

Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Agen Brilink di Kota Parepare

M Rifai Inayatullah

¹Program Studi Manajemen Universitas Teknologi Sulawesi

Abstract

Program layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif (Laku Pandai) yang diluncurkan oleh Otoritas Jasa Keuangan terus diperkenalkan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Setidaknya sudah ada tujuh belas bank yang bergabung dalam program ini salah satunya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Program Laku Pandai ini diselenggarakan oleh bank BRI yang dikenal dengan BRILink. BRILink ini merupakan layanan agen Laku Pandai milik Bank BRI yang diluncurkan pada bulan November 2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Agen BRILink di kota Parepare dan untuk mengetahui dan menganalisis variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Agen BRILink di kota Parepare. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink di kota Parepare. Semakin tinggi kualitas produk pada agen BRILink maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan agen BRILink di kota Parepare.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Agen Brilink

Copyright (c) 2026 Yunita Qomariyah

✉ Corresponding author :

Email Address : rifaigaffar@gmail.com

PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan dalam jasa keuangan perbankan, karena itu diperlukan suatu sistem manajemen sumber daya manusia yang baik. Pelayanan prima kepada pelanggan menjadi prioritas utama yang dihasilkan oleh karyawan. Jadi faktor tantangan perbankan tidak hanya sekedar memuaskan pelanggan tetapi harus mencoba untuk memberikan kepuasan kerja kepada karyawan. Hal ini merupakan faktor kunci yang penting untuk diperhatikan oleh manajemen. Keterlibatan karyawan diharapkan menjadi aktif dalam mencari peluang, peningkatan kompetensi, inovatif dan moral yang tinggi.

Namun, tidak meratanya akses terhadap layanan perbankan ataupun jasa keuangan lainnya, hingga kini masih menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi pemerintah. Apalagi, di daerah terpencil yang tidak dapat dijangkau oleh lembaga jasa keuangan. Masih banyak anggota masyarakat yang belum mengenal, menggunakan, dan mendapatkan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya,

karena faktor lokasi tempat tinggal yang jauh dari kantor bank dan adanya biaya atau persyaratan yang memberatkan.

Kondisi masyarakat yang belum mampu sepenuhnya mengenal layanan perbankan dan jasa keuangan lainnya berpotensi dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Pemerintah Indonesia mencanangkan program Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI), yang salah satu programnya adalah Branchless Banking (Laku Pandai). Program yang resmi diluncurkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dinilai telah cukup berhasil untuk mendekatkan masyarakat, khususnya terhadap lembaga jasa keuangan seperti bank. BRILink yang merupakan produk dari Bank BRI digunakan sebagai media baru dalam mempromosikan gerakan menabung. Selain itu, melalui agen BRILink, pelanggan yang tempat tinggalnya jauh dari bank bisa melakukan berbagai transaksi, seperti membuka tabungan, setoran tunai, hingga pembayaran.

Agen BRILink bisa setiap saat membantu pelanggan bertransaksi dan waktunya tidak terbatas. Hal ini berbeda dengan pelayanan bank yang waktunya dibatasi dengan jam operasional. Masyarakat di kota besar mungkin akan menganggap melakukan transaksi di kantor bank lebih baik jika dibandingkan melakukan transaksi di agen BRILink. Sementara bagi masyarakat yang tinggal di pelosok, kemungkinan besar akan menganggap transaksi di agen BRILink lebih menguntungkan, karena di pelosok jumlah bank terbatas.

Layanan agen BRILink, secara operasional didefinisikan sebagai layanan keagenan dimana bank BRI bekerjasama dengan pihak ketiga (agen) dalam hal ini pelanggan BRI untuk memberikan berbagai layanan perbankan bagi masyarakat, baik pelanggan BRI maupun non-pelanggan BRI, khususnya masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif (unbanked atau unbankable).

Melalui agen BRILink, pelanggan BRI maupun masyarakat umum lainnya bisa mendapatkan pelayanan yang sama seperti halnya di kantor BRI. Masyarakat dapat melakukan setoran tabungan, penarikan secara tunai, serta melakukan transaksi pembayaran lainnya melalui agen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis pengaruh variabel independen berupa kualitas produk, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan melalui analisis statistik, dengan lokasi penelitian pada pelanggan agen BRILink di Kota Parepare selama dua bulan, yaitu Juli hingga Agustus 2022. Data yang digunakan terdiri atas data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner tertutup kepada responden, serta data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan dan dokumentasi terkait. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan agen BRILink di Kota Parepare pada periode

penelitian sebanyak 39.378 pelanggan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 10%. Metode analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif persentase dan analisis kuantitatif berupa regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap kepuasan pelanggan, yang dilengkapi dengan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t) guna mengetahui pengaruh variabel secara bersama-sama maupun individu. Variabel penelitian didefinisikan secara operasional, dimana kepuasan pelanggan diukur melalui indikator perbandingan situasi ideal, konfirmasi harapan, dan kepuasan menyeluruh; kualitas produk melalui performa, kehandalan, keistimewaan, dan daya tahan; kepercayaan melalui integritas, kebaikan, dan kompetensi; serta kualitas pelayanan melalui tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, yang seluruh indikatornya diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink di Kota Parepare, yang dibuktikan melalui hasil uji F dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan tingkat signifikansi di bawah 0,05, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh bersama-sama diterima. Secara parsial, hasil uji t memperlihatkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik performa, keandalan, fitur, dan daya tahan layanan yang diberikan agen BRILink, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Variabel kepercayaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa integritas, kompetensi, dan itikad baik agen dalam melayani transaksi perbankan menjadi faktor penting dalam membangun rasa puas pelanggan. Selanjutnya, kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, tercermin dari indikator tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang dinilai baik oleh responden, sehingga mampu menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran jasa yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan secara langsung. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan agen BRILink tidak hanya bergantung pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan yang konsisten, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink di Kota Parepare. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik performa layanan, keandalan transaksi, kelengkapan fitur, serta daya tahan sistem yang digunakan agen BRILink, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan sangat memperhatikan kualitas layanan inti yang diterima, terutama terkait kelancaran dan keamanan transaksi perbankan yang dilakukan melalui agen BRILink.

Selanjutnya, kepercayaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menegaskan bahwa integritas agen, kompetensi dalam menjalankan layanan, serta itikad baik dalam membantu pelanggan menjadi faktor penting dalam membentuk rasa aman dan nyaman. Ketika pelanggan merasa percaya terhadap agen BRILink, maka mereka cenderung merasa puas dan bersedia untuk terus menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan konsep kepercayaan konsumen yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan pelanggan.

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek pelayanan seperti fasilitas fisik yang memadai, keandalan pelayanan, daya tanggap agen, jaminan keamanan transaksi, serta empati dalam melayani pelanggan sangat menentukan tingkat kepuasan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan secara menyeluruh. Temuan ini memperkuat teori kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima berperan besar dalam menentukan kepuasan.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan agen BRILink di Kota Parepare dipengaruhi secara nyata oleh kualitas produk, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kepuasan pelanggan perlu difokuskan pada perbaikan kualitas layanan inti, penguatan kepercayaan pelanggan, serta peningkatan standar pelayanan secara konsisten agar mampu memenuhi dan melampaui harapan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink di Kota Parepare, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Namun, secara parsial hanya variabel kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kepercayaan serta kualitas pelayanan secara individual tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink di Kota Parepare.

Referensi :

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Arif, M. S. Z. (2020). Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace (Studi kasus pada mahasiswa di Surabaya)*.
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap citra merek dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 9–24. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i1.45>

- Herlina, L. (2021). *Analisis layanan, kepercayaan, dan kepuasan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan yang diperoleh agen BRILink* (Skripsi). STIE YKPN.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Maryari, M. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Marsellina, M., & Budiono, H. (2019). Pengaruh kepercayaan merek dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 788–794.
- Putra, F. (2021). *Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra terhadap kepuasan pelanggan* (Studi Helpdesk Jaringan Komunikasi Data Ditjen Dukcapil Kemendagri) (Skripsi). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Rahmanu, R., Yuliati, L. N., & Sanim, B. (2020). Pengaruh persepsi agen BRILink terhadap keputusan penggunaan layanan branchless banking. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 6(2), 403–413.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61–73.