

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kecamatan Banjarmasin Timur terletak di bagian wilayah Kota Banjarmasin. Secara Topologi Kecamatan Banjarmasin Timur terletak pada ketinggian tempat rata-rata 0,16m di bawah permukaan laut (dpl) dengan kondisi daerah berpayapaya dan permukaan wilayah relative datar sehingga pada waktu pasang hampir seluruh wilayah digenangi air dan dialiri oleh Sungai Martapura yang bermuara ke Sungai Barito, dimana pasang surutnya sangat berkaitan terhadap drainase kota.

Instansi pemerintahan di wilayah Kecamatan Banjarmasin Timur terdiri dari Instansi vertikal berjumlah empat unit yang terdiri dari Polresta, Polsek, Lanal Banjarmasin dan BPS. Instansi BUMN/BUMD berjumlah delapan unit yakni, Pos Giro, PLN, PT.Telkom, BRI, BNI, BTPN, Bank Kalsel, BJB.

##### **2. Sejarah Terbentuknya BRILink**

PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) menerbitkan layanan BRILink berupa layanan perbankan diluar kantor resmi (non office). Keuangan inklusif adalah jalan alternatif yang dipilih oleh pemerintah untuk mendukung program kerja pemerintah negara yang ada di Indonesia.

Pada tahun 2012 penguasa negara beserta jajarannya seperti Bank Indonesia sudah menyiapkan desain bentuk layanan perbankan, bukan mengandalkan cabang tetapi menggunakan teknologi modern seperti alat EDC

pada BRILink yang tersebar luas untuk menggapai para konsumennya. Menyikapi masalah yang telah terjadi, baru ditahun 2015 otoritas jasa keuangan (OJK) yang menjabat sebagai dewan pengawasan perbankan dan lembaga keuangan, mengeluarkan sebuah program yang disebut LAKU PANDAI (layanan keuangan tidak resmi untuk inklusi keuangan).

Program tersebut biasa disebut dengan BRILink. Hal ini tentunya sangat membantu BRI untuk menjangkau nasabahnya, sebab BRI mempunyai nasabah atau konsumen yang cukup banyak dan semua itu berada dipenjuru belahan dunia baik didalam kota ataupun jauh dari kota sehingga pihak bank tidak perlu membangun kantor diarea tersebut melainkan hanya dengan menawarkan program baru yang telah diluncurkan.

Layanan BRILink adalah layanan yang mempermudah masyarakat dalam melancarkan aktivitas pelanggan dan inovasi baru yang dikembangkan oleh bank dalam dunia perbankan. BRILink adalah program yang dikembangkan oleh BRI yang bekerjasama dengan masyarakat dalam membantu perbankan menjalankan kegiatannya dalam urusan melayani transaksi dimana masyarakat bertindak sebagai agen. Agen melakukan transaksi secara online nyata dengan fitur EDC mini ATM BRI dan konsep yang diterapkan untuk keuntungan agen itu sendiri yaitu dengan konsep pembagian komisi (sharing fee).

Pelayanan Bank BRI mencakup wilayah yang cukup luas tidak hanya di kota namun dipelosok-pelosok desa maupun perbatasan wilayah sudah mampu menjangkau layanan ini. Manfaat yang dapat dirasakan masyarakat oleh hadirnya BRILink tidak hanya pada keefisiensian secara operasional saja namun

masyarakat juga merasa sangat diberikan kemudahan dalam kegiatan bertransaksinya. Tidak hanya nasabah yang dapat menikmati BRILink, namun bagi yang belum terdaftar sebagai nasabah BRI juga dapat bertransaksi melalui BRILink. Awal mula Brilink disosialisasikan kepada masyarakat luas di tahun 2015, dan berkembang sebagai bisnis bank BRI.

Sejak dibuka pada tahun 2015 lalu, masyarakat menyambut baik keberadaan BRILink. Semenjak dibuka, BRILink telah mengakuisisi total 50.000 agen untuk pertama kalinya, kemudian ditahun kedua pembukaannya ada penambahan agen dengan jumlah yang sama. Dalam dua tahun pertama, BRILink memiliki 100.000 agen diseluruh wilayah di Indonesia. Respon masyarakat yang sangat antusias mendorong BRILink melakukan pembaharuan pada desainnya di tahun 2017. Dilihat dari segi minat masyarakat yang begitu bagus membuat Bank menetapkan untuk menambah desain baru pada produknya yang tadinya hanya menggunakan mesin alat EDC pada BRILink kemudian beralih dengan fitur yang dapat disambungkan pada smartphone. Hal tersebut lebih efektif dan efisien.

Di tahun 2017, minat agen BRILink yang ingin bergabung mengalami kenaikan secara signifikan, sehingga bertambah menjadi 200.000 agen yang gabung di BRILink. Pada 2017 BRILink memiliki 380.000 agen yang tergabung didalamnya. Pertambahan agen yang terus melonjak tinggi sangat berdampak positif bagi keuntungan/kerugian bank dan menyebabkan bank BRI menjadi pemilik agen terbanyak dibandingkan dengan bank-bank yang lain di Wilayah Indonesia.

a. Konsep BRILink

BRILink adalah program yang dikembangkan oleh BRI yang bekerjasama dengan masyarakat dalam membantu perbankan menjalankan kegiatannya dalam urusan melayani transaksi dimana masyarakat bertindak sebagai agen. Agen menggunakan fungsi EDC mini ATM BRI dan konsep yang berlaku untuk kepentingan agen itu sendiri (yaitu konsep biaya bersama) untuk transaksi online yang sebenarnya. Untuk agen konseptual yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia sendiri cukup menggiurkan. BRI memberikan komisi kepada agennya untuk setiap transaksi yang dilakukan agen kepada kliennya. Penetapan pembagian komisi yaitu 50:50.

Pihak agen mendapatkan fee sebesar 50% dan pihak bank juga mendapatkan fee yang sama yakni 50% sesuai dengan konsep yang berlaku. Semakin banyak agen yang menggunakan produk dan layanan BRILink yang ada untuk berdagang, semakin banyak komisi yang dapat diperoleh oleh agen BRILink. Beberapa produk BRILink yang berbayar antara lain

- 1) Transfer didalam BRI dikenakan bea masuk sebesar Rp 3.000
- 2) Nilai tukar dalam pengalihan dana (transfer) antar bank adalah Rp 6.500
- 3) Setor tunai dikenakan tarif sebesar Rp 3.000
- 4) Jumlah pembayaran PLN/TELKOM sebesar Rp 3.000.

b. Produk dan Layanan Agen BRILink

- a) Laku Pandai dalam POJK Nomor 19/POJK.3/2014 merupakan aktivitas yang menyajikan sebuah layanan berbasis diluar dari jaringan kantor sehingga dilakukannya dengan menjalin kerja sama dengan

setiap orang yang ingin bergabung pada BRI dengan menggunakan prasarana yang sudah di siapkan oleh pihak bank yaitu penggunaan teknologi informasi yang berbasis digital seperti laku pandai (keuangan inklusif).

- b) T-Bank memberikan dukungan untuk layanan keuangan digital. Sesuai aturan yang tertuang dalam PBI No. 16/8 / PBI / 2014 dan SE BI No. 16-12 / DPAU, aturan tersebut mengatur perihal pengadaan jasa keuangan digital dalam bentuk inklusi keuangan melalui pelaku jasa keuangan digital personal. Produk uang elektronik BRI berbasis pelayanan yang memerlukan nomor telepon untuk mendaftar sebagai rekening biasa disebut T-Bank. Agen BRILink dapat menggunakan layanan T-Bank sehingga masyarakat sekitar dapat menggunakannya sebagai "rekening" tabungan, dan pendaftaran dapat diperoleh dengan mudah tanpa harus mendaftar.
- c) Mini ATM BRI/EDC adalah alat yang berbasis layanan yang dipakai untuk menjalankan sebuah transaksi keuangan non tunai yang disiapkan oleh ATM.

c. Fitur dan Fasilitas BRILink

Produk-prодук BRILink memiliki beberapa fitur-fitur serta fasilitas diantaranya yaitu :

- 1) T-bank ( cash in, chas out, dan report )
- 2) Tunai (setoran pinjaman, setoran tabungan dan penarikan tunai)
- 3) ATM Mini

- (1) Pendaftaran (mobile banking dan online banking)
- (2) Informasi (saldo akun, mini statement, perubahan akun)
- (3) Transfer (setara dengan BRI, antara BRI dan kode bank)
- (4) Pembayaran (telekomunikasi, pascabayar, PLN, telepon rumah, kartu kredit, cicilan, zakat, infak, DPLK BRI, tiket pesawat, BRIVA, pendidikan)
- (5) Isi ulang pulsa (Telkomsel, Indosat, XL, San, Smartfren, Esia)
- (6) Deposito berjangka.

d. Persyaratan Agen Laku Pandai

Syarat minimal yang harus dipenuhi oleh agent perorangan yaitu:

- 1) Lokasi usaha laku pandai yang akan diselenggarakan dengan tempat tinggal harus satu lokasi.
- 2) Calon agen harus memiliki karakteristik tertentu seperti skill, pamor, jujur, dan kepribadian yang baik
- 3) Pendapatan utama dari kegiatan bisnis atau aktivitas tetap lainnya maksimal dua tahun lamanya.
- 4) Tidak pernah memperoleh bentuk agen usaha dari bank manapun
- 5) Berhasil melewati proses uji tuntas sesuai prosedur yang ditetapkan oleh bank yang menyelenggarakannya.

e. Syarat Agen BRILink

- 1) Identitas: fotokopi berkas yang berhubungan dengan pemilik: KTP pemilik/pengelola NPWP pemilik.

- 2) Dokumen usaha: foto kopi dokumen usaha yang sah RT/RW atau SIUP,SITU, surat keterangan usaha minimal TDP (berlaku untuk agen berbadan hukum, lain-lain lisensi.
- 3) Rekening tabungan: fotokopi sertifikat kepemilikan rekening: buku rekening/atau rekening giro: dokumen penyerahan agen BRILink: formulir penyerahan agen BRILink.
- 4) Penyerahan dokumen:

### 3. Karakteristik Responden

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	34	37.8	37.8	37.8
	Perempuan	56	62.2	62.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Deskriptif tanggapan responden dari total 90 orang dalam penelitian ini lebih banyak responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar 62,2%. Sedangkan sisanya sebanyak 37,8% berjenis kelamin laki-laki.

#### b. Usia

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	30	33.3	33.3	33.3
	26-35 Tahun	49	54.4	54.4	87.8

	36-45 Tahun	6	6.7	6.7	94.4
	Di atas 45 Tahun	5	5.6	5.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Jumlah responden sebanyak 90 responden, dari hasil output di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh usiai 26-35 Tahun sebesar 54,4% atau sebanyak 49 orang.

c. Pendapatan

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 500.000 – Rp1.499.999	44	48.9	48.9	48.9
	Rp 1.500.000 – Rp 2.499.999	17	18.9	18.9	67.8
	Rp 2.500.000 – Rp 3.499.999	9	10.0	10.0	77.8
	Rp 4.500.000 – Rp 5.499.999	14	15.6	15.6	93.3
	> Rp 5.500.000	6	6.7	6.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS (2023)

Dalam penelitian ini pendapatan dari 90 agen Brilink di Kecamatan Banjarmasin Timur mayoritas responden berpendapatan di kisaran Rp 500.000 – Rp1.499.999 /bulan atau 44 responden memilih pilihan tersebut dengan persentase sebesar 48,9%.

**4. Deskripsi Variabel Penelitian**



Variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini ialah produk dan kualitas layanan terhadap pendapatan agen Brilink di wilayah Banjarmasin Timur. Berikut ini akan dipaparkan jawaban dari 90 responden sebagai berikut:

1. Produk (X1)

**Tabel 4. 4 Produk setor tunai BRILink di minati masyarakat**

x1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang setuju	9	10.0	10.0	11.1
	Setuju	59	65.6	65.6	76.7
	Sangat setuju	21	23.3	23.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS(2023)

Sebanyak 65,6% atau 59 responden memilih Setuju menyatakan bahwa produk setor tunai BRILink banyak di minati masyarakat.

**Tabel 4. 5 Produk setor tunai BRILink memudahkan masyarakat menabung uang tunai**

x1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.4	4.4	4.4
	Kurang Setuju	29	32.2	32.2	96.7
	Setuju	54	60.0	60.0	64.4
	Sangat Setuju	3	3.3	3.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS(2023)

Pilihan responden paling banyak memilih setuju sebanyak 60% atas pernyataan mengenai Produk setor tunai BRILink memudahkan masyarakat menabung uang tunai.

**Tabel 4. 6 Produk Tarik tunai BRILink di minati masyarakat**

x1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Tidak Setuju	4	4.4	4.4	5.6
	Kurang Setuju	17	18.9	18.9	24.4
	Setuju	53	58.9	58.9	83.3
	Sangat Setuju	15	16.7	16.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini mayoritas responden memilih setuju sebesar 58,9% atau 53 responden. Hal ini menyatakan bahwa Produk tarik tunai BRILink di minati masyarakat.

**Tabel 4. 7 Produk Tarik tunai BRILink memudahkan Masyarakat mendapatkan/mengambil uang**

x1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8.9	8.9	8.9
	Tidak Setuju	13	14.4	14.4	23.3
	Kurang Setuju	6	6.7	6.7	100.0
	Setuju	63	70.0	70.0	93.3
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS(2023)

Responden merasa setuju mengenai pernyataan ini. Responden yang memilih setuju sebanyak 63 resoponden atau sebesar 70%.

**Tabel 4. 8 Produk transfer BRILink di minati masyarakat**

x1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	14	15.6	15.6	16.7
	Setuju	54	60.0	60.0	76.7
	Sangat Setuju	21	23.3	23.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS(2023)

Mengenai pernyataan ini sebanyak 54 responden menanggapi setuju dengan persentase sebesar 60%, sehingga sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai Produk transfer BRILink di minati masyarakat

**Tabel 4. 9 Produk transfer BRILink memudahkan masyarakat mentransfer uang**

x1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.4	4.4	4.4
	Tidak Setuju	7	7.8	7.8	12.2
	Kurang Setuju	11	12.2	12.2	24.4
	Setuju	62	68.9	68.9	93.3
	Sangat Setuju	6	6.7	6.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Responden menyatakan setuju mengenai pernyataan ini sebesar 68,9% atau 62 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mengenai pernyataan tentang Produk transfer BRILink memudahkan Masyarakat mentransfer uang.

**Tabel 4. 10 Produk pembayaran listrik, pembelian token dan pembelian pulsa di BRILink banyak di minati masyarakat**

x1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	16	17.8	17.8	18.9
	Setuju	27	30.0	30.0	48.9
	Sangat Setuju	46	51.1	51.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden mengenai pernyataan ini sangat setuju sebanyak 46 responden dengan persentase sebesar 51,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju mengenai pernyataan Produk pembayaran listrik, pembelian token dan pembelian pulsa di BRILink banyak di minati masyarakat.

**Tabel 4. 11 Produk pembayaran listrik, pembelian token dan pembelian pulsa di BRILink membantu memudahkan masyarakat karena mudah di jangkau**

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.3	3.3	3.3
	Tidak Setuju	2	2.2	2.2	5.6
	Kurang Setuju	19	21.1	21.1	26.7
	Setuju	56	62.2	62.2	67.8
	Sangat Setuju	10	11.1	11.1	78.9
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Responden paling banyak menanggapi setuju mengenai pernyataan ini dengan persentase sebesar 62,2% atau 56 responden.

## 2. Kualitas Layanan

**Tabel 4. 12 Fasilitas yang disediakan oleh agen BRILink membuat konsumen nyaman**

x2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.4	4.4	4.4
	Tidak Setuju	5	5.6	5.6	10.0
	Kurang Setuju	20	22.2	22.2	32.2
	Setuju	38	42.2	42.2	74.4
	Sangat Setuju	23	25.6	25.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini responden terbanyak memilih setuju dengan persentase sebesar 42,2%, sehingga dalam pernyataan ini atau sebanyak 38 responden.

**Tabel 4. 13 Kemampuan agen BRILink memberikan pelayanan merupakan hal yang sangat penting**

x2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	26	28.9	28.9	28.9
	Tidak Setuju	3	3.3	3.3	32.2
	Kurang Setuju	13	14.4	14.4	46.7
	Setuju	30	33.3	33.3	80.0
	Sangat Setuju	18	20.0	20.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Responden menanggapi Setuju sebanyak 30 responden dengan persentase sebesar 33,3%, sehingga dalam pernyataan ini responden setuju mengenai

kemampuan agen BRILink memberikan pelayanan merupakan hal yang sangat penting.

**Tabel 4. 14 Kemampuan agen BRILink dalam merespon masalah yang dihadapi konsumen/pengguna jasa adalah hal yang penting**

x2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.4	4.4	4.4
	Tidak Setuju	5	5.6	5.6	10.0
	Kurang Setuju	20	22.2	22.2	32.2
	Setuju	38	42.2	42.2	74.4
	Sangat Setuju	23	25.6	25.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden mengenai pernyataan ini sebanyak 42,2% memilih jawaban setuju.

**Tabel 4. 15 Ketepatan agen BRILink dalam memberikan informasi menambah kepercayaan konsumen**

x2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	9	10.0	10.0	13.3
	Setuju	55	61.1	61.1	74.4
	Sangat Setuju	23	25.6	25.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini responden menanggapi setuju dengan persentase sebesar 61,1% sehingga dengan pernyataan ini bahwa sebanyak 55 responden

setuju mengenai ketepatan agen BRILink dalam memberikan informasi menambah kepercayaan konsumen.

**Tabel 4. 16 Kecepatan pelayanan yang diberikan agen BRILink kepada konsumen memuaskan konsumen**

x2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	20	22.2	22.2	23.3
	Setuju	51	56.7	56.7	80.0
	Sangat Setuju	18	20.0	20.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pilihan responden pada pernyataan ini sebanyak 56,7% responden setuju, sehingga dapat dinyatakan bahwa kecepatan pelayanan yang diberikan agen BRILink kepada konsumen memuaskan.

**Tabel 4. 17 Kotak saran dan pengaduan konsumen merupakan hal yang penting**

x2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	2.2
	Kurang Setuju	11	12.2	12.2	14.4
	Setuju	53	58.9	58.9	73.3
	Sangat Setuju	24	26.7	26.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden dalam pernyataan ini sebanyak 53 orang memilih setuju dengan persentase sebesar 58,9% yang berarti bahwa adanya kotak saran dan pengaduan merupakan hal penting bagi konsumen.

**Tabel 4. 18 Kecepatan dan kesigapan agen BRILink dalam menangani keluhan membuat konsumen puas**

x2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Kurang Setuju	15	16.7	16.7	18.9
	Setuju	52	57.8	57.8	76.7
	Sangat Setuju	21	23.3	23.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Responden memberikan jawaban Setuju pada pernyataan ini sebanyak 52 responden dengan persentase dengan 57,8%, sehingga dalam pernyataan ini agen BRILink cepat dan sigap dalam menangani keluhan konsumen.

**Tabel 4. 19 Proses pelayanan oleh agen BRILink cepat kurang dari 15 menit sangat penting untuk konsumen**

x2.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	8	8.9	8.9	10.0
	Setuju	54	60.0	60.0	70.0
	Sangat Setuju	27	30.0	30.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS(2023)



Responden yang menyatakan setuju tentang pernyataan ini sebanyak 60%, sehingga responden setuju dengan proses pelayanan cepat kurang dari 15 menit sangat penting untuk konsumen.

**Tabel 4. 20 Kejujuran agen BRILink menambah kepercayaan konsumen**

x2.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	14.4	14.4	14.4
	Setuju	21	23.3	23.3	37.8
	Sangat Setuju	56	62.2	62.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden memilih sangat setuju sebanyak 62,2% sehingga dalam pernyataan ini responden sangat setuju mengenai kejujuran agen BRILink untuk menambah kepercayaan konsumen

**Tabel 4. 21 Kemampuan agen BRILink dalam menguasai informasi produk dan layanan BRI di butuhkan konsumen**

x2.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	12.2	12.2	12.2
	Setuju	29	32.2	32.2	44.4
	Sangat Setuju	50	55.6	55.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini sebanyak 50 orang responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 55,6%, sehingga dalam pernyataan ini responden

sangat setuju tentang kemampuan agen BRILink dalam menguasai informasi produk dan layanan BRI yang di butuhkan konsumen.

**Tabel 4. 22 Agen BRILink harus mampu mengatasi kendala konsumen**

x2.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	13	14.4	14.4	15.6
	Setuju	31	34.4	34.4	50.0
	Sangat Setuju	45	50.0	50.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini responden banyak memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 50%.

**Tabel 4. 23 Sikap ramah dan sopan yang diberikan agen BRILink kepada konsumen merupakan hal yang penting**

x2.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	10	11.1	11.1	14.4
	Setuju	54	60.0	60.0	74.4
	Sangat Setuju	23	25.6	25.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden yang setuju sebanyak 54 responden atau 60% responden yang setuju dengan pernyataan mengenai empati agen BRILink ramah dan sopan kepada konsumen.

### 3. Pendapat

**Tabel 4. 24 Pendapat akan bertambah jika agen mampu mencapai batas target yang telah ditentukan**

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Tidak Setuju	2	2.2	2.2	4.4
	Kurang Setuju	2	2.2	2.2	6.7
	Setuju	42	46.7	46.7	53.3
	Sangat Setuju	42	46.7	46.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan dari responden yang memilih pilihan sangat setuju sebanyak 46,7% yang menyatakan bahwa responden sangat setuju mengenai pernyataan pendapat akan bertambah jika agen mampu mencapai batas target yang di tentukan.

**Tabel 4. 25 Fasilitas lengkap meningkatkan penjualan**

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	12	13.3	13.3	14.4
	Setuju	54	60.0	60.0	74.4
	Sangat Setuju	23	25.6	25.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Jawaban responden yang menanggapi setuju ada sebanyak 60%. Responden dalam penelitian ini berarti setuju dalam menanggapi pernyataan mengenai fasilitas yang lengkap dapat meningkatkan penjualan

**Tabel 4. 26 Volume penjualan yang dilakukan oleh agen BRILink meningkat**

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Tidak Setuju	8	8.9	8.9	11.1
	Kurang Setuju	12	13.3	13.3	24.4
	Setuju	53	58.9	58.9	83.3
	Sangat Setuju	15	16.7	16.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Persentase responden yang memilih pilihan setuju sebanyak 58,9% hasil ini menunjukkan bahwa pada pernyataan ini kebanyakan responden memilih setuju sebanyak 53 responden.

**Tabel 4. 27 Respon agen yang cepat meningkatkan penjualan**

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.4	4.4	4.4
	Kurang Setuju	18	20.0	20.0	24.4
	Setuju	48	53.3	53.3	77.8
	Sangat Setuju	20	22.2	22.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini responden yang setuju sebanyak 48 responden dengan persentase jawaban setuju sebesar 53,3% mengenai respon agen yang cepat meningkatkan penjualan.

**Tabel 4. 28 Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan teknologi modern (E-Banking dan sebagainya) dapat meningkatkan penjualan**

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	17	18.9	18.9	20.0
	Setuju	54	60.0	60.0	80.0
	Sangat Setuju	18	20.0	20.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden dalam pernyataan ini sebanyak 54 orang setuju atau sebesar 60% yang menyetujui pernyataan mengenai Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan teknologi modern (E-Banking dan sebagainya) dapat meningkatkan penjualan.

**Tabel 4. 29 Agen mendapatkan keuntungan dari pihak bank dari setiap transaksi yang dilakukan**

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Kurang Setuju	13	14.4	14.4	16.7
	Setuju	37	41.1	41.1	57.8
	Sangat Setuju	38	42.2	42.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Jawaban responden paling banyak memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 42,2% atau sebanyak 38 responden yang memilih Sangat setuju pada pernyataan ini.

**Tabel 4. 30 Agen mendapatkan keuntungan dari setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah**

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	8.9	8.9	8.9
	Setuju	36	40.0	40.0	48.9
	Sangat Setuju	46	51.1	51.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden paling banyak memilih sangat setuju sebanyak 46 responden atau sebesar 51,1% mengenai pernyataan ini.

**Tabel 4. 31 Semakin besar jumlah transaksi yang dilakukan oleh nasabah maka semakin besar keuntungan yang diperoleh**

Y8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	14	15.6	15.6	18.9
	Setuju	41	45.6	45.6	64.4
	Sangat Setuju	32	35.6	35.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Tanggapan responden pada pernyataan ini kebanyakan memilih pilihan setuju sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar 45,6%.

**Tabel 4. 32 Semakin kecil jumlah transaksi yang dilakukan oleh nasabah maka semakin kecil keuntungan yang diperoleh**

Y9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Tidak Setuju	3	3.3	3.3	4.4
	Kurang Setuju	25	27.8	27.8	32.2
	Setuju	34	37.8	37.8	70.0
	Sangat Setuju	27	30.0	30.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Jawaban responden paling banyak memilih pilihan setuju dengan persentase sebesar 37,8% atau sebanyak 34 responden setuju mengenai pernyataan ini.

**Tabel 4. 33 Keuntungan agen bertambah ketika nasabah bertransaksi pada bank yang berbeda**

Y10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	2.2
	Kurang Setuju	2	2.2	2.2	4.4
	Setuju	38	42.2	42.2	46.7
	Sangat Setuju	48	53.3	53.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS (2023)

Pada pernyataan ini responden dominan memilih pilihan sangat setuju sebanyak 48 responden dengan total persentase sebesar 53,3%.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Data Penelitian

#### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Responden yang terdapat dalam penelitian ini sebanyak 90 responden.

Nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *Product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*).  $N= 2$ , jadi  $df = 90-2 = 88$ . Maka nilai dari r tabel = 0,207.

**Tabel 4. 34 Uji Validitas Data**

Variabel		Rhitung	Rtabel	Keterangan
Produk	X1.1	0,498	0,207	Valid
	X1.2	0,377	0,207	Valid
	X1.3	0,542	0,207	Valid
	X1.4	0,308	0,207	Valid
	X1.5	0,506	0,207	Valid
	X1.6	0,527	0,207	Valid
	X1.7	0,332	0,207	Valid
	X1.8	0,436	0,207	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,666	0,207	Valid
	X2.2	0,399	0,207	Valid
	X2.3	0,666	0,207	Valid
	X2.4	0,412	0,207	Valid
	X2.5	0,394	0,207	Valid
	X2.6	0,499	0,207	Valid
	X2.7	0,469	0,207	Valid



	X2.8	0,473	0,207	Valid
	X2.9	0,632	0,207	Valid
	X2.10	0,582	0,207	Valid
	X2.11	0,583	0,207	Valid
	X2.12	0,534	0,207	Valid
Pendapatan	Y1	0,518	0,207	Valid
	Y2	0,591	0,207	Valid
	Y3	0,645	0,207	Valid
	Y4	0,514	0,207	Valid
	Y5	0,515	0,207	Valid
	Y6	0,291	0,207	Valid
	Y7	0,506	0,207	Valid
	Y8	0,594	0,207	Valid
	Y9	0,624	0,207	Valid
	Y10	0,400	0,207	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil output pada uji validitas yang sudah dilakukan, diperoleh hasil nilai Rhitung dari variabel Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Pendapatan (Y) lebih besar dari pada nilai Rtabel sebesar 0,207 yang berarti bahwa 30 butir pernyataan yang sudah dijawab oleh responden dinyatakan valid dan bisa dilanjutkan untuk uji berikutnya.

a. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

**Tabel 4. 35 Uji Reliabilitas Variabel X1**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.660	8

Sumber : Output SPSS (2023)

Uji reliabilitas variabel Produk (X1) diperoleh nilai dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,660 lebih besar dari 0,60. Artinya bahwa data dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4. 36 Uji Reliabilitas Variabel X2**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	12

Sumber : Output SPSS (2023)

Nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,735  $> 0,60$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4. 37 Uji Reliabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.700	10

Sumber : Output SPSS (2023)

Diperoleh hasil dari uji reliabilitas pada variabel Pendapatan (Y) sebesar 0,700. Hasil ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,700 lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian pada data menggunakan *Kolmogrov Smimov* dengan menggunakan taraf signifikan 5% sesuai dengan ketentuan. Data dikatakan normal ketika nilai signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  dan sebaliknya jika nilainya  $< 0,05$  maka data tersebut tidak terdistribusi dengan normal. Artinya normal tidaknya suatu data tergantung dari besar kecilnya nilai signifikan yang dihasilkan dari data tersebut.

**Tabel 4. 38 Uji Normalitas Data**

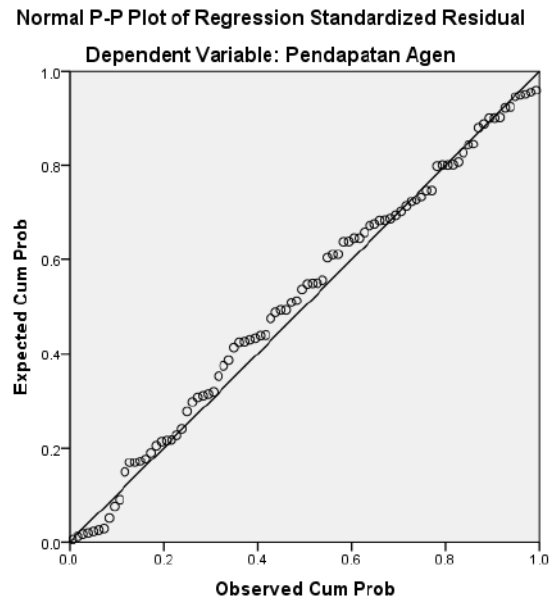
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48404873
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.044
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Exact Sig. (2-tailed)		.254
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Output SPSS (2023)

Hasil dari output uji normalitas one sample *Kolmogrov Smimov* yang sudah dilakukan nilai sig  $0,254 > 0,05$ . Nilai ini menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal karena nilai sig  $0,254$  lebih besar dari  $0,05$ , sehingga data penelitian ini dinyatakan berdistribusi dengan normal.

Selain dengan menggunakan uji *one sample Kolmogrov Smimov* peneliti melakukan uji dengan normal PP-plot pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4. 1 Uji Normal P-P Plot**

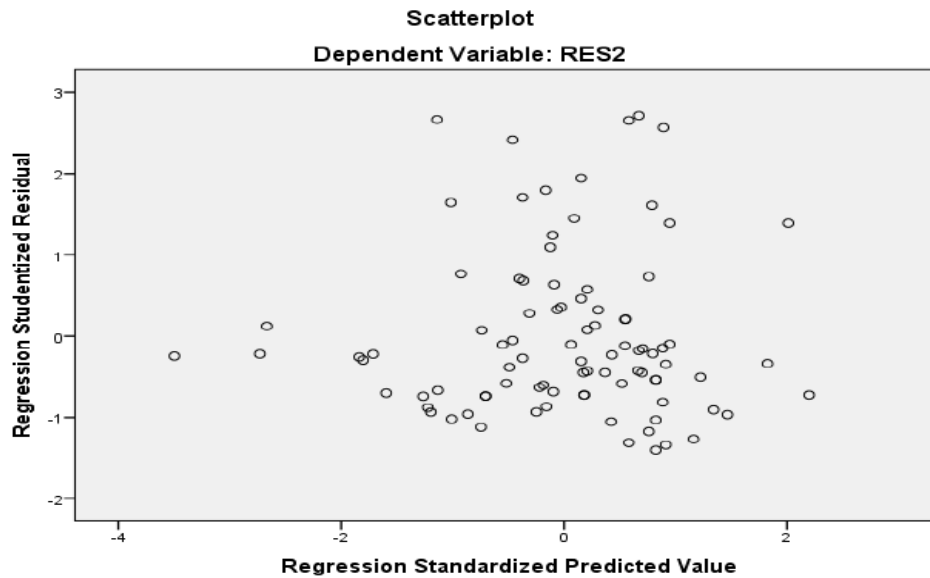


Sumber: *Output* SPSS (2023)

Data dapat diartikan berdistribusi normal apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut serta model regresi merespon asumsi normalitas. Sebaliknya data diartikan tidak normal apabila data merambat menjauhi garis diagonal. Pada gambar di atas terlihat titik-titik mengikuti arah garis diagonal yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

b. Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan grafik Scatterplot.



**Gambar 4. 2 Uji Scatterplot**

Sumber: *Output SPSS (2023)*

Berdasarkan *output* Scatterplot di atas dapat diketahui bahwa :

- 1) Titik-titik tersebar di sekitar angka 0 baik diatas ataupun dibawah angka.
- 2) Titik-titik tidak berkumpul pada satu tempat melainkan menyebar luas.
- 3) Titik-titik pada data tidak membentuk pola yang sempit kemudian lebih lebar dan sebaliknya.
- 4) Titik-titik pada data tidak per pola

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data di atas bebas dari heterokedastisitas. Peneliti juga melakukan metode lain dari uji Heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glejser dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai sig > dari 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas., jika nilai sig < dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 39 Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.634	2.738		.597	.552
	Produk	-.051	.100	-.061	-.506	.614
	Kualitas Layanan	.054	.049	.133	1.100	.275

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Output SPSS (2023)

Dapat dilihat hasil dari *output* variabel pada uji heteroskedastisitas. Nilai sig dari variabel produk sebesar 0,614 lebih besar dari 0,05. Nilai sig dari variabel kualitas layanan sebesar 0,275 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4. 40 Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.032	4.526		3.984	.000		
	Produk	.374	.166	.238	2.250	.027	.772	1.296
	Kualitas Layanan	.258	.081	.337	3.187	.002	.772	1.296

a. Dependent Variable: Pendapatan Agen

Sumber: Output SPSS (2023)

Nilai *Tolerance* dan VIF dipakai untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas. Jika nilai tolerance <0,10 dan nilai VIF > 10,00 maka terjadi

gejala multikolinearitas. Jika nilai tolerance >0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Berdasarkan hasil *output* pada uji multikolinearitas di atas variabel Produk (X1) nilai tolerance sebesar 0,772 > 0,10 dan nilai VIF 1,296 < 10,00. Variabel Kualitas layanan (X2) nilai tolerance sebesar 0,772 dan nilai VIF 1,296 < 10,00. Maka dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### 3. Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. 41 Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.032	4.526		3.984	.000
	Produk	.374	.166	.238	2.250	.027
	Kualitas Layanan	.258	.081	.337	3.187	.002

a. Dependent Variable: Pendapatan Agen

Sumber: Output SPSS (2023)

Rumus uji regresi linier berganda dengan dua prekursor sebagai berikut:

$$Y = 18,032 + 0,374 + 0,258$$

Persamaan model regresi di atas nilai konstanta sebesar 19,637 merupakan nilai total sebelum dipengaruhi oleh variabel. Nilai koefisien produk (X1) sebesar +0,374 artinya setiap 1 unit nilai produk akan menambah pendapatan (Y) sebesar 0,374. Koefisien nilai kualitas pelayanan (X2) sebesar +0,258 artinya setiap 1 unit nilai kualitas pelayanan akan menambah pendapatan sebesar 0,258.



#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dikaji untuk menganalisis pengaruh X1 dan X2 terhadap Y dengan  $0 < R^2 < 1$ . Jika koefisien korelasi mendekati +1 atau -1 berarti ikatan antar variabel tersebut semakin berpengaruh, dan jika koefisien korelasi mendekati angka 0 berarti hubungan antar variabel tersebut semakin melemah.

**Tabel 4. 42 Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 <sup>a</sup>	.247	.230	3.554
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Produk				

Sumber :Output SPSS (2023)

Pada hasil ouput di atas diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,247 yang dimana nilai tersebut mendekati +1 yang berarti bahwa ada pengaruh antara variabel produk dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan sebesar 24,7% sedangkan sisanya 75,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

##### b. Uji T

**Tabel 4. 43 Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.032	4.526		3.984	.000
	Produk	.374	.166	.238	2.250	.027
	Kualitas Layanan	.258	.081	.337	3.187	.002
a. Dependent Variable: Pendapatan Agen						

Sumber : Output SPSS (2023)

Dasar pengambilan keputusan pada uji T ialah Jika  $t$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel atau  $t$  statistic  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi, terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau  $t$  statistik  $> 0,05$  dipastikan  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima sehingga kesimpulannya tidak ada ikatan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus mengetahui nilai Ttabel yaitu  $t = (\alpha/2 ; n-k-1)$  maka  $t = (0,025 ; 90-2-1) t = (0,025 ; 87)$  diperoleh hasil dari Ttabel sebesar 1,988.

- a. Berdasarkan hasil ourput uji T yang sudah dilakukan pada variabel produk (X1) nilai sig  $0,027 < 0,05$ , sedangkan nilai  $t$  hitung 2,250 nilai ini lebih besar dari nilai Ttabel 1,988, maka dapat dipastikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara produk terhadap pendapatan agen Brilink di Banjarmasin.
- b. Pada variabel kualitas layanan (X2) nilai sig  $0,02 < 0,05$  sedangkan nilai thitung sebesar 3,187 nilai ini lebih besar dari nilai Ttabel 1,988, maka dapat dipastikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_b$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pendapatan agen Brilink di Banjarmasin.

c. Uji F

**Tabel 4. 44 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.413	2	180.706	14.304	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1099.076	87	12.633		
	Total	1460.489	89			
a. Dependent Variable: Pendapatan Agen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Produk						

Sumber : Output SPSS (2023)

Uji F memiliki kriteria dalam pengambilan keputusan yakni:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $F_{statistic} < 0,05$ , jelas bahwa  $H_0$  tertolak dan  $H_a$  diterima, sehingga kesimpulannya terdapat ikatan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $F_{statistik} > 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus mengetahui nilai  $F_{tabel}$   $F = (k ; n-k)$   $F = (2 ; 90-2)$   $F = (2 ; 88)$

didapat hasil nilai dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,100.

Hasil output pada uji F antara produk (X1) kualitas pelayanan (X2) terhadap pendapatan agen (Y) dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $14,304 > 3,100$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa uji hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga kesimpulannya terdapat ikatan yang sangat kuat antara produk dan kualitas layanan terhadap pendapatan agen Brilink di kota Banjarmasin.

Berdasarkan *output* SPSS uji t variabel produk diperoleh hasil dari nilai t-hitung sebesar 2,250 nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel 1,988. Nilai signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,027, nilai ini lebih kecil dari sig 0,05. Maka dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh produk terhadap pendapatan agen Brilink di kota Banjarmasin.

Nilai koefisien pada regresi menghasilkan nilai positif sehingga dapat diartikan bahwa produk memiliki pengaruh terhadap agen BRILink di Banjarmasin, sehingga produk tidak hanya sekedar barang real saja tetapi bisa berupa jasa, maka produk dapat memberikan kepuasan tersendiri dan membuat perusahaan tersebut dituntut menjadi lebih berkarya dan berinovasi dan berwawasan luas demi produk yang di hasilkan.

Menurut Kotler, produk adalah barang yang memiliki nilai jual sehingga bisa ditawarkan kelingkungan sekitar untuk dicoba demi menarik perhatian orang agar dibeli untuk diambil manfaatnya, sebagai pemenuh kebutuhan atau pemuas keinginan. Dengan adanya produk tersebut masyarakat tidak harus mengantri berjam-jam di bank hanya untuk melakukan transaksi berupa setor tunai, tarik tunai dan sebagainya sebab BRILink menyediakan pelayanan yang sama seperti bank BRI pada umumnya tapi fitur yang dimiliki BRILink sedikit terbatas. Dengan manfaat yang dimiliki membuat produk BRILink ini dijadikan sebagai sarana alternatif bagi masyarakat dalam memudahkan segala aktivitas sehari-harinya.

Berdasarkan hasil uji t pada *output* SPSS diperoleh nilai thitung variabel kualitas layanan sebesar 3,187, nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel 1,988. Nilai

sig 0,02 lebih kecil dari 0,05. Maka dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap pendapatan agen Brilink di kota Banjarmasin.

Nilai koefisien regresi positif diartikan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada pendapatan agen BRILink di kota Banjarmasin. Menurut Nasution, kualitas layanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Inti sari dari konsep kualitas layanan didasarkan pada bukti fisik langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empaty*), menunjukkan dalam bentuk segala kegiatan pelayanan yang memuaskan penerima layanan.

BRILink adalah kegiatan yang tidak membutuhkan pelayanan yang berlebihan seperti yang dilakukan oleh bank-bank pada umumnya, melainkan pelaku bisnis hanya perlu berlaku sopan dan santun. Hal ini sejalan dengan inti sari dari konsep kualitas layanan. Namun, jika konsep kualitas layanan dilakukan secara berlebihan tanpa melihat prosedur yang berlaku pada umumnya, hal tersebut akan mempengaruhi pendapatan agen. Dengan sikap yang berlebihan menimbulkan rasa kurang nyaman dengan kualitas layanan yang diberikan sehingga hal tersebut membuat masyarakat tidak setia menjadi pelanggan tetap. Pada dasarnya selera masyarakat selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu, tentunya agen BRILink harus bisa menganalisis dan menyesuaikan keadaan dan kondisi dilingkungan sekitar.