. Persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan disebut sebagai citra merek. Citra merek adalah kesan konsumen terhadap suatu merek dan mencakup semua asosiasi merek dan aspek lainnya. Persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan, baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan, disebut sebagai citra merek.[14]

---

[12] Meta Setyani, *Pasar Valuta Asing*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2022), h. 1.

[13] Fahmi Arifin dan Lailatus Sa'dah, *Legalitas IKM Kabupaten Jombang*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), h. 4.

[14] John Budiman Bancin, *Citra Merek dan Word of Mouth*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), h. 12.

5. Kualitas pelayanan merupakan kelengkapan dari suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.[15] Kualitas pelayanan adalah suatu ukuran dalam menilai nilai guna atau mutu dari suatu barang atau jasa seperti yang ditawarkan oleh perusahaan.[16]

1.7 Sistematika Pembahasan

Supaya penyusun skripsi dapat terarah dan sesuai dengan apa yang sudah di rencanakan oleh penulis, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang penelitian atau masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian teoritis, berisi tinjauan pusataka, peneliti terdahulu, kerangka teoritis, hipotesa penelitian, serta membahas tentang variabel-variabel yang diteliti.

Bab III Metode penelitian, pada bab ini berisi pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian, instrument pengumpulan data, definisi operasional, variabel, teknik analisis data, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

---

[15] Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran..*, h. 143.

[16] Putri dan Utomo, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadapy Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening, *Among Makarti: Journal Ekonomi & Business*, Vol. 10, No. 1, 2017, h. 74.

Bab IV Hasil dan pembahasan, pada bab ini dijelaskan analisis hasil penelitian dari model yang telah disusun sebelumnya.

Bab V Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah melalui beragam pengujian dan menjadi jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian, keterbatasan dari penelitian yang dilakukan, dan memberikan saran-saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pt. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penukaran valuta asing dan layanan keuangan lainnya. Berlokasi di Langsa, perusahaan ini menawarkan berbagai layanan keuangan yang meliputi penukaran mata uang asing, transfer uang internasional, dan berbagai produk keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Dikenal dengan komitmennya terhadap pelayanan yang cepat, aman, dan andal, PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa telah menjadi pilihan utama bagi masyarakat dan pelaku bisnis di wilayah Langsa yang membutuhkan layanan keuangan internasional.

Dengan dukungan teknologi canggih dan staf yang berpengalaman, PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan bisnisnya. Perusahaan ini juga berkomitmen untuk mematuhi regulasi dan standar keamanan internasional, memastikan setiap transaksi dilakukan dengan transparan dan aman. Melalui pendekatan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan pasar, menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggannya.

4.1.2 Sejarah singkat PT.berkat Jasa Sejahtera valas langsa

PT Berkat jasa sejahtera valas didirikan pada tahun 2017,yang berlokasi di jalan teuku umar nomor 119 peukan langsa,kec.Langsa kota,kota langsa.Aceh.

yang berada di Toko emas berkat jasa sejahtera Langsa ,toko ini berdiri pada tahun 2006 , selain layanan transaksi valuta asing,toko ini juga menyediakan produk emas untuk kebutuhan investasi atau perhiasan,toko ini berada di lokasi yang sama dengan PT Berkat jasa sejahtera valas.

Pendiri toko emas berkat jasa sejahtera membangun PT Berkat jasa sejahtera dengan melihat peluang dan sebagai meningkatkan pelayanan kepada pelanggan toko emas berkat jasa sejahtera yang tidak hanya membutuhkan emas,tetapi juga transaksi mata uang asing untuk berbagai kebutuhan,seperti perjalanan internasional.

4.1.3 Visi misi PT.Berkat jasa sejahtera valas

Visi dan misi merupakan sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan untuk berfungsi sebagai arah panduan dalam pengambilan sesuatu keputusan di dalam bisnis,Adapun visi dan misi dari PT.berkat jasa sejahtera valas adalah sebagai berikut:

Visi:

“Mewujudkan perusahaan jasa keuangan yang terpercyaserta sistem pembayaran yang aman,efisien,lancer,dan andal untuk mendukung perekonomian nasional.

Misi:

1. Menciptakan sistem pembayaran yang aman,serta mengikuti regulasi untuk mencegah praktik ilegal seperti pencucian uang dan pendanaan kepada terorisme.

2. Meningkatkan Literasi dan transparansi agar masyarakat dapat bertransaksi dengan naman dan terpercaya.
3. Mengutamakan kepuasan pelanggan dan mendoronmg transparansi harga dan kenyamanan bagi pelanggan.
4. Menciptakan lingkungan kerja yang professional dan adil.
5. menjadika perusahan yang bertanggung jawab,serta melakukan praktik bisnis yang berkelanjutan,serta meningkatkan kualitas layanan valuta asing

4.1.4Karakteristik Responden

Sebelum menganalisa terlebih dahulu akan dijabarkan karakteristis responden yang digunakan untuk melengkapi serta memperkuat penelitian ini. meliputi, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usi

Table 4. 1
Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Presentasi
Kurang dari 20 tahun	8	7,02%
21 tahun - 30 tahun	54	47,37%
31 tahun - 40 tahun	35	30,70%
41 tahun - 50 tahun	10	8,77%
Lebih dari 50 tahun	7	6,14%
TOTAL	114	100%

Sumber:data primer 2024.

Data diatas merupakan profil responden berdasarkan jenis usia yang berpartisipasi di dalam penelitian ini.

Berdasarkan dari data tabel dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh rentang usia 21 tahun - 30 tahun dengan jumlah

responden 54 (47,37%) dari total 114 responden yang ditetapkan. Sedangkan untuk rentang usia 31 tahun - 40 tahun terdapat 35 responden (30,70%), usia 41 tahun - 50 tahun juga sebanyak 10 responden (8,77%), usia kurang dari 20 tahun sebanyak 8 responden (7,02%), dan usia lebih dari 50 tahun juga sebanyak 7 responden (6,14%).

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Presentasi
Kurang dari 20 tahun	8	7,02%
21 tahun - 30 tahun	54	47,37%
31 tahun - 40 tahun	35	30,70%
41 tahun - 50 tahun	10	8,77%
Lebih dari 50 tahun	7	6,14%
TOTAL	114	100%

Sumber:data primer 2024.

Data diatas merupakan profil responden berdasarkan jenis usia yang berpartisipasi di dalam penelitian ini.

Berdasarkan dari data tabel dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh rentang usia 21 tahun - 30 tahun dengan jumlah responden 54 (47,37%) dari total 114 responden yang ditetapkan. Sedangkan untuk rentang usia 31 tahun - 40 tahun terdapat 35 responden (30,70%), usia 41 tahun - 50 tahun juga sebanyak 10 responden (8,77%), usia kurang dari 20 tahun sebanyak 8 responden (7,02%), dan usia lebih dari 50 tahun juga sebanyak 7 responden (6,14%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 3
Responden Berdasarkan pendidikan terakhir

Keterangan	Jumlah	Presentasi
SD	-	-
SMP/MTS	-	-
SMA/SMK/MA	71	62,28%
SARJANA	43	37,72%
TOTAL	114	100%

Sumber:data primer 2024.

Data diatas merupakan profil responden berdasarkan pendidikan terakhir yang berpartisipasi di dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pendidikan terakhir Sarjana dengan jumlah responden 43 (37,72) dari 114 responden yang ditetapkan, sedangkan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA dengan jumlah responden 71 (62,28%), pendidikan terakhir SMP/MTS dengan jumlah responden tidak ada, dan pendidikan terakhir SD dengan jumlah responden tidak ada.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Presentasi
PNS/TNI/POLRI	18	15,79%
Pegawai Swasta	23	20,18%
Wiraswasta	16	14,04%
DLL	57	50%
TOTAL	114	100%

Sumber:Data primer 2024.

Data diatas merupakan profil responden berdasarkan pekerjaan yang berpartisipasi di dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pekerjaan Pegawai Swasta dengan jumlah responden 23 (20,18%) dari 114 responden yang ditetapkan, sedangkan pekerjaan Wiraswasta dengan jumlah responden 16 (14,04%), pekerjaan PNS/TNI/POLRI dengan jumlah responden 18 (15,79%), dan pekerjaan DLL dengan jumlah responden 57 (50 %).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4. 5
Responden Berdasarkan Pendapatan

Keterangan	Jumlah	Presentasi
Di bawah Rp.500.000	-	-
Rp.500.000- Rp.1.000.000	-	-
Rp.1000.000- Rp.1.500.000	29	25,44%
Di atas Rp 1.500.000	85	74,56%
TOTAL	114	100%

Sumber:data primer 2024.

Data diatas menunjukkan profil responden berdasarkan pendapatan yang berpartisipasi di dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pendapatan di atas Rp 1.500.000 dengan jumlah responden 85 (74,56%) dari 114 responden yang ditetapkan, sedangkan pendapatan Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000 dengan jumlah responden 29 (25,44%), pendapatan Rp 500.000 - Rp 1.000.000 dengan jumlah responden tidak ada, dan pendapatan di bawah Rp 500.000 dengan jumlah responden tidak ada.

4.1.5 Hasil Uji Validitas

Validitas adalah bukti bahwa instrument yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan. Apabila r hitung > r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Legalitas (X1)	X1.1	0,643	0.170	VALID
	X1.2	0,523	0.170	VALID
	X1.3	0,457	0.170	VALID
Citra Merek (X2)	x2.1	0,339	0.170	VALID
	x2.2	0,419	0.170	VALID
	x2.3	0,291	0.170	VALID
Kualitas Pelayanan (X3)	x3.1	0,386	0.170	VALID
	x3.2	0,229	0.170	VALID
	x3.3	0,417	0.170	VALID
	x3.4	0,291	0.170	VALID
	x3.5	0,474	0.170	VALID
Keputusan Nasabah (Y)	y.1	0,396	0.170	VALID
	y.2	0,405	0.170	VALID
	y.3	0,424	0.170	VALID
	y.4	0,341	0.170	VALID

Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan valid.

4.1.6 Uji Relibilitas

Instrumen penelitian (kuesioner) dilakukan untuk menguji apakah hasil pengukuran dapat dipercaya, dalam hal ini jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

Table 4. 7

Uji Realibitas

Variabel	Nilai *Cronbach alpha*	Kriteria reliabel	Keterangan
Legalitas (X1)	0,833	0,60	Reliabel
Citra Merek (X2)	0,785	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,780	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,676	0,60	Reliabel

Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

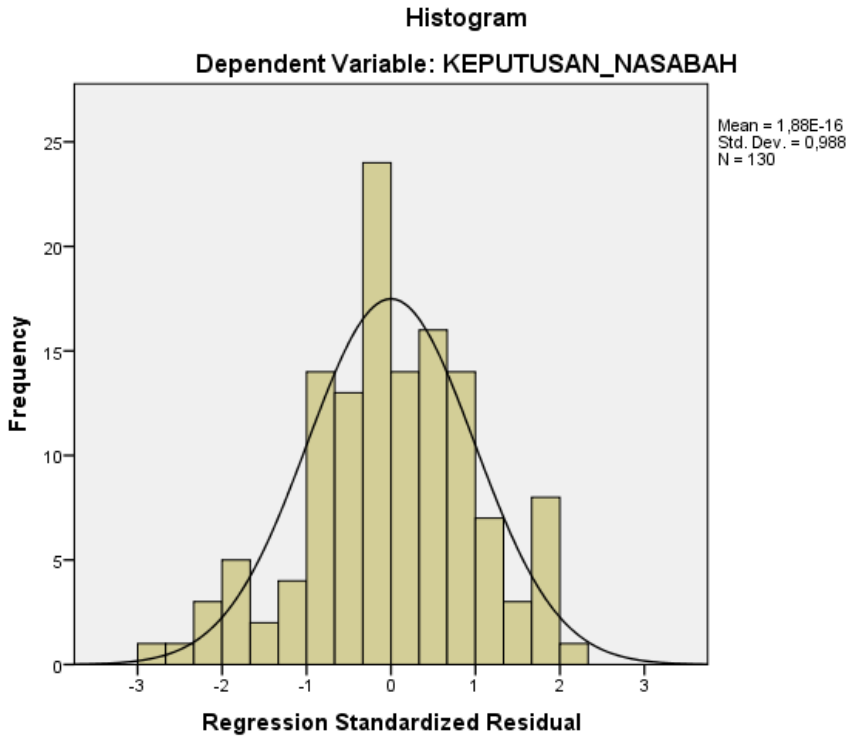
4.1.7 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

1. Uji histogram

Uji histogram merupakan salah satu uji analisis grafik yang memiliki kelemahan yaitu hasilnya tidak dapat dipastikan kebenarannya terutama apabila jumlah sampel dalam penelitian kecil. Uji histogram akan dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng, tidak condong ke kiri atau tidak condong ke kanan.

Gambar 4.1



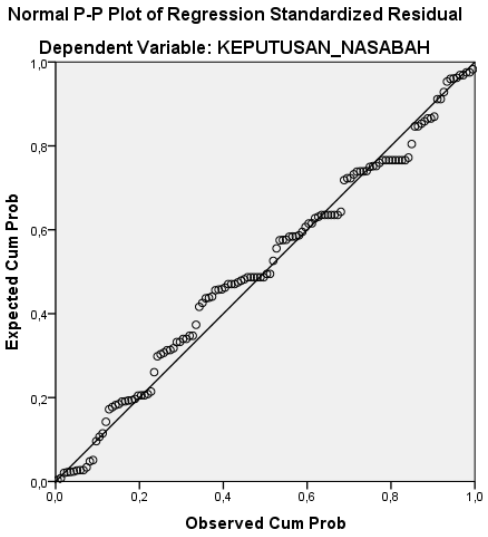
Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Berdasarkan dari tamplian histogram diatas terlihat bahwa distribusi data cenderung simetris dan membentuk pola lonceng yang merupakan karakteristik dari distribusi normal.

2. Uji P-P Plot

Uji P-P Plot merupakan uji yang menggunakan grafik, dapat difahami dengan melihat penyebaran item pada garis diagonal pada grafik. Grafik P-P Plot dikatakan tidak memenuhi syarat asumsi normalitas apabila item menyebar jauh di garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4. 1
Uji P-P Plot



Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Dari gambar p-p plot di atas titik-titik pada plot berada didekat garis diagonal,menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi,berarti residual dari model regresi terdistribusi normal.

3. Uji *normalitas Shapiro-wilk*

Uji Shapiro wilk adalah salah satu metode statistik yang di gunakan untuk menguji normalitas data,uji Shapiro wilk ini biasanya lebih efektif untuk mendeteksi penyimpangan dari normalitas.tujuan uji Shapiro wilk yaitu menguji sejauh mana data yang diamati menyimpang dari distribusi normal dan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dalam sebuah penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak,akan dikatakan normal jika p-value nilai signifikan > 0,05 sebaliknya jika nilai signifikannya < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 8

Hasil Uji Normalitas Shapiro-wilk

.

Variabel	**Shapiro-Wilk**	
	df	**Sig.**
Legalitas	114	,504
Citra merek	114	,660
Kualitas pelayanan	114	,646
Keputusan pembelian	114	,630

Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Berdasarkan data table di atas,interpretasi hasil adalah sebagai berikut:

1.variabel x1 memiliki nilai p > 0,05 (0,504) sehingga data dianggap normal,

2.variabel x2 memiliki nilai p >0,05 (0,660) sehingga data dianggap normal,

3.variabel x3 memiliki nilai p >0,05 (0,646) sehingga data dianggap normal,

4.variabel Y memiliki nilai p>0,05 (0,630) sehingga data dianggap normal,

Semua data yang di uji memiliki nilai sig yang lebih besar dari 0,05 sehingga di terima hipotesis nol (H0),Atinya,semua data berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian kali ini menggunakan uji *Durbin Watson*. Jika hasil nilai *Durbin Watson* berada di antara du < dw< (4-du), maka dikatakan dalam data tidak terjadi autokorelasi.[96]

Tabel **4. 9**
Hasil Uji *Durbin Watson*.

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,0845[a]	,715	,707	,865	2,198
a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, CITRA_MEREK, LEGALITAS					
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH					

b Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Syarat tidak terjadi gejala autokorelasi = du<dw<4-du

Diketahui N = 114 dan K (Variabel Dependen) = 3

Nilai dw = 2,198

Nilai dL = 1.641

Nilai du = 1.748

4-dL=4-1,641=2.359

4-du=4-1,748=2.252

Hasil du<d<4-du= 1.748 < 2.198< 2.252(du<dw<4-du).

[96] *Ibid.*, h. 112

Dengan hasil uji Durbin-watson dapat disimpulkan bahwa hasil diatas tidak terjadi gejala autokorelasi yang signifikan pada residual model,yang berarti bahwa model yang digunakan adalah tepat dan valid untuk analisis lebih lanjut.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas antar variabel independen dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas (lolos uji multikolinearitas).

Table 4. 10

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	LEGALITAS	,605	1,652
	CITRA_MEREK	,620	1,612
	KUALITAS_PELAYANAN	,609	1,642
a. Dependent Variable: Unstandardized Residual			

Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Bedasarkan Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa ke dua variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas yaitu lolos uji multikolinearita.

4. Uji Heteroskedastisitas

Dalam perhitungan heteroskedastisitas dapat dilakukan dalam banyak model salah satunya adalah dengan menggunakan uji *glejser*. Pengujian dengan uji *glejser* yaitu meregresi nilai absolut residual sebagai variabel dependen terhadap masing-masing variabel independen. Mendeteksi ada atau tidaknya

heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi yaitu hasil regresi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Table 4. 11

Hasil Uji glejser untuk heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,335	2,608		2,046	,044
	Legalitas (x1)	-,128	,269	-,070	-,476	,635
	Ciytra merek (x2)	-,230	,168	-,187	-1,370	,174
	Kualitas pelayanan (x3)	,021	,083	,033	,249	,804

a. Dependent Variable: abs_res

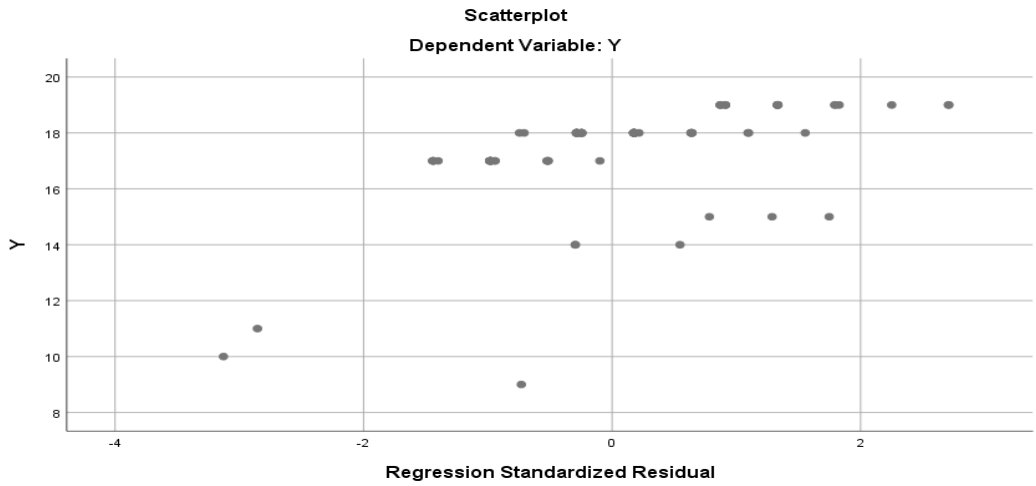
Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Dari table di atas dapat dilihat bahwa nilai sig,uji heteroskedastisitas gejser x1,x2,x3 variabel independent lebih besar dari0,05,maka dapat dikatakan model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Pada analisis ini,scatter plot juga digunakan untuk mengidentifikasi adanya pola atau tren dalam residual (kesalahan) model terhadap variable dependent,scatter plot adalah representasi visual yang menggambarkan hubungan antara residual dan nilai prediksi atau variable independent.

table 4.12

uji scatter plot



Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Berdasarkan gambar 4.12 terlihat bahwa titik-titik pada scatter plot tersebar secara acak disekitar sumbu nol tanpa membentuk pola tertentu.hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengandung heteroskedastisitas.

4.Uji linearitas

Uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan dengan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikan pada linearity ≤ 0,05, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat derdapat hubungan yang linear**.**

Table 4. 12

Hasil Uji linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_ Nasabah *	Between Groups	(Combined)	5,530	4	1,382	,554	,697
		Linearity	2,720	1	2,720	1,090	,299
		Deviation from Linearity	2,810	3	,937	,375	,771
	Within Groups		257,137	103	2,496		
	Total		262,667	107			

Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Pada tabel di atas menyatakan Deviation from Linearity 0.000 < 0.05 bahwasanya data signifikan antara variabel y dan x.

4.1.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Teknik ini penting karena memungkinkan peneliti untuk memahami, memprediksi, dan mengendalikan berbagai faktor yang mempengaruhi variabel dependen. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan

data hasil uji regresi berganda dengan menggunakan data yang valid dan telah melalui uji statistik menggunakan software SPSS.

Data ini mencakup hasil uji dari variabel Legalitas (X1), Citra Merek (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Nasabah (Y). Hasil regresi ini penting karena memberikan gambaran tentang seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian mata uang di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

Berikut hasil data uji regresi berganda yang telah dianalisis menggunakan software SPSS, dengan detail koefisien yang ditampilkan dalam tabel berikut:

y= b0 + b1x1 + b2x2 + b3x3 + e.

Tabel 4. 13
Hasil uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Error**	**Beta**		
1	(Constant)	-1,274	1,542		-,826	,410
	X1	,366	,151	,158	2,418	,017
	X2	,401	,087	,299	4,632	,000
	X3	,398	,049	,531	8,145	,000

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data yang di olah dari SPSS 23, 202

Y= b1x1 + b2x2 + b3x3 + e

Y= 0,158 X1 + 0,299 x2 + 0,531 x3

X1=legalitas

X2=citra merek

X3=kualitas pelayanan

Hasil Regresi Berganda

Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien yang berbeda untuk setiap variabel independen. Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS, diperoleh nilai koefisien untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Legalitas (X1) memiliki koefisien (b1)sebesar 0,158 bernilai positif artinya semakin baik legalitas (x1) maka semakin tinggi keputusan pembelian.
2. Citra Merek (X2) memiliki koefisien (b2) sebesar ,0,299 bernilai positif artinya semakin baik citra merek (x2) maka semakin tinggi keputusan pembelian.
3. .Kualitas Pelayanan (X3) memiliki koefisien (b3) sebesar 0,531 bernilai positif artinya semakin baik kualitas pelayanan (x3),maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.Uji Hipotesis.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien Determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Table 4. 14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,845[a]	,715	,707	,865
a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, CITRA_MEREK, LEGALITAS				
b.Dependent variable_KEPUTUSAN NASABAH				

Sumber:data yang diolah di ibm spss statistics 25

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R) dapat diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,707 yang menunjukkan sebesar 0,707 atau 70,7% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh legalitas,citramerek,dan kualitas pelayanan dan sisanya 29,3% keputusan dipengaruhi variable lain.

4.1.11 Uji F

Uji F atau uji simultan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5 %) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung > F tabel atau sig < 0,05 maka H0 ditolak artinya Ha diterima.
2. Jika nilai F hitung < F tabel atau sig > 0,05 maka Ha ditolak artinya H0 diterima.

Table 4. 15

Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	206,231	3	68,744	91,916	,000[b]
	Residual	82,269	110	,748		
	Total	288,500	113			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH
b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, CITRA_MEREK, LEGALITAS

Berdasarkan hasil analisis yang terlihat pada Tabel ANOVA di atas, kita dapat melihat beberapa informasi penting terkait pengaruh simultan variabel legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing.

Sebelum masuk ke dalam pembahasan hasil Uji F, berikut adalah penjelasan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel Legalitas (X1) mengacu pada seberapa jauh PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku dalam operasionalnya.

Legalitas yang baik memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada nasabah. Variabel Citra Merek (X2) mencerminkan persepsi nasabah terhadap merek PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian. Sementara itu, Kualitas Pelayanan (X3) mencakup aspek-aspek seperti kecepatan, keandalan, dan keramahan staf dalam memberikan pelayanan, yang memengaruhi kepuasan nasabah serta keputusan pembelian mereka.

Selanjutnya, pada hasil Uji F (Simultan) yang terlihat dari Tabel ANOVA, ditemukan bahwa:

1. Sum of Squares untuk regresi adalah 206,231 dengan df sebesar 3.
2. Sum of Squares untuk residual adalah 82,269 dengan df sebesar 110.
3. Total Sum of Squares adalah 288,500dengan df sebesar 113.

Mean Square untuk regresi adalah 68,744, sementara Mean Square untuk residual adalah 0,748. Nilai F yang diperoleh dari perbandingan antara Mean Square Regression terhadap Mean Square Residual adalah 91,916, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Nilai signifikansi (Sig.)

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

Sebagai kesimpulan, hasil Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama menjelaskan variabilitas Keputusan Nasabah secara signifikan. Penelitian ini memberikan konstribusi penting bagi dalam meningkatkan strategi penjualan melalui

peningkatan kepatuhan legalitas,penguatan citra merek dan perbaikan kualitas pelayanan.

4.1.10 Hasil Uji t

Uji statistik t atau uji parsial pada dasarnya menunujukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5 %) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung > t tabel atau sig < 0,05 maka H0 ditolak artinya Ha diterima.
2. Jika nilai t hitung < t tabel atau sig > 0,05 maka Ha ditolak artinya H0 diterima.

Table 4. 16

Hasil Uji T

Coefficients[a]						
Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Error**	**Beta**		
1	(Constant)	-1,274	1,542		-,826	,410
	X1	,366	,151	,158	2,418	,017
	X2	,401	,087	,299	4,632	,000
	X3	,398	,049	,531	8,145	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang di olah dari SPSS 23, 2024

Hasil Uji T (Parsial) menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan output SPSS yang ditampilkan, koefisien regresi unstandardized untuk konstanta adalah -1,274 dengan nilai t sebesar -,826 dan signifikan pada level 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai nol, maka keputusan nasabah tetap pada nilai -1,274.

1. Untuk variabel Legalitas (X1), koefisien regresi unstandardized-nya adalah 0,366 dengan standar error 0,151, nilai t sebesar 2,418, dan tingkat signifikansi 0,17. Hal ini menunjukkan bahwa Legalitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah karena nilai p < 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa aspek Legalitas tmemberikan kontribusi yang signifikan dalam mendorong keputusan masyarakat untuk melakukan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.
2. Selanjutnya, Citra Merek (X2) memiliki koefisien regresi unstandardized - dengan standar error sebesar 0,401, nilai t sebesar 4,632, dan tingkat signifikansi 0,000. Angka ini menunjukkan bahwa Citra Merek juga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah, dengan nilai p < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Citra Merek memberikan dampak berarti terhadap keputusan masyarakat untuk membeli.
3. variabel Kualitas Pelayanan (X3) menghasilkan koefisien regresi unstandardized 0,085 dengan standar error 0,398, nilai t sebesar 8,145, dan

tingkat signifikansi 0,000. Ini mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan t memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah karena nilai p < 0,05. Sehingga, perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan keputusan masyarakat untuk melakukan pembelian mata uang asing.

Dari hasil Uji T (Parsial) ini dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu Legalitas, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan,Masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam membeli mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa., PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa menunjukkan bahwa kebijakan dan strategi yang berfokus pada peningkatan aspek-aspek ini akan bermanfaat dalam meningkatkan jumlah pembelian mata uang asing oleh masyarakat ,sebagai implikasi,PT.Berkat jasa sejahtera valas langsa harus terus memastikan legalitas operasinya,meningkatkan citra merek melalui strategi branding yang efektif,dan mengoptimalkan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak nasabah.

4.2 Pembahasan

4.2.1Pengaruh legalitas terhadap keputusan masyarakat dalam dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa

Hasil uji statistik yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa legalitas perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas

Langsa. Berdasarkan nilai hasil regresi,nilai koefisien yang diperoleh, yaitu 0,366 dengan sig 0,017 yang lebih kecil dari 0,5,Hasil ini menunjukkan bahwa Legalitas mempengaruhi keputusan pembelian, masyarakat menganggap legalitas sebagai salah satu faktor penting dalam memilih tempat untuk bertransaksi,.Oleh karena itu, legalitas dapat memberikan rasa aman bagi konsumen,

Teori yang mendukung temuan ini dapat ditemukan dalam kajian literatur mengenai pentingnya legalitas dalam menciptakan kepercayaan konsumen. Menurut teori kepercayaan konsumen, legalitas perusahaan dapat membangun rasa aman dan nyaman bagi pelanggan dalam bertransaksi.[97] Legalitas yang jelas dan terjamin menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, legalitas juga berfungsi sebagai jaminan bahwa konsumen akan terlindungi secara hukum jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan selama transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu yang menunjukkan bahwa legalitas berperan penting dalam membangun kepercayaan, faktor lainnya lebih dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen. Sebagai contoh, penelitian oleh Candra menunjukkan bahwa legalitas memang penting dalam menciptakan rasa aman, tetapi konsumen lebih memperhatikan faktor kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan.[98] Penelitian ini juga

[97] Gounaris, S. P. (2005). Trust and commitment in business-to-business relationships: A comparison of the trust commitment model with the commitment-trust theory. *Journal of Business Research*, 58(5), 126-140.

[98] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction: Konsep, Teknik dan Implementasinya dalam Pemasaran Jasa*. Andi Offset.

mengungkapkan bahwa meskipun legalitas menjadi perhatian utama pada tahap awal pertimbangan, faktor-faktor seperti harga, reputasi, dan pelayanan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan akhir pembelian. Di sisi lain, penelitian oleh Jamal menemukan bahwa pada industri tertentu, seperti jasa keuangan, legalitas perusahaan dapat memiliki pengaruh yang lebih besar, terutama dalam membangun kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi.[99] Meskipun demikian, penelitian ini menyoroti bahwa meskipun legalitas dapat mempengaruhi keputusan konsumen, Legalitas berperan dalam pembentukan keputusan masyarakat untuk membeli mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini memberikan wawasan penting bagi manajemen perusahaan untuk terus memperhatikan dan mengembangkan aspek lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, seperti kualitas pelayanan dan citra merek yang positif.

4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Pembelian Mata Uang Asing Di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa

Penelitian ini menyajikan hasil uji statistik yang menunjukkan hubungan antara citra merek dengan keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai koefisien untuk citra merek sebesar 0,401 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek

[99] Jamal, A., & Naser, K. (2002). Customer satisfaction and retail banking: An assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 20(4), 146-160.

memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Dengan kata lain, semakin baik citra merek yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk melakukan pembelian mata uang asing. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Joklin Jonita Rompis, yang juga menemukan bahwa citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Hal ini disebabkan karena citra merek yang baik menciptakan persepsi bahwa perusahaan tersebut dapat diandalkan, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk memilih melakukan transaksi.[100]

Teori yang mendasari pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dapat ditemukan dalam teori kepercayaan konsumen dan teori sikap konsumen. Menurut teori kepercayaan konsumen, citra merek yang positif dapat membangun persepsi yang baik di benak konsumen, yang kemudian akan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kepercayaan ini sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian, karena konsumen cenderung memilih merek yang sudah dikenal dan teruji kualitasnya. Dalam hal ini, citra merek yang kuat berperan penting dalam menciptakan rasa aman dan nyaman di kalangan konsumen yang ingin membeli mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Selain itu, dalam teori sikap konsumen, citra merek yang baik dianggap membentuk sikap positif terhadap perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

[100] Joklin Jonita Rompis. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT. BIT Money Changer)*. Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta.

Perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesamaan temuan mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Joklin Jonita Rompis dalam *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen* juga menunjukkan bahwa citra merek yang baik memiliki dampak positif terhadap kepuasan konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk memilih suatu produk atau layanan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fajrul Falah tentang pengaruh citra merek terhadap volume penjualan UMKM di Kabupaten Blitar juga menemukan bahwa citra merek dapat meningkatkan penjualan, karena konsumen lebih mempercayai produk dengan merek yang sudah dikenal dan memiliki reputasi baik. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa citra merek berperan penting dalam membangun hubungan yang positif antara konsumen dan perusahaan, serta mempengaruhi keputusan pembelian yang mereka buat.[101]

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Merek yang dipercaya dan memiliki citra positif cenderung lebih dipilih oleh konsumen, karena mereka merasa yakin dengan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus memperkuat citra merek mereka di mata konsumen agar dapat mempertahankan loyalitas

[101] Fajrul Falah. (2021). *Pengaruh Legalitas Usaha, Labelisasi Halal, dan Citra Merek Terhadap Volume Penjualan UMKM di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar*. Skripsi: UIN Satu Tulungagung.

pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen untuk melakukan transaksi pembelian mata uang asing di masa depan.

4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Pembelian Mata Uang Asing Di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji regresi, koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,398 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk melakukan pembelian mata uang asing. Temuan ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan transaksi. Kualitas pelayanan yang baik mencakup berbagai aspek seperti responsivitas, empati, dan profesionalisme dalam menangani kebutuhan konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan lebih cenderung untuk bertransaksi di perusahaan tersebut.

Teori yang mendasari hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian dapat ditemukan dalam teori kepuasan konsumen. Teori ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang kemudian akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Kepuasan yang tinggi membuat konsumen merasa nyaman dan

yakin dalam melakukan transaksi, termasuk dalam pembelian mata uang asing. Hal ini sesuai dengan pandangan Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong keputusan pembelian. Dalam konteks PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa, kualitas pelayanan yang responsif dan cepat dalam memberikan layanan akan menciptakan kesan positif di benak konsumen dan membuat mereka memilih untuk terus melakukan transaksi di perusahaan ini.

Perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa temuan penelitian ini konsisten dengan beberapa studi yang membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Anis Subadra dalam penelitian *Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Nilai Tukar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama Cabang Gajah Mada* juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas dan keputusan pembelian. Penelitian tersebut menggarisbawahi pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.[102]

Selain itu, penelitian Bambang P. Cahyono mengenai *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Mata Uang Asing di PT. Global Money Changer Jakarta* juga menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi mata uang

[102] Anis Subadra. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Nilai Tukar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT. Binavalasindo Dolarasia Sejahtera Utama Cabang Gajah Mada*. Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta.

asing, yang berkontribusi pada keputusan pembelian yang lebih tinggi. Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di tempat tertentu, termasuk dalam transaksi pembelian mata uang asing.[103]

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Kualitas pelayanan yang unggul akan meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk terus melakukan transaksi dengan perusahaan ini. Oleh karena itu, perusahaan perlu fokus untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dengan memperhatikan aspek-aspek seperti kecepatan, ketepatan, dan empati dalam melayani konsumen agar dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

4.2.4 Pengaruh Legalitas, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Pembelian Mata Uang Asing Di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Hasil uji simultan (Uji F) yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan

[103] Bambang P. Cahyono. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Mata Uang Asing di PT. Global Money Changer Jakarta*. Skripsi: Universitas Islam Attahiriyah.

terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Berdasarkan hasil uji F, nilai F hitung sebesar 91,916 dengan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan, memiliki pengaruh yang kuat secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian mata uang asing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi dari ketiga faktor ini berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa tidak ada satu pun variabel yang lebih dominan, melainkan interaksi antara ketiga variabel ini yang memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Teori yang mendasari hubungan simultan antara ketiga variabel ini dan keputusan masyarakat dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dalam hal ini, legalitas memberikan dasar kepercayaan bagi konsumen bahwa perusahaan yang mereka pilih beroperasi secara sah dan terpercaya. Citra merek memperkuat persepsi positif konsumen terhadap perusahaan, menciptakan citra yang baik di mata konsumen dan memengaruhi sikap mereka terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting dalam membentuk pengalaman konsumen yang memadai, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan dan keputusan mereka untuk bertransaksi. Ketiganya, ketika bekerja secara simultan, memberikan dampak yang kuat terhadap pembentukan keputusan pembelian,

sesuai dengan teori integrasi faktor-faktor eksternal dalam teori perilaku konsumen.

Dalam perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu, temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Kartka yang menganalisis strategi promosi money changer oleh PT. BPR Berlian Bumi Arta. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kombinasi antara faktor-faktor seperti citra merek, kualitas pelayanan, dan legalitas sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa money changer. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di industri sejenis perlu memperhatikan faktor-faktor ini dalam rangka menarik minat konsumen dan meningkatkan volume transaksi.[104] Penelitian Bambang P. Cahyono mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian mata uang asing di PT. Global Money Changer Jakarta juga mendukung hasil ini, di mana kualitas pelayanan dan citra merek terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.[105] Namun, perbedaan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah penekanan pada pentingnya legalitas sebagai salah satu faktor utama yang berperan dalam menciptakan kepercayaan konsumen, yang mungkin lebih ditekankan dalam konteks PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.

Secara keseluruhan, hasil uji simultan ini memberikan gambaran yang jelas bahwa keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing dipengaruhi oleh kombinasi dari legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan. Ketiga faktor

---

[104] Indah Kartka. (2016). *Strategi Promosi Money Changer oleh PT. BPR Berlian Bumi Arta dalam Menarik Minat Nasabah*. Skripsi: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta.

[105] Bambang P. Cahyono. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Mata Uang Asing di PT. Global Money Changer Jakarta*. Skripsi: Universitas Islam Attahiriyah.

ini bekerja secara sinergis untuk menciptakan pengalaman positif bagi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa ketiga aspek ini dijalankan dengan baik, mulai dari memastikan legalitas operasional perusahaan, membangun citra merek yang kuat, hingga memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Dalam jangka panjang, penerapan ketiga faktor ini secara simultan akan meningkatkan loyalitas konsumen dan mendukung pertumbuhan perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah di bahas,maka dapat kita Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti pengaruh legalitas terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa legalitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai t hitung 2,418 dan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa legalitas meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk melakukan transaksi. Legalitas perusahaan sebagai lembaga yang sah dan terdaftar memberikan jaminan hukum yang menambah rasa aman bagi konsumen dalam melakukan transaksi, yang pada akhirnya memperkuat keputusan mereka untuk melakukan pembelian mata uang asing.
2. Penelitian ini juga mengkaji pengaruh citra merek terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t hitung 4,632 dan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa semakin baik citra merek perusahaan, semakin besar keputusan masyarakat untuk melakukan pembelian. Citra merek yang positif menggambarkan reputasi

dan kredibilitas perusahaan di mata konsumen, yang mendorong mereka untuk mempercayai dan memilih perusahaan tersebut dalam melakukan transaksi mata uang asing.

3. Penelitian ini juga menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Hasil uji regresi linier menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai t hitung 8,145 dan signifikansi 0,000, kualitas pelayanan yang baik, yang meliputi responsivitas, keandalan, dan perhatian terhadap nasabah, terbukti dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk tetap melakukan transaksi dengan perusahaan tersebut, menjadikannya salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian mata uang asing.
4. Penelitian ini juga menilai pengaruh simultan antara legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa. Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F hitung 91,916 dan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengonfirmasi bahwa legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian masyarakat. Kombinasi ketiga faktor ini memperkuat

keputusan masyarakat untuk memilih PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa sebagai tempat melakukan transaksi pembelian mata uang asing.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran:

1. Bagi PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa, agar terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mendorong keputusan pembelian mata uang asing yang lebih tinggi. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah.
2. Bagi akademisi dan peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh legalitas, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lebih lanjut bisa memperdalam analisis mengenai faktor-faktor ini dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain untuk mempengaruhi keputusan pembelian nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang relevan dan sejalan dengan topik ini, seperti harga, promosi, atau faktor ekonomi makro. Dengan menambahkan variabel-variabel ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mata uang asing di PT. Berkat Jasa Sejahtera Valas Langsa.