

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM (DI BRILINK
KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN
METRO BARAT)**

Oleh:

**RIA FEBRIANI
NPM.1804102035**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM (DI BRILINK
KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN
METRO BARAT)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Perbankan Syariah (S.E)

Oleh :

RIA FEBRIANI
NPM. 1804102035

Pembimbing : Liberty, SE.MA

Jurusan: S1 Perbankan Syari'ah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M**



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : RIA FEBRIANI
NPM : 1804102035
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM (DI
BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG
KECAMATAN METRO BARAT)

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, Juni 2022
Dosen Pembimbing

Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM (DI
BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG
KECAMATAN METRO BARAT)

Nama : RIA FEBRIANI
NPM : 1804102035
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Juni 2022
Dosen Pembimbing



Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 200003 2 002



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alirang Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-3056 /in.28.3/P/PP.009/09/2022

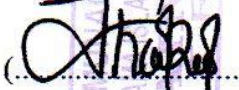
Skripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM (DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT) disusun oleh: RIA FEBRIANI, NPM: 1804102035, Program Studi: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal : Senin, 18 Juli 2022.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua / Moderator : Liberty, SE. MA

()

Penguji I : Hermanita, M.M

()


Penguji II : David Ahmad Yani, M.M

()

Sekretaris : Dian Oktarina, M.M

()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

()
Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 0017

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM (DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT)

Oleh :

RIA FEBRIANI
NPM. 1804102035

Ketidakpuasan nasabah adalah suatu hambatan yang dialami oleh nasabah seperti munculnya perasaan kuatir akan gangguan keamanan layanan atau akibat nyata seperti keterhambatan atau gagal melakukan transaksi. Pemberitaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah akan kemungkinan terjadinya masalah kejahatan yang dapat berakibat hilangnya finansial, nasabah mungkin persepsi bahwa semakin canggih teknologi maka semakin canggih juga kejahatan yang dapat dilakukan. Pada dasarnya ketidakpuasan dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan penetapan harga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna mini atm di brilink kelurahan ganjar agung kecamatan metro barat. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada nasabah brilink dan kepada pemilik agen brilink dikelurahan ganjar agung. Kemudian semua data tersebut di analisis secara induktif.

Hasil dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mampu mempengaruhi ketidakpuasan pengguna mini atm dikelurahan ganjar agung kecamatan metro barat dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan penetapan harga.

Kata kunci: Ketidakpuasan, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan penetapan harga

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ria Febriani
NPM : 1804102035
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan asli hasil penelitian saya
kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumber yang disebutkan
dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2022



Ria Febriani

1804102035

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ

تُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.(QS.Al.Imron ayat:159)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayahanda tercinta Mesno dan Ibu tercinta, Manisah terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Terima kasih juga atas limpahan doa yang tak pernah berhenti. Serta segala hal yang telah engkau lakukan, semua yang terbaik.
2. Terima kasih selanjutnya untuk kakak-kakak saya Ratna Yunisah, Puji Santoso dan Hendi Hidayat yang luar biasa, dalam memberi dukungan dan juga doa, dan yang selama ini sudah menjadi kakak sekaligus sahabat bagi saya. mereka adalah tempat saya berlari ketika saya merasa tidak ada yang memahami di luar rumah, juga yang selalu membantu ketika saya membutuhkan bantuan.
3. Terima kasih selanjutnya lagi untuk teman seperjuangan Dwi Prawita, Wahyu Pratiwi, Shoffa Firda Rahmah, Rosalya Gunawan, Mila Rizki Widyatri, Dian Natasya dan Dona Kurniati Putri yang selalu mensupport, dan selalu memberi semangat.
4. Almamaterku tercinta, IAIN Metro yang memberikan tempat dan kesempatan untuk belajar dan mengetahui banyak ilmu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini. Penelitian Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S. E).

Dengan upaya penyelesaian Skripsi ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak M. Ryan fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Liberty, SE.MA selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Semua Pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, karena keterbatasan yang peneliti miliki. Untuk itu kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan bagi peneliti dan akan diterima untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.

Metro, 19 Agustus 2022
Penulis,



Ria Febriani
NPM.1804102035

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Relevan	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. ATM (Automatic Teller Machine).....	9
1. Pengertian ATM.....	9
2. Pengertian MINI Atm	9
3. Fungsi MINI Atm.....	9
4. Kelebihan MINI Atm	9
B. Ketidakpuasan Nasabah	15
C. BRILink.....	16
1. Definisi BRILink.....	16
2. Tujuan Penyelenggaraan BRILink.....	17

3. Produk dan Layanan BRILink	17
D. Kualitas Pelayanan	19
E. Pengertian Kepercayaan	24
F. Penetapan Harga.....	28
1. Pengertian Penetapan Harga	28
2. Penetapan Harga Menurut Ekonomi Islam	29
3. Tujuan Penetapan Harga	30
4. Faktor-faktor Penetapan Harga	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	35
B. Sumber Data.....	36
C. Teknik Pengumpulan Data.....	37
D. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BRILink Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat	39
1. Sejarah Singkat BRILink Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat	39
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm Di BRILink kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat	41
C. Analisis faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna MINI Atm Di BRILink kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

ATM (*Automated Teller Machine*) merupakan mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.¹

ATM (*Automated Teller Machine*) telah menjadi alat pembayaran, kartu ATM mencatat transaksi paling tinggi pada saat pertama diperkenalkan pada tahun 1987 oleh Bank Niaga, fungsi dari ATM hanya sebatas penarikan tunai tetapi kini fungsi ATM telah mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM nasabah dapat membayar listrik, pajak bumi dan bangunan, telepon, *pulsa* handphone, pembelian barang dengan angsuran, dan berbelanja kebutuhan sehari hari.

Meningkatnya jumlah penggunaan ATM disebabkan oleh adanya jumlah ATM dan banyaknya bisnis perbankan yang tergabung pada jaringan ATM, trend teknologi pada bisnis perbankan masih menjadikan ATM sebagai strategi utama dalam memberikan pelayanan dan kepuasan nasabah. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan *fee-based income* (penerima bank yang berasal dari jasa bank) tetapi juga dapat memperluas jaringan.

¹ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Keenam*, PT Raja Grafindo Jakarta, 2007

Bank dalam jaringan pada ATM dapat menciptakan sistem pembayaran secara nasional karena pada saat ini bank dapat melakukan transaksi antar bank dengan waktu yang tidak terbatas, manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya jaringan tersebut maka peningkatan *cost productivity*, sehingga *cost transaction* dapat menjadi lebih mudah dan lebih efisien secara nasional.²

Bank BRI telah melakukan terobosan baru dengan melakukan pengembangan terhadap inovasi layanan produk yang mampu memahami kebutuhan para nasabah dalam bertransaksi, produk perbankan yang dimaksud yaitu sebuah layanan laku pandai atau disebut dengan istilah BRILink.

Menurut bank BRI, BRILink merupakan perluasan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi nasabah secara *real time* online menggunakan fitur EDC mini ATM BRI dengan konsep sharing fee. BRILink merupakan penerapan dari program laku pandai pada PT Bank Rakyat Indonesia yang sudah sesuai dengan peraturan OJK, yaitu sebuah program layanan keuangan tanpa kantor untuk keuangan inklusif melalui perantara Agen Bank.

Program laku pandai ini bank dapat memilih nasabah yang loyal pada daerah tertentu untuk menjadi agen BRILink dalam memberikan layanan perbankan kepada nasabah sekitar, melalui BRILink bank berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah untuk meningkatkan kepuasan

² Ade Arthesa dan Edia Handirman, *Bank Dan Lembaga Bukan Keuangan*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009).h 257.

nasabah dalam Mini ATM BRI adalah salah satu produk bank BRI yang dikhususkan untuk para nasabah yang bergabung menjadi agen BRILink Mobile, Mini ATM ini menggunakan mesin EDC seperti alat yang biasa kita jumpai pada kasir super market atau tempat perbelanjaan.

Proses kerja BRILink akan dibantu dengan adanya alat EDC (*Electronic Data Capture*) yang merupakan mesin untuk menggesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi keuangan, BRILink tidak hanya memberikan manfaat efisien operasional tetapi juga dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, keberadaan BRILink juga sudah dapat menjangkau berbagai wilayah perdesaan hingga ke wilayah perbatasan yang memiliki akses jaringan sehingga nasabah dapat menggunakannya.³

Selain itu keputusan pembelian jasa BRILink juga dapat dipengaruhi oleh puas atau tidaknya nasabah terhadap pelayanan yang diterima, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memenuhi semua kebutuhan dan keinginan nasabahnya yang akan menciptakan rasa kepuasan, jika para nasabah merasa puas akan pelayanan yang diterima tidak menutup kemungkinan mereka akan melakukan pembelian ulang ditempat yang sama⁴.

Ketidakpuasan nasabah adalah suatu hambatan yang dialami oleh nasabah seperti munculnya perasaan kuatir akan gangguan keamanan layanan atau akibat nyata seperti keterhambatan atau gagal melakukan transaksi.

³ Herman Ahmadi, *Analisis Penerapan Brilink Di Bank BRI KOTA Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion*, (Universitas PGRI Madiun, 2018), Jurnal Akuntansi, Vol 1, No 2, h 215.

⁴ Nindya Linggar Amita, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Terhadap Minat Menggunakan Layanan Produk BRILink*, (Universitas Brawijaya, 2015), Jurnal Ilmiah, Vol 4, No. 1, h 4.

Pemberitaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah akan kemungkinan terjadinya masalah kejahatan yang dapat berakibat hilangnya finansial, nasabah mungkin persepsi bahwa semakin canggih teknologi maka semakin canggih juga kejahatan yang dapat dilakukan.⁵

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, sebagai salah satu bank yang terkemuka di Indonesia yang dapat menjangkau nasabah hingga ke pelosok daerah turut serta memperluas jasa perbankan yang akses menuju kantor cabang maupun unit kerja untuk melakukan transaksi, yaitu dengan melalui Agen BRILink.

Dari hasil prasurvey yang peneliti lakukan dikelurahan Ganjar Agung dapat diperoleh informasi mengenai penyebab nasabah kelurahan Ganjar Agung kurang puas saat melakukan transaksi di BRILink yaitu menurut hasil wawancara dari Ibu Iin Andriyani dikarenakan tarif fee yang ditetapkan oleh agen BRILink yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda, selisih tarif fee mulai dari Rp. 3.000,00 sampai dengan Rp. 10.000,00 setiap kali saat melakukan transaksi. Menurut Ibu Manisah kurang puasnya saat melakukan transaksi di BRILink yaitu pada saat melakukan transaksi penarikan tunai pihak BRILink tidak mengetahui jika mesin EDC sedang ada kendala, dikarenakan kendala tersebut uang di ATM sudah berkurang tetapi pada ATM agen BRILink tidak ada transferan masuk, alhasil pihak BRILink tidak

⁵ Ronny, *Optimalisasi Layanan Bank Untuk Meminimalkan Ketidakpuasan Nasabah*, *Jurnal Ekonomi & Bisnis Entrepreneurship*, Magister Manajemen STIE Perbanas, Surabaya, Vol 12, No 1, April 2018.

bertanggung jawab dan uang sebesar Rp. 1.000.000,00 hilang seketika itu yang membuat kurang puas saat melakukan transaksi di BRILink.⁶

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada ibu Dian penyebab kurang puasnya dalam bertransaksi di BRILink yaitu pelayanan kepada nasabah kurang baik pada saat melakukan transaksi

Dalam kaitanya dengan uraian diatas, maka dalam hal inilah yang membuat penulis tertarik ingin membahas lebih jauh tema ini dengan memilih judul: “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN ATM MINI (DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT)”

B. Pertanyaan Penelitian

Apa faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan nasabah yang melakukan transaksi di BRILink ?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan pertanyaan penelitian diatas, penelitian ini bertujuan :
Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi ketidakpuasan nasabah yang melakukan transaksi di BRILink ?

⁶ Wawancara kepada ibu manisah selaku nasabah BRILink.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang transparansi kepada nasabah mengenai biaya admin yang ditetapkan oleh agen BRILink.

b. Secara Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para agen BRILink agar dapat menetapkan biaya admin yang sama, pelayanan yang baik dan sebagainya.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan yaitu mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. ⁷Berdasarkan yang peneliti lakukan terhadap karya ilmiah (skripsi) di Perpustakaan IAIN Metro bahwa yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan Mini Atm di BriLink kelurahan ganjar agung belum peneliti temukan. Tetapi ada yang membahas terkait dengan mekanisme transaksi di BRILink. Skripsi yang membahas tentang BRILink ada beberapa yang peneliti temukan yaitu :

⁷ Zuhairi, *et.al*, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)., h. 27

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Putra Intan Sari mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang “Analisis Keputusan Dalam Menggunakan Produk BRILink Dengan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process)”. Penelitian ini menekankan pada faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk BRILink yaitu price dengan bobot 0,249. Namun hasil perbandingan bobot *head to head* antara BRILink dan BRI bahwa faktor *prSocess* memilit bobot 0,635 dan 0,375 lebih tinggi dalam pertimbangan nasabah memilih BRILink⁸.
2. penelitian yang dilakukan oleh Dela Mulyasari mahasiswa IAIN Metro “Mekanisme Transaksi BRILink”. Penelitian ini menekankan adanya perbedaan penetapan harga dari masing-masing agen BRILink kepada para nasabahnya Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan transaksi BRILink dan penyebab perbedaan pada penetapan biaya adminitrasi di BRILink di Desa Sidokerto Kecamatan Bumi Ratu Nuban Lampung Tengah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya perbedaan transaksi antara agen BRILink berdasarkan penetapan biaya adminitrasi yang dibebankan nasabah dalam melakukan

⁸ Dwi Putra Intan Sari, *Analisis Keputusan Dalam Menggunakan Produk BRILink Dengan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process)*, Skripsi Universitas Imam Bonjol Padang, 2017.

transaksi transfer sesama bank dan transfer ke bank lain. Perbedaan biaya administrasi tersebut disebabkan oleh agen BRILink dalam menetapkan biaya administrasi dengan mempertimbangkan jarak antara agen BRILink dengan bank, jarak dengan ATM, jarak dengan Agen BRILink lainnya dan berdasarkan jumlah biaya yang telah dikeluarkan seperti biaya sewa, biaya listrik, biaya gaji karyawan, biaya operasional seperti biaya kertas, biaya paketan internet (kuota), dan biaya transportasi.⁹

3. penelitian yang dilakukan oleh Izza Ismah Karima mahasiswa STAIN Kudus “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Di Agen BriLink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus”. Penelitian ini menekankan adanya pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($4,017 > 1.988$) yang artinya semakin tinggi kepercayaan yang diterima maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi di agen BRILink dan terdapat adanya pengaruh kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas gulang kecamatan Mejobo Kudus. Sesuai dengan nilai signifikan F dibawah $0,05$ yaitu sebesar $0,00$ ($0,00 < 0,05$).¹⁰

⁹ Dela Mulyasari, *Mekanisme Transaksi BRILink (Studi di Desa Sidokerto Kecamatan Bumi Ratu Nuban Lampung Tengah)*, Skripsi IAIN Metro, 2019.

¹⁰ Izza Ismah Karima, *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Di Agen BriLink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus*, Skripsi STAIN Kudus, 2017.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. ATM (*Automatic Teller Machine*)

1. Pengertian ATM (*Automatic Teller Machine*)

ATM (*Automatic Teller Machine*) yaitu merupakan suatu sistem pelayanan yang diberikan oleh nasabah secara elektronik dengan menggunakan sistem komputer dalam mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi *teller* untuk dapat melayani nasabah. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*plastoc card*) dan kode pengenalan diri (*personal identification card*).¹

Adapun beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan ATM diantaranya yaitu :

- a. Penarikan tunai.
- b. Transfer antar rekening dalam bank yang sama ataupun bank yang berbeda.
- c. Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan kartu kredit).
- d. Berbagai jenis transaksi perbankan yang lainnya.

¹ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 284.

Keuntungan yang dapat diperoleh oleh bank dengan adanya ATM diantaranya yaitu :

- a. *Fee* dari pemegang kartu ATM.
- b. Menarik masyarakat.²

2. Pengertian Mini ATM

Mini ATM BRI adalah salah satu produk bank BRI yang dikhususkan untuk para nasabah yang bergabung menjadi agen BRILink *Mobile*, Mini ATM ini menggunakan mesin EDC seperti alat yang biasa kita jumpai pada kasir super market atau tempat perbelanjaan.

3. Fungsi Mini ATM

Tidak seperti ATM biasa, Mini ATM hanya bisa difungsikan untuk transaksi non-tunai. Ini artinya kita dapat transfer, melakukan pembayaran, dan transaksi-transaksi *self service* lainnya kecuali untuk penarikan tunai, bentuknya berupa mesin gesek kartu yang bisa mengakses kartu kredit, kartu *prepaid*, dan kartu debit.

4. Kelebihan Mini ATM

Kelebihan Mini ATM yang pertama adalah dapat digunakan untuk mengakses kartu ATM bank lain yang bergabung dalam jaringan ATM bersama, link, dan prima.

Kemudian yang kedua Mini ATM ini memiliki jaringan yang luas dan mudah digunakan, anda tinggal menggesekan kartu debit, kredit, atau

² Ismail, *Manajemen Perbankan (dari Teori Menuju Aplikasi)*. Jakarta: Kencana, 2010), h. 174.

kartu *prepaid* ke Mini ATM kemudian mengikuti perintah atau menu yang ada.

1. Kepuasan pelanggan

a. Pengertian kepuasan pelanggan

Pelanggan atau konsumen adalah setiap orang, unit atau pihak yang secara langsung atau tidak berurusan dengan pemasok produk.³ Menurut Bachtiar, kepuasan konsumen adalah perasaan positif konsumen yang terkait dengan produk atau layanan selama atau setelah menggunakan layanan atau produk.⁴ Sedangkan kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.⁵

Menurut Tjiptono kepuasan berasal dari bahasa Latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai usaha mencapai sesuatu atau membuat sesuatu yang cukup.³⁶ Howard dan Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi pembeli tentang membandingkan antara hasil yang diperoleh dan pengorbanan yang dilakukan.⁶ Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang dirasakan dari produk atau layanan,

³ Nina Rahmayanty, “*Manajemen Pelayanan Prima*,” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), H.23.

⁴ Danis Imam Bachtiar, “*Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo*,” Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi Vol. 7, 2011, H. 103.

⁵ Siti Husna & Ainu Syukri, “Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja,” Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 2014, H.10-11.

⁶ *Ibid.*, H.35.

jika kinerja produk tidak memenuhi harapan maka pelanggan akan kecewa. Jika kinerja produk memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, jika kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa konsep kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan.

Salah satu tujuan utama perusahaan terutama perbankan adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah mereka yang berpikir bahwa mereka mendapatkan nilai dari produsen atau penyedia layanan. Nilai dapat berasal dari produk, layanan, sistem atau hal-hal emosional.⁷

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukandengan cara:

1) Sistem keluhan dan usulan

Semakin banyak sejumlah keluhan atau komplain yang diajukan pelanggan selama suatu periode, berarti semakin kurang baik demikian sebaliknya. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran dimana pelanggan dapat dengan mudah mencapai lokasi atau mereka dapat mengisi komentar secara langsung atau mengirimkannya.

⁷ Woro Mardikawati & Naili Farida, "Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi Po Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)," Jurnal Administrasi Bisnis, 2013.

keperusahaan melalui pos. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide yang lebih baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga dapat membuat respon cepat untuk mengatasi masalah yang muncul.

2) Survei kepuasan pelanggan

Bank perlu menyelidiki semua hal yang berkaitan dengan bank dimana pelanggan melakukan transaksi melalui wawancara dan kuesioner.

3) Konsumen samaran

Bank dapat mengirimkan karyawan atau berpura-pura menjadi pelanggan melalui orang lain agar dapat langsung melihat layanan yang diberikan oleh agen, sehingga mereka dapat dengan jelas memahami bagaimana agen memberikan layanan kepada pelanggan.

4) Analisis mantan pelanggan

Melihat catatan pelanggan yang dulunya pernah menjadi pelanggan guna mencari tahu mengapa mereka bukan lagi menjadi pelanggan.⁸

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa variabel yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk kualitas layanan, harga dan lingkungan.

⁸ Fandi Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offsite, 2011), H.369-370.

1) Kualitas layanan

Industri perbankan secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan kepuasan pelanggan seperti pelayanan yang sangat menargetkan kepuasan pelanggan, karena pelayanan pelanggan memilih bank tertentu dan bersedia datang untuk melakukan transaksi selanjutnya, dan juga menjadi pemasar dari mulut kemulut untuk potensial pelanggan.

2) Harga

Harga adalah kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, karena sebagian besar pelanggan melihat pada harga sebelum membelinya. Harga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan, karena harga suatu produk secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, oleh karena itu, jika harga suatu produk terjangkau maka pelanggan akan puas dan mau membeli produk lagi.

3) Lingkungan

Lingkungan merupakan tempat dimana berbagai kegiatan dilakukan untuk memproduksi produk, yang dapat diperoleh dan diberikan kepada pelanggan sasaran. Pemilihan lingkungan adalah aspek yang juga menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengoperasikan bisnis.⁹

⁹ Raja Irfan Sabir *Et Al.*, "Factors Affecting Customers Satisfaction In Restaurants Industry In Pakistan," *International Review Of Management And Business Research*, 2014, H.869-876.

B. Ketidakpuasan nasabah

Ketidakpuasan nasabah adalah suatu hambatan yang dialami oleh nasabah seperti munculnya perasaan kuatir akan gangguan keamanan layanan atau akibat nyata seperti keterhambatan atau gagal melakukan transaksi. Pemberitaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah akan kemungkinan terjadinya masalah kejahatan yang dapat berakibat hilangnya finansial, nasabah mungkin persepsi bahwa semakin canggih teknologi maka semakin canggih juga kejahatan yang dapat dilakukan.¹⁰

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia layanan (perusahaan), baik evaluasi itu sebagian maupun secara keseluruhan. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.¹¹

Parasuraman mengatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai tingkatan keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut untuk memenuhi kemauan pelanggan. Tjiptono menerangkan bahwa apabila jasa yang diterima ataupun dianjurkan cocok dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan

¹⁰ Ronny, *Optimalisasi Layanan Bank Untuk Meminimalkan Ketidakpuasan Nasabah*, *Jurnal Ekonomi & Bisnis Entrepreneurship*, Magister Manajemen STIE Perbanas, Surabaya, Vol 12, No 1, April 2018

¹¹ Denny Erica & Harun Al Rasyid, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta," *Jurnal Ecodemica*, Vol.1, No.2, 2018, H.212.

memuaskan.¹²

Kualitas suatu produk maupun jasa butuh ditetapkan melalui dimensi-dimensinya. Menurut penelitian kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Tjiptono dan Chandra mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan penelitian dan pengembangan yang dilakukan, lima dimensi kualitas pelayanan utama disusun dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

C. BRILink

1. Definisi Brilink

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melakukan berbagai inovasi untuk dapat menjangkau masyarakat dengan layanan perbankan, salah satunya inovasi itu yaitu melibatkan pihak ketiga (agen) dalam pelayanan perbankan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah meluncurkan program laku pandai sebagai inklusif keuangan, terdapat empat perbankan besar yang menysar kesektor mikro dengan menyediakan produk yang sederhana untuk dapat diakses oleh masyarakat kepelosok pedesaan¹³.

BRILink merupakan perluasan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan para nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani

¹² Sangadji, Op.Cit., H.10

¹³ BRI *Corporate*, Laporan Keberlanjutan, 2015, h. 37

transaksi perbankan bagi masyarakat secara *real time* online menggunakan fitur EDC mini ATM BRI dengan konsep *sharing fee*.¹⁴

Sharing fee yaitu pembagian *fee* antara BRI dan agen BRILink atas komisi dari transaksi BRILink.

Agen BRILink merupakan layanan agen laku pandai milik bank BRI yang diluncurkan pada november 2014, dengan menggabungkan pihak ketiga dalam hal ini nasabah BRI sebagai agen, agen BRILink memberikan berbagai layanan perbankan bagi nasabah.

2. Tujuan Penyelenggaraan BRILink

Tujuan yang utama dari penyelenggaraan BRILink yaitu untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada para nasabah yang belum terlayani dengan baik, nasabah BRI maupun masyarakat umum yang lainnya bisa dapat melakukan setoran tabungan, penarikan secara tunai serta melakukan transaksi pembayaran melalui agen.¹⁵

3. Produk dan Layanan BRILink

a. Laku Pandai

Menurut POJK No.19/POJK.3/2014 yaitu kegiatan yang menyediakan layanan perbankan atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi.

¹⁴ PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, [Http://bri.co.id/tentang-brilink](http://bri.co.id/tentang-brilink)

¹⁵ Dwi Putri Intan Sari, *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Brilink Dengan Metode HAP (Analitical Hierarchy Process)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah, (Repository Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang, 2017), h. 20.

b. *T-Bank*

Mendukung layanan Keuangan Digital (LKD) sesuai dengan PBI No.16/8/PBI/2014 dan SE BI No.16/12/DPAU mengenai penyelenggaraan layanan keuangan digital dalam rangka keuangan inklusif melalui agen layanan keuangan digital individu.

c. Mini ATM BRI

Yaitu *Electronic Data Capture* (EDC) yang digunakan untuk melakukan transaksi keuangan non tunai sebagaimana halnya transaksi keuangan non tunai disediakan di ATM.¹⁶

d. Syarat agen BRILink

- a. Memiliki usaha minimal 1 tahun.
- b. Memiliki simpanan berkartu di BRI (menyetor uang jaminan sebesar Rp. 3.000.000,-) dan saldo tersebut diblokir selama menjadi agen.
- c. Memiliki rekening BRI dengan jumlah saldo yang mencukupi (sesuai ketentuan bank) untuk melakukan transaksi.
- d. Memiliki surat keterangan usaha.
- e. Belum menjadi agen dari pihak penyelenggara laku pandai.
- f. Persyaratan dokumentasi pengajuan agen BRILink.¹⁷

e. Keuntungan BRILink

- a. Memberikan fasilitas atau pelayanan lebih kepada nasabah.
- b. Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan mesin EDC.

¹⁶ Dwi Putri Intan Sari, *Analisis Keputusan Nasabah*, h.21

¹⁷ Ibid h. 21.

c. Meningkatkan pendapatan agen dengan adanya *sharing fee*.¹⁸

D. Kualitas pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian berkesinambungan baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung pada keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah.

1. Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Konsumen merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapannya. Maka dari itu, penyedia layanan harus meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan berbagai cara. Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung hingga merasa nyaman dan senang saat diperlakukan dengan baik. Jangan sampai pengunjung merasakan sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan kurang ramah.

Cara lain yakni dengan memberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kemampuan kepada konsumen. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut bisa

¹⁸ Erin Purnamasari, *Analisis Faktor Internal*, h. 33.

dianggap ideal. Kualitas pelayanan bisa dianggap rendah apabila yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai yang diharapkan.

Kualitas pelayanan bisa dimaksimalkan melalui berbagai cara. Seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan profesional. Semua pekerja harus kompak memiliki perasaan agar bisa menjaga profesionalitas. Meskipun tidak semua konsumen bisa belanja dengan sikap baik, sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai lebih. Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, Serta dapat menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

2. Fungsi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi kualitas pelayanan yakni untuk memberikan perasaan nyaman dan puas kepada konsumen. Dengan demikian konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat usaha kedua atau bahkan

lebih. Hal ini berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas.¹⁹

3. Ukuran atau Dimensi Kualitas Pelayanan

a. Keandalan (*Reliability*)

Reliability adalah kemampuan Untuk Memberikan Layanan Yang Dijanjikan Dengan Segera, Akurat Dan Memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi reliability, yaitu Kecermatan dalam melayani pelanggan, Standar pelayanan yang jelas, Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi responsiveness, terdiri dari:

1. Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.
2. Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat.
3. Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.
4. Semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

¹⁹ Mowen, John C dan Minor, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Airlangga 2012.

c. Jaminan (*Assurance*)

Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi assurance, di antaranya:

1. Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.
2. Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan.
3. Perusahaan memberikan jaminan legalitas.

d. Perhatian (*Attention*)

Attention adalah kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi attention, di antaranya:

1. Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah – tamah.
2. Menghargai setiap pelanggan.
3. Mendahulukan kepentingan pelanggan.
4. Melayani dengan tidak diskriminatif.

e. Bukti Langsung (*Tangible*)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi.

Indikator untuk dimensi *tangible*, di antaranya:

1. Kemudahan dalam proses pelayanan.
2. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
3. Penampilan dalam melayani pelanggan.
4. Kenyamanan tempat penyedia pelayanan.
5. Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan.
6. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.

f. Cara Mengukur Kualitas Pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan melakukan review dilanjutkan dengan perbaikan. Tentu harus dilakukan rutin dan terjadwal dengan harapan perbaikan dapat terus dilakukan secara konsisten dalam waktu lama. Berikut sejumlah cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan :

a. Terbuka Dengan Masukan Pelanggan

Melakukan survei pelanggan dapat dilakukan untuk mendapat ulasan, pendapat, kritik, saran, atau masukan. Tentu survei yang dilakukan jangan menggunakan manual seperti ujian kertas. Survei dapat dilakukan dengan cara lebih modern dan menyenangkan mengikuti perkembangan zaman.

b. Rutin Mengevaluasi Kinerja Usaha

Jangan pernah menganggap saran dan kritik dari konsumen angin lalu. Bisa jadi mereka memberi ulasan berdasarkan pengalaman mereka saat menikmati pelayanan dari usaha Anda. Sehingga patut

diapresiasi dengan memberikan evaluasi kinerja agar kritik yang sama tidak kembali diterima.

Selain itu, mengevaluasi kinerja tidak selalu menunggu masukan dari konsumen. Pengusaha atau penyedia jasa dapat melakukan evaluasi. mendasar. Seperti selalu mengecek kebersihan produk, melakukan pengawasan kinerja konsumen, dan memastikan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan.

c. Meningkatkan Pelayanan Perusahaan

Setelah mengetahui pengertian dan fungsi kualitas pelayanan, Anda dapat langsung meningkatkan layanan. Kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan memberikan karyawan SOP layanan bisnis yang jelas dan melatih karyawan untuk bekerja secara profesional. Selalu tingkatkan kinerja karyawan dengan melatih para pekerja agar lebih responsif dan memiliki etos kerja yang tinggi. Jangan lupa untuk menerapkan *reward* and *punishment*. Jangan selalu menghukum karyawan yang berkinerja jelek, tapi pengusaha juga harus memberikan *reward* berupa bonus untuk karyawan yang berkinerja bagus.

E. Pengertian kepercayaan

Menurut kamus besar bahasa indonesia kepercayaan adalah harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan dan kesetiaan²⁰, sedangkan menurut istilah kepercayaan adalah suatu sikap yang

²⁰ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, 2008. Hlm. 542

ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tau dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran.²¹

Kepercayaan merupakan kesediaan seseorang menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa yang lain akan melakukan tindakan tertentu, hal ini yang dapat menyebabkan seseorang yang mempercayai orang lain yaitu berkembangnya sistem kepercayaan melalui pengalaman hidup, aturan norma yang ada pada lembaga atau masyarakat, oleh karena itu kita bisa mengetahui apakah pantas atau tidak untuk percaya terhadap orang lain tanpa adanya suatu keraguan untuk tidak dipercaya, sehingga menimbulkan anggapan oleh orang lain bahwa kebenaran yang ada didalam lingkungannya dapat dipercayai oleh orang lain.²²

1. Faktor yang menghilangkan kepercayaan

Ada beberapa faktor yang dapat menghilangkan kepercayaan yang sering terjadi, diantaranya yaitu :

a. Perasaan kecewa

Perasaan kecewa merupakan perasaan yang ketika menginginkan suatu hal tetapi tidak dapat diwujudkan sesuai dengan harapan, perasaan kecewa bisa datang secara tiba-tiba, kekecewaan tersebut akan berpengaruh pada pola pikir manusia sehingga akan menghadapi rasa marah dan sedih²³.

b. Perasaan kehilangan harapan

²¹ Ismawati, *Budaya Dan Kepercayaan Jawa*, Yogyakarta: Gama Media, 2002, hlm. 15

²² *Ibid* 16.

²³ Yusuf, *Percaya Diri, Pasti*, Jakarta, Gema Insani, 2015, hlm 183-186.

Kehilangan harapan biasanya terjadi pada saat seseorang menginginkan suatu harapan yang besar terhadap orang lain dan perasaan tersebut dapat merusak bagi jiwa manusia karena hal yang diinginkan tidak dapat terwujud.²⁴

c. Perasaan marah

Perasaan marah menyangkut seluruh perasaan didalam diri, mulai dari beberapa rasa kejanggalan yang ada dihati sehingga menimbulkan kemarahan yang meledak, dan cepat. Pada saat marah seseorang tidak dapat mengendalikan emosinya karena keinginan yang diharapkan tidak dapat diwujudkan pada saat itu juga. Hal ini dapat berpengaruh terhadap keadaan yang ada disekitarnya.²⁵

1. Jenis-jenis Kepercayaan Konsumen

a. Kepercayaan atribut produk

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, konsumen menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

b. Kepercayaan manfaat atribut

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata

²⁴ *Ibid* 188.

²⁵ *Ibid* 192.

lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua. Kepercayaan atribut manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan manfaat tertentu.

c. Indikator Kepercayaan Konsumen

1. Keandalan

Keandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Keandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang.

2. Kejujuran

Bagaimana perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/pemasar kepada konsumennya.

3. Kepedulian

Perusahaan/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.

4. Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.

5. Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.²⁶

F. Penetapan harga

1. Pengertian Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari suatu perusahaan. Penetapan harga saling berkaitan antara permintaan dan biaya serta dipengaruhi oleh persaingan yang berbeda-beda. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Penetapan harga adalah penentuan harga jual produk suatu perusahaan, dimana perusahaan dalam menentukan harga jual produk tersebut harus menentukan terlebih dahulu modal dan total biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menetapkan harga jual produk. Dengan penentuan harga maka perusahaan dapat meminimalisir resiko yang terjadi dan

²⁶ Maharani, Astri Dhiah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Semarang : Universitas Diponegoro, 2010.

mendapatkan keuntungan yang lebih.²⁷

2. Penetapan harga menurut Ekonomi Islam

Teori harga dalam ekonomi islam adalah teori harga penyerahannya kepada sistem pasar yang ditentukan oleh masyarakat pasar. Maksudnya Islam pada dasarnya tidak ikut campur tangan apalagi menetukannya secara konkrit dalam menetapkan harga. Karena islam menyerahkan dalam menetapkan harga ini sepenuhnya kepada mekanisme pasar. Termasuk dalam mengambil keuntungan berapa persen keuntungan yang diperoleh dari modal yang telah dikeluarkan.²⁸

Berdasarkan pada hadits Nabi SAW yang tidak bersedia menetapkan harga-harga walaupun pada saat itu harga melambung tinggi. Hal ini berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik ra:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ، قَالَ: غَلَا السَّعْرُ بِالْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ، فَقَالَ النَّاسُ: سَارَسُوكَ اللَّهُ، غَلَا السَّعْرُ، فَسَعَّرَ لَنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ، إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ، عَزَّ وَجَلَّ، وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظَلٍّ دِمٍّ وَلَا مَالٍ.

Artinya: “Diriwayatkan dari Anas RA, pernah terjadi pada masa Rasulullah SAW, harga-harga barang naik di kota Madinah, kemudian para sahabat meminta Rasulullah SAW menetapkan harga. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorang

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: PT. Indexs, 2007), h. 102

²⁸ Muhamad Amin Suma, *Menggali Akar Menggurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h. 184

pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta.”(HR. Abu Dawud)

Inilah teori mengenai harga dalam ekonomi Islam. Rasulullah SAW dalam hadits tersebut tidak menentukan harga. Ini menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan, karena Allah-lah yang menentukannya dan ini mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah.²⁹

3. Tujuan Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan setelah produk terjual ke konsumen. Beberapa tujuan dalam menetapkan harga yaitu memperoleh keuntungan yang optimal, membuat perusahaan tetap bertahan, mencapai ROI (*Return On Investment*), menguasai pangsa pasar dan mempertahankan status *Quo*.³⁰

4. Faktor-faktor Penetapan Harga

Secara umum faktor-faktor dalam menetapkan harga yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal yang dapat mempengaruhi penetapan harga antara lain sebagai berikut :

²⁹ Offi Jayanti, *Tinjauan hukum islam tentang penentuan harga barang dan pemberian kupon undian berhadiah*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2014, h. 16-17

³⁰ Lilian yulia Abadi, “*Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe*” Dalam *Manajemen dan Star-Up Bisnis*, (Surabaya: Performa), No. 1 April 2016, h. 115.

1. Tujuan pemasaran

Tujuan pemasaran adalah tujuan yang bisa berupa maksimasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

2. Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan sarana bauran pemasaran yang salah satu dari tujuan pemasaran. Penetapan harga mengkoordinasikan produk, distribusi maupun dalam penetapan promosi.

3. Biaya

Merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan tidak mengalami kerugian³¹

Faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan secara umum di bagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal yakni sebagai berikut:

1. Faktor internal

- a. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian dan konsep diri termasuk kedalam faktor internal pribadi, dalam faktor kepribadian dan konsep diri setiap nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi pilihannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan kepercayaan diri, dominasi, otonomi,

³¹ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 151

kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi.

b. Persepsi

Persepsi termasuk kedalam faktor internal psikologi, persepsi merupakan proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti.

c. Kepercayaan

Adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa tau dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran, Kepercayaan konsumen atau customer trust adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Kepercayaan muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam pengembangan keinginan yang kuat untuk mempertahankan sebuah hubungan jangka panjang.

Sedangkan faktor eksternal yang peneliti dapatkan diantaranya yaitu sebagai berikut :

2. Faktor eksternal

a. Faktor pelayanan

Faktor pelayanan termasuk dalam faktor eksternal sosial dalam memberikan pelayanan pegawai dengan nasabah diperlukan etika yang baik sehingga kedua belah pihak dapat saling menghargai. Berkaitan dengan pelayanan, nasabah menemukan buruknya kualitas pelayanan dari pihak BRILink sehingga membuatnya jera dan enggan untuk bertransaksi dengan BRILink.

b. Faktor penetapan harga

Penetapan harga merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari suatu perusahaan. Penetapan harga saling berkaitan antara permintaan dan biaya serta dipengaruhi oleh persaingan yang berbeda-beda. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Penetapan harga adalah penentuan harga jual produk suatu perusahaan, dimana perusahaan dalam menentukan harga jual produk tersebut harus menentukan terlebih dahulu modal dan total biaya yang dikeluarkan

sehingga dapat menetapkan harga jual produk. Dengan penentuan harga maka perusahaan dapat meminimalisir resiko yang terjadi dan mendapatkan keuntungan yang lebih.

c. Faktor lokasi

faktor lokasi termasuk kedalam faktor eksternal social, lokasi merupakan sebuah tempat yang mana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau melayani konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan secara intensif dan mendalam untuk mempelajari keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial. Penelitian ini yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya yaitu masyarakat yang melakukan transaksi di BRILink kelurahan ganjar agung kecamatan metro barat.

Sifat penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif yakni suatu penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk mengungkap segala sesuatu atau berbagai aspek dari sasaran penelitiannya.

Objek penelitian ini adalah nasabah yang tidak puas saat melakukan transaksi di ATM mini di BRILink Kelurahan ganjar agung kecamatan metro barat.

2. Sumber Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder:

- a. Sumber data primer, merupakan sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan sumber data tersebut diperoleh langsung dari sumber data pertama yaitu dilokasi peneliti atau objek penelitian. data yang diperoleh langsung dengan cara wawancara kepada 8 nasabah dan 2

pemilik agen BRILink dikelurahan ganjar agung kecamatan metro barat.¹

- b. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang dihasilkan serta diharapkan dapat membantu mengungkapkan data penelitian, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan ataupun data pelengkap sebagai pembanding. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca buku-buku, jurnal dan artikel dari website yang berkaitan dengan penelitian ini.²

B. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan responden yaitu nasabah yang melakukan transaksi di MINI Atm BRILink kelurahan ganjar agung kecamatan metro barat.

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h 129.

² Burhan Bungin, *Op, Cit.*, 129.

b. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, foto, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga dapat dipercaya apabila didukung dengan adanya dokumentasi. Dokumentasi adalah cara memperoleh sumber-sumber dan informasi yang didapat dari hasil wawancara.

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini melalui buku-buku, artikel, brosur, jurnal, surat kabar dan internet yang berhubungan dengan penelitian di BRILink.

C. Teknik penjamin keabsahan data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh, uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*.³

D. Teknik analisis data

Teknik analisis data adalah suatu proses yang sistematis pencairan dan pengaturan kumpulan wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto

³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2017.

dan material lainnya untuk dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain⁴.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif karena data yang diperoleh dari penelitian yaitu berupa keterangan yang berbentuk uraian, dalam mengarahkan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan induktif, dimana pendekatan induktif memungkinkan temuan penelitian muncul dari keadaan umum.⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif untuk membahas secara khusus tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna MINI Atm (Di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat).

⁴ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (jakarta: kencana, 2017), 402

⁵ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian*, 297.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BRILink Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat.

1. Sejarah Singkat BRILink Dikelurahan Ganjar Agung

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melakukan berbagai inovasi untuk dapat menjangkau masyarakat dengan layanan perbankan, salah satunya inovasi itu yaitu melibatkan pihak ketiga (agen) dalam pelayanan perbankan.

BRILink merupakan perluasan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan para nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara *real time* online menggunakan fitur EDC Mini ATM BRI dengan konsep *sharing fee*.¹

Tujuan utama dari agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada masyarakat yang belum dilayani dengan baik oleh bank secara administratif, dengan melalui agen BRILink nasabah BRI dan masyarakat lainya akan mendapatkan layanan yang sama seperti ketika dibank.²

Dalam kegiatannya melakukan transaksi perbankan diselenggarakan melalui agen BRILink, nasabah juga mendapatkan

¹ PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk, <http://bri.co.id/tentang-brilink>

² Jeane Elisabeth Lelengboto, "faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung, Sam Ratulangi".(Program Magister, Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Vol.5, No.4,2017)

perlindungan atas haknya untuk mendapatkan ganti rugi. Hal tersebut sesuai dengan Pasal 22 huruf f POJK No. 19/POJK. 03/2014 yang menegaskan bahwa , “ bank menyelenggarakan wajib tanggung jawab atas kerugian nasabah yang timbul karena perbuatan dan tindakan agen BRILink yang termasuk kedalam layanan agen sesuai dengan yang dicantumkan dalam perjanjian kerjasama”.³

Agen BRILink kini tersebar hingga ke pelosok desa salah satunya yang terletak Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat, terdapat dua BRILink yaitu pemilik agen BRILink bapak sudarto dan bapak amin santoso.

Agen BRILink milik Bapak Sudarto berawal dari membuka usaha warung kelontong pada tahun 2016, pada waktu itu Bapak Sudarto ingin membuka usaha yang lain selain usaha warung kelontong ketika ada yang menawarkan untuk membuka usaha menjadi agen BRILink Bapak Sudarto pun menyetujuinya, Bapak Sudarto menerima tawaran tersebut semata-mata untuk dapat menambah modal usaha warung kelontongnya. Munculnya keinginan untuk menjadi agen BRILink berawal dari pengalaman pribadi Bapak Sudarto yang dahulu ketika ingin mengambil uang harus mengantri di ATM ataupun di bank. ⁴

³ Rosa Komala Sari, Paramita Prananingtyas, Bagus Rahmanda.”*Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan Dikantor Cabang Bri Parakan*”, (Program Studi Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Vol. 14 No. 1, 2018), h 44

⁴ Wawancara kepada Bapak Sudarto, pemilik agen BRILink Dikelurahan Ganjar Agung pada senin 04 april 2022.

Agen BRILink milik Bapak Amin Santoso berawal mula dari usaha membuka konter hp yang diberikan nama “Inayah Cell” pada tahun 2017 dan mendapatkan tawaran untuk membuka agen BRILink oleh kerabatnya yang bekerja di bank BRI, pada waktu itu Bapak Amin belum mengetahui tentang agen BRILink awalnya takut karena harus ada 200 transaksi perbulannya, kalau tidak capaian target akan dikenakan *charge*. Namun masyarakat Dikelurahan Ganjar Agung sudah cukup banyak yang mengetahui manfaat dari agen laku pandai BRI tersebut, hal inilah yang membuat Bapak Amin memantapkan diri untuk menjadi agen BRILink. Setelah beberapa lama nilai transaksi terus meningkat, saat ini Bapak Amin dapat melayani 100 transaksi lebih per hari, bahkan sebagai agen BRILink bapak amin mampu melayani transaksi besar.⁵

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm

1. Ketidakpuasan nasabah

Ketidakpuasan nasabah adalah suatu hambatan yang dialami oleh nasabah seperti munculnya perasaan kuatir akan gangguan keamanan layanan atau akibat nyata seperti keterhambatan atau gagal melakukan transaksi. Pemberitaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi nasabah akan kemungkinan terjadinya masalah kejahatan yang dapat berakibat hilangnya

⁵ Wawancara kepada Bapak Amin Santoso, pemilik agen BRILink Dikelurahan Ganjar Agung pada senin 04 april 2022.

finansial, nasabah mungkin berpresepsi bahwa semakin canggih teknologi maka akan semakin canggih juga kejahatan yang dapat dilakukan.⁶

2. Faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan

Faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan secara umum di bagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal yakni sebagai berikut:

1) Faktor internal

a. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian dan konsep diri termasuk kedalam faktor internal pribadi, dalam faktor kepribadian dan konsep diri setiap nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi pilihannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi.

b. Persepsi

Persepsi termasuk kedalam faktor internal psikologi, persepsi merupakan proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti.

Ronny, *Optimalisasi Layanan Bank Untuk Meminimalkan Ketidakpuasan Nasabah*, Jurnal Ekonomi & Bisnis Entrepreneurship, Magister Manajemen STIE Perbanas, Surabaya, Vol 12, No 01, April 2018.

c. Kepercayaan

Adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa tau dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran, Kepercayaan konsumen atau customer trust adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Kepercayaan muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam pengembangan keinginan yang kuat untuk mempertahankan sebuah hubungan jangka panjang.

Sedangkan faktor eksternal yang peneliti dapatkan diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Faktor eksternal

a. Faktor pelayanan

Faktor pelayanan termasuk dalam faktor eksternal sosial dalam memberikan pelayanan pegawai dengan nasabah diperlukan etika yang baik sehingga kedua belah pihak dapat saling menghargai. Berkaitan dengan

pelayanan, nasabah menemukan buruknya kualitas pelayanan dari pihak BRILink sehingga membuatnya jera dan enggan untuk bertransaksi dengan BRILink.

b. Faktor penetapan harga

Penetapan harga merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari suatu perusahaan. Penetapan harga saling berkaitan antara permintaan dan biaya serta dipengaruhi oleh persaingan yang berbeda-beda. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Penetapan harga adalah penentuan harga jual produk suatu perusahaan, dimana perusahaan dalam menentukan harga jual produk tersebut harus menentukan terlebih dahulu modal dan total biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menetapkan harga jual produk. Dengan penentuan harga maka perusahaan dapat meminimalisir resiko yang terjadi dan mendapatkan keuntungan yang lebih.

c. Faktor lokasi

faktor lokasi termasuk kedalam faktor eksternal social, lokasi merupakan sebuah tempat yang mana dapat

digunakan sebagai tempat produksi atau melayani konsumen.

Faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm yaitu sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

Kualitas Pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan. Namun, terkadang ada juga pelayanan yang tidak sesuai dengan apa

yang diharapkan konsumen. Pelayanan ini dikatakan buruk, jika perusahaan dirasa tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, baik melalui produk maupun melalui pelayanan perusahaan.⁷

2. Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana pemererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Konsumen merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapannya. Maka dari itu, penyedia layanan harus meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan berbagai cara. Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung hingga merasa nyaman dan senang saat diperlakukan dengan baik. Jangan sampai pengunjung merasakan sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan kurang ramah.

Cara lain yakni dengan memberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kemampuan kepada konsumen. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut bisa dianggap ideal. Kualitas pelayanan bisa dianggap rendah apabila yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai yang diharapkan.

⁷ Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor :Ghalia Indonesia, 2011.

Kualitas pelayanan bisa dimaksimalkan melalui berbagai cara. Seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan profesional. Semua pekerja harus kompak memiliki perasaan agar bisa menjaga profesionalitas. Meskipun tidak semua konsumen bisa belanja dengan sikap baik, sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai lebih. Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, Serta dapat menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

3. Fungsi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi kualitas pelayanan yakni untuk memberikan perasaan nyaman dan puas kepada konsumen. Dengan demikian konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat

usaha kedua atau bahkan lebih. Hal ini berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas.⁸

4. Ukuran atau Dimensi Kualitas Pelayanan

a. Keandalan (*Reliability*)

Reliability adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *reliability*, yaitu kecermatan dalam melayani pelanggan, Standar pelayanan yang jelas, Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *responsiveness*, terdiri dari:

1. Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.
2. Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat.
3. Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.
4. Semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

⁸ Mowen, John C dan Minor, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Airlangga 2012.

c. Jaminan (*Assurance*)

Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *assurance*, di antaranya:

1. Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.
2. Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan.
3. Perusahaan memberikan jaminan legalitas.

d. Perhatian (*Attention*)

Attention adalah kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *attention*, di antaranya:

1. Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah – tamah.
2. Menghargai setiap pelanggan.
3. Mendahulukan kepentingan pelanggan.
4. Melayani dengan tidak diskriminatif.

e. Bukti Langsung (*Tangible*)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan

fasilitas komunikasi. Indikator untuk dimensi *tangible*, di antaranya:

1. Kemudahan dalam proses pelayanan.
2. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
3. Penampilan dalam melayani pelanggan.
4. Kenyamanan tempat penyedia pelayanan.
5. Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan.
6. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.

5. Cara Mengukur Kualitas Pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan melakukan review dilanjutkan dengan perbaikan. Tentu harus dilakukan rutin dan terjadwal dengan harapan perbaikan dapat terus dilakukan secara konsisten dalam waktu lama. Berikut sejumlah cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan :

a. Terbuka Dengan Masukan Pelanggan

Melakukan survei pelanggan dapat dilakukan untuk mendapat ulasan, pendapat, kritik, saran, atau masukan. Tentu survei yang dilakukan jangan menggunakan manual seperti ujian kertas. Survei dapat dilakukan dengan cara lebih modern dan menyenangkan mengikuti perkembangan zaman.

b. Rutin Mengevaluasi Kinerja Usaha

Jangan pernah menganggap saran dan kritik dari konsumen angin lalu. Bisa jadi mereka memberi ulasan berdasarkan pengalaman mereka saat menikmati pelayanan dari usaha Anda. Sehingga patut diapresiasi dengan memberikan evaluasi kinerja agar kritik yang sama tidak kembali diterima.

Selain itu, mengevaluasi kinerja tidak selalu menunggu masukan dari konsumen. Pengusaha atau penyedia jasa dapat melakukan evaluasi mendasar. Seperti selalu mengecek kebersihan produk, melakukan pengawasan kinerja konsumen, dan memastikan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan.

c. Meningkatkan Pelayanan

Setelah mengetahui pengertian dan fungsi kualitas pelayanan, Anda dapat langsung meningkatkan layanan. Kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan memberikan karyawan SOP layanan bisnis yang jelas dan melatih karyawan untuk bekerja secara profesional. Selalu tingkatkan kinerja karyawan dengan melatih para pekerja agar lebih responsif dan memiliki etos kerja yang tinggi. Jangan lupa untuk menerapkan reward and punishment. Jangan selalu menghukum karyawan yang berkinerja jelek,

tapi pengusaha juga harus memberikan reward berupa bonus untuk karyawan yang berkinerja bagus.

3. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa tau dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran, Kepercayaan konsumen atau *customer trust* adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Kepercayaan muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam pengembangan keinginan yang kuat untuk mempertahankan sebuah hubungan jangka panjang.

Untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan perusahaan tidak hanya mengandalkan pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, tetapi lebih dari itu bahwa kepercayaan merupakan perantara kunci dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk membangun loyalitas pelanggan yang tinggi.

2. Aspek-aspek Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. Kepercayaan merupakan suatu fondasi bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal berjalannya bisnis dan dapat dibuktikan.

3. Jenis-jenis Kepercayaan Konsumen

a. Kepercayaan atribut produk

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, konsumen menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

b. Kepercayaan manfaat atribut

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua. Kepercayaan atribut manfaat merupakan

persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan manfaat tertentu.⁹

c. Indikator Kepercayaan Konsumen

1. Keandalan

Keandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran.

Keandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang.

2. Kejujuran

Bagaimana perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/ pemasar kepada konsumennya.

3. Kepedulian

Perusahaan/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.

4. Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.

⁹ Ferrinadewi, Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian, Jurnal Ekonomi (Vol.17, No. 1) 2005.

5. Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.¹⁰

4. Penetapan harga

Penetapan harga merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari suatu perusahaan. Penetapan harga saling berkaitan antara permintaan dan biaya serta dipengaruhi oleh persaingan yang berbeda-beda. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Penetapan harga adalah penentuan harga jual produk suatu perusahaan, dimana perusahaan dalam menentukan harga jual produk tersebut harus menentukan terlebih dahulu modal dan total biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menetapkan harga jual produk. Dengan penentuan harga maka perusahaan dapat meminimalisir resiko yang terjadi dan mendapatkan keuntungan yang lebih.¹¹

1. Penetapan harga menurut Ekonomi Islam

Teori harga dalam ekonomi islam adalah teori harga penyerahannya kepada sistem pasar yang ditentukan oleh

¹⁰ Maharani, Astri Dhiah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Semarang : Universitas Diponegoro, 2010.

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: PT. Indexs, 2007), h. 102

masyarakat pasar. Maksudnya Islam pada dasarnya tidak ikut campur tangan apalagi menentukannya secara konkrit dalam menetapkan harga. Karena islam menyerahkan dalam menetapkan harga ini sepenuhnya kepada mekanisme pasar. Termasuk dalam mengambil keuntungan berapa persen keuntungan yang diperoleh dari modal yang telah dikeluarkan.¹²

2. Tujuan Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan setelah produk terjual ke konsumen. Beberapa tujuan dalam menetapkan harga yaitu memperoleh keuntungan yang optimal, membuat perusahaan tetap bertahan, mencapai ROI (*Return On Investment*), menguasai pangsa pasar dan mempertahankan status *Quo*.¹³

3. Faktor-faktor Penetapan Harga

Secara umum faktor-faktor dalam menetapkan harga yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal yang dapat mempengaruhi penetapan harga antara lain sebagai berikut :

1. Tujuan pemasaran

Tujuan pemasaran adalah tujuan yang bisa berupa maksimasi

¹² Muhamad Amin Suma, *Menggali Akar Menggurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h. 184.

¹³ Lilian yulia Abadi, "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe" Dalam *Manajemen dan Star-Up Bisnis*, (Surabaya: Performa), No. 1 April 2016, h. 115.

laba, mempertahankan kelangsungan hidup, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

1. Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan sarana bauran pemasaran yang salah satu dari tujuan pemasaran. Penetapan harga mengkoordinasikan produk, distribusi maupun dalam penetapan promosi.

2. Biaya

Merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan tidak mengalami kerugian.¹⁴

- b. Faktor eksternal

Faktor internal yang dapat mempengaruhi penetapan harga antara lain sebagai berikut :

- a. Pasar dan permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, atau persaingan monopoli, dan oligopoli.

- b. Persepsi konsumen terhadap harga dan nilai

Konsumen yang membandingkan antara harga dan nilai suatu produk. Oleh karena itu, perusahaan dalam menetapkan harga

¹⁴ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 15.

harus dapat melihat harga dan mutu yang ditawarkan.¹⁵

Gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna MINI Atm di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat maka peneliti melakukan wawancara terhadap sejumlah masyarakat yang melakukan transaksi di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat sebagai objek penelitian. Wawancara tersebut dilakukan kepada masyarakat yang melakukan transaksi di BRILink dan wawancara kepada pemilik agen BRILink Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat. Peneliti melakukan wawancara kepada 8 masyarakat di Kelurahan Ganjar Agung dan 2 pemilik agen BRILink.

1. Wawancara kepada pemilik agen BRILink

Hasil wawancara kepada Bapak Sudarto selaku pemilik agen BRILink beliau mengatakan bahwa Menurut bapak Sudarto penetapan tarif administrasi lebih besar karena banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan tarif administrasi seperti jarak dengan ATM, jarak dengan bank dan agen BRILink lainnya, menurut bapak Sudarto mengatakan bahwa tarif administrasi yang dikenakan nasabah untuk melakukan transaksi di BRILink, menurut beliau tidak ada penetapan berapa jumlah tarif administrasi yang dikenakan

¹⁵ Jessica Claudia Moray dkk, "Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing menggunakan pendekatan full costing pada UD Gladys Bakery" dalam *EMBA*, (Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado), No.2/Juni 2014, h. 1275

nasabah hanya saja Bank BRI memberikan tarif administrasi secara penuh diserahkan kepada masing-masing pihak agen BRILink.

Wawancara yang dilakukan kepada beberapa pemilik agen BRILink, masing-masing agen BRILink mendapatkan keuntungan berupa *sharing fee* antara Bank dengan agen BRILink yaitu 50:50 dan mendapatkan keuntungan tambahan dari nasabah sehingga diperoleh keuntungan agen BRILink.

dapat diketahui bahwa agen BRILink mendapatkan keuntungan tambahan yang dibebankan nasabah secara penuh didapat berdasarkan ketentuan dari para pihak agen BRILink, semakin besar biaya yang dibebankan nasabah maka semakin besar pula keuntungan yang dihasilkan namun disesuaikan dengan nominal transaksi yang dilakukan, keuntungan tersebut diperoleh agen BRILink untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan.

Keuntungan yang diperoleh agen BRILink milik Bapak Sudarto yaitu mendapatkan keuntungan perbulan sebesar Rp. 6.000.000 dengan mencapai target 200-400 transaksi/bulan.

Penyebab perbedaan tarif agen BRILink yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda yaitu dilihat dari segi jarak agen BRILink dengan Bank, jarak dengan ATM jarak dengan agen BRILink lainnya yang cukup jauh. Tarif yang ditetapkan

berdasarkan biaya yang telah dikeluarkan seperti biaya operasional kertas, paketan internet, biaya sewa, dan biaya gaji karyawan .

Bapak Amin mengatakan bahwa pernah ada nasabah yang komplain saat sedang dilakukannya transaksi di BRILink dikarenakan saat sedang transaksi transfer mesin EDC yang digunakan sedang ada kendala yang mengakibatkan transfer antar bank pending.¹⁶

Adapun hasil wawancara sebagai berikut:

2. Wawancara kepada nasabah yang melakukan transaksi di BRILink Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat
 - a. Menurut ibu Dian, ibu Ani dan ibu Agus dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti penyebab kurang puasnya dalam bertransaksi di BRILink yaitu pelayanan kepada nasabah kurang baik pada saat melakukan transaksi, kurang ramahnya petugas BRILink dan kurang teliti sehingga menyebabkan nasabah kurang puas saat melakukan transaksi. Proses transaksi di BRILink cukup cepat jika sedang tidak ada kendala ataupun gangguan.¹⁷
 - b. Dari hasil wawancara kepada ibu Manisah yang sehari hari membuka usaha warung kecil kecilan, ia menceritakan pengalamannya ketika melakukan transaksi di BRILink

¹⁶ Wawancara kepada Bapak Sudarto, pemilik agen BRILink Dikelurahan Ganjar Agung pada senin 04 april 2022.

¹⁷ Wawancara kepada ibu Dian, ibu Ani dan ibu agus, pada selasa 05 april 2022

pada saat itu ibu Manisah mendapatkan bantuan uang tunai sebesar 1,2 juta dari pemerintah, bantuan akan cair jika ibu Manisah mengurus semua persyaratan yang ditentukan oleh bank BNI. Setelah semua persyaratan dikumpulkan kepada petugas bank, ibu Manisah mendapatkan ATM BNI yang nantinya di ATM tersebut sudah ada uang bantuan dari pemerintah sebesar 1,2 juta yang akan digunakan untuk membelanjakan barang diwarungnya. Keesokan harinya ibu Manisah pergi ke BRILink untuk mengambil uang bantuan tersebut yang ada di ATM BNI, ketika petugas BRILink sudah melakukan transaksi pada mesin EDC ternyata keterangan transfer uang dari ATM ibu Manisah ke ATM pihak petugas BRILink tidak ada keterangan nya. Saat dilakukan pengecekan kembali ternyata pada saat melakukan transaksi mesin EDC yang dipakai sedang mengalami gangguan/eror penyebabnya yaitu uang di ATM ibu Manisah sudah berkurang tetapi pada riwayat keterangan transfer berhasil tidak ada, Pada saat itu ibu Manisah mempertanyakan lalu bagaimana ini pak? uang saya sudah berkurang 1 juta tetapi bapak bilang blm ada bukti transfer ke ATM bapak? Lalu petugas BRILink mengatakan bahwa ibu Manisah coba bertanya kepada bank BNI siapa tau dari

pihak bank BNI lah yang mengalami gangguan. Keesokan harinya saya kesana menanyakan kepada bank BNI tapi bank BNI bilang uang di ATM ibu sudah ibu transfer ke rekening atas nama xxx Lalu saya pergi ke BRILink lgi,memberi tahu bahwa uang saya sudah masuk ke rekening pihak BRILink Tetapi pihak BRILink masih ttp saja tidak mengakui itu, Dari pihak brinlink tidak ada niat untuk menanyakan permasalahan ini ke bank BRI,pihak brinlink hanya berkata tunggu saja seminggu dua Minggu pasti bakal kembali uangnya Alhasil sampai saat ini uang saya ludes tidak kembali. Dari permasalahan itu lah saya merasa pihak brinlink tidak bertanggung jawab,dan kepercayaan saya terhadap pihak brinlink tersebut sudah hilang, brinlink yang tidak bertanggung jawab atas permasalahan tersebut itulah yang membuat saya menjadi tidak puas saat melakukan transaksi dibrilink.¹⁸

- c. Menurut ibu Tia Suprihatin dan Ibu Suyatin dari hasil wawancara yang peneliti lakukan Dikelurahan Ganjar Agung dapat diperoleh informasi mengenai penyebab nasabah kelurahan ganjar agung kurang puas saat melakukan transksi di BRILink yaitu menurut hasil wawancara dari ibu Tia dan ibu Yatin dikarenakan tarif fee

¹⁸ Wawancara kepada ibu Manisah, pada selasa 05 april 2022

yang ditetapkan oleh agen BRILink yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda, selisih tarif fee mulai dari Rp. 3.000,00 sampai dengan Rp. 10.000,00 setiap kali saat melakukan transaksi.¹⁹

- d. Menurut ibu Nurul dan ibu Anisa mengatakan bahwa awalnya saat puas dengan layanan yang dilakukan oleh pihak BRILink tetapi pada waktu itu mereka pernah saat melakukan transaksi di BRILink pelayanan yang diberikan kurang baik petugas BRILink kurang ramah dan kurang teliti saat sedang melakukan transaksi melalui mesin EDC.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa nasabah yang melakukan transaksi di BRILink sebagian nasabah tidak mengetahui alasan masing-masing agen menetapkan tarif berbeda-beda dan alasan tersebut diterima karena biaya administrasi yang dikeluarkan masih terjangkau walaupun ada juga yang tidak menerima hal tersebut karena masing-masing agen merupakan produk yang diluncurkan oleh Bank BRI.²⁰

C. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Pengguna MINI Atm

Untuk menganalisa faktor faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna MINI Atm di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro

¹⁹ Wawancara kepada ibu Tia dan ibu Suyatin, pada Selasa 05 April 2022

²⁰ Wawancara kepada ibu Nurul dan Ibu Anisa, pada Selasa 05 April 2022

Barat, maka peneliti telah mengadakan wawancara dengan masyarakat Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat yang melakukan transaksi di BRILink sebanyak 8 orang dari masyarakat Kelurahan Ganjar Agung dan 2 orang dari pemilik BRILink di Kelurahan Ganjar Agung. Dari hasil penelitian yang dilakukan faktor faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna MINI Atm di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat .

1. Faktor kualitas pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan satu dengan yang lainnya.

Kualitas Pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan. Namun, terkadang ada juga pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Pelayanan ini dikatakan

buruk, jika perusahaan dirasa tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, baik melalui produk maupun melalui pelayanan perusahaan.²¹

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada 8 narasumber yang melakukan transaksi di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat menyatakan 5 diantaranya menyatakan kurang puas karena pelayanan yang diberikan oleh pihak BRILink kurang baik, petugas yang kurang ramah kepada nasabah saat melakukan transaksi di brilink yaitu ibu Dian, ibu Ani, ibu Agus ibu Anisa dan ibu Nurul.

2. Faktor Kepercayaan

adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa tau dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran, Kepercayaan konsumen atau *customer trust* adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Kepercayaan muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam pengembangan keinginan yang kuat untuk mempertahankan sebuah hubungan jangka panjang.

²¹ Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor :Ghalia Indonesia, 2011.

Untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan perusahaan tidak hanya mengandalkan pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, tetapi lebih dari itu bahwa kepercayaan merupakan perantara kunci dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk membangun loyalitas pelanggan yang tinggi.²²

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada 8 narasumber yang melakukan transaksi di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat menyatakan 1 diantaranya yang mengaku tidak puas saat melakukan transaksi di BRILink karena pihak BRILink kurang teliti saat sedang melakukan transaksi menggunakan mesin EDC yang sedang mengalami kendala.

3. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari suatu perusahaan. Penetapan harga saling berkaitan antara permintaan dan biaya serta dipengaruhi oleh persaingan yang berbeda-beda. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Penetapan harga adalah penentuan harga jual produk suatu perusahaan, dimana perusahaan dalam menentukan harga jual produk tersebut harus menentukan terlebih dahulu modal dan total biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menetapkan harga jual produk. Dengan penentuan harga maka perusahaan dapat

²² Ismawati, *Budaya Dan Kepercayaan Jawa*, Yogyakarta: Gama Media, 2002, hlm. 15

meminimalisir resiko yang terjadi dan mendapatkan keuntungan yang lebih.²³

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada 8 narasumber yang melakukan transaksi di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat menyatakan 2 diantaranya yang menyatakan bahwa tarif harga saat melakukan transaksi di BRILink yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda karena perbedaan tarif mereka merasa tidak puas saat melakukan transaksi di BRILink.

²³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: PT. Indexs, 2007), h. 102

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat

Dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm dan dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu :

Faktor pelayanan merupakan salah satu alasan nasabah yang melakukan transaksi di BRILink tidak puas, karena kurang baiknya pelayanan yang diberikan oleh pihak BRILink kepada nasabah yang melakukan transaksi.

Faktor kepercayaan merupakan salah satu alasan nasabah tidak puas saat melakukan transaksi di BRILink, Kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. Kepercayaan merupakan suatu fondasi bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal berjalannya bisnis dan dapat dibuktikan. Masyarakat Kelurahan Ganjar Agung merasa tidak puas saat pihak BRILink tidak bertanggung jawab atas apa yang dialami oleh nasabahnya saat

sedang melakukan transaksi menggunakan mesin EDC yang saat itu mengalami gangguan.

Faktor penetapan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pengguna MINI Atm, adanya perbedaan transaksi antara agen BRILink berdasarkan penetapan biaya administrasi yang disebabkan oleh agen BRILink dalam menetapkan biaya administrasi dengan mempertimbangkan jarak antara agen BRILink dengan pihak bank, jarak dengan ATM dan berdasarkan jumlah biaya yang telah dikeluarkan seperti adanya biaya sewa, biaya listrik, biaya gaji karyawan, biaya operasional seperti biaya kertas dan biaya transportasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi BRILink, agar selalu memberikan pelayanan yang optimal dan baik, karena masih banyak masyarakat di Kelurahan Ganjar Agung yang belum mendapatkan pelayanan yang baik ketika melakukan transaksi di BRILink.

Terkait dengan penetapan harga pada masing-masing BRILink di Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat hendaknya dalam menentukan biaya administrasi harus sama karena BRILink merupakan produk dari Bank BRI dan supaya tidak timbul adanya keterpaksaan bagi nasabah. Pembayaran biaya administrasi hendaknya agen BRILink menginformasikan kepada para nasabah secara tertulis untuk mengetahui dasar dalam penetapan harga.

Dalam menetapkan harga agen BRILink sebaiknya menerapkan teori kajian ekonomi islam yang sesuai dengan syariah seperti dalam menentukan upah jasa yang wajar berdasarkan riil biaya untuk menjaga saling ridha antara masing-masing pihak, dan BRILink juga agar lebih teliti lagi dalam melakukan transaksi supaya tidak ada lagi masalah yang terjadi pada nasabah saat melakukan transaksi di BRILink.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Arthesa dan Edia Handirman, *Bank Dan Lembaga Bukan Keuangan*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009)

BRI Corporate, Laporan Keberlanjutan, 2015

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004)

Dwi Putra Intan Sari, *Analisis Keputusan Dalam Menggunakan Produk BRILink Dengan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process)*, Skripsi Universitas Imam Bonjol Padang, 2017.

Dwi Putri Intan Sari, *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Brilink Dengan Metode HAP (Analitical Hierarchy Process)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah, (Repository Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang, 2017)

Erin Purnamasari, *Analisis Faktor Internal*,

Ferrinadewi, Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi* (Vol.17, No. 1) 2005.

Wawancara kepada Bapak Sudarto, pemilik agen BRILink Dikelurahan Ganjar Agung pada senin 04 april 2022.

Wawancara kepada ibu Dian, ibu Ani dan ibu agus, pada selasa 05 april 2022

Wawancara kepada ibu Manisah, pada selasa 05 april 2022

Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Alfabeta, 2017)

Herman Ahmadi, *Analisis Penerapan Brilink Di Bank BRI KOTA Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion*, (Universitas PGRI Madiun, 2018), *Jurnal Akuntansi*, Vol 1, No 2

Ismail, *Manajemen Perbankan (dari Teori Menuju Aplikasi)*. Jakarta: Kencana, 2010)

Wawancara kepada ibu Tia dan ibu Suyatin, pada selasa 05 april 2022

Wawancara kepada ibu Nurul dan Ibu Anisa, pada selasa 05 april 2022

Ismawati, *Budaya Dan Kepercayaan Jawa*, Yoyakarta: Gama Media, 2002

Ismawati, *Budaya Dan Kepercayaan Jawa*, Yoyakarta: Gama Media, 2002

Izza Ismah Karima, *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi Di Agen BriLink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus*, Skripsi STAIN Kudus, 2017.

- Jeane Elisabeth Lelengboto, "faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung, Sam Ratulangi". (Program Magister, Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Vol.5, No.4,2017)
- Jessica Claudia Moray dkk, "Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing menggunakan pendekatan full costing pada UD Gladys Bakery" dalam EMBA, (Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado), No.2/Juni 2014
- Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat,2011)
- Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Keenam*, PT Raja Grafindo Jakarta, 2007
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2017.
- Lilian yulia Abadi, "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe" Dalam *Manajemen dan Star-Up Bisnis*, (Surabaya: Performa), No. 1 April 2016
- Maharani, Astri Dhiah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Semarang : Universitas Diponegoro, 2010.
- Mowen, John C dan Minor, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Airlangga 2012.
- Muhamad Amin Suma, *Menggali Akar Menggurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008)
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (jakarta: kencana, 2017)
- Nindya Linggar Amita, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Terhadap Minat Menggunakan Layanan Produk BRILink*, (Universitas Brawijaya, 2015), Jurnal Ilmiah, Vol 4, No. 1
- Offi Jayanti, *Tinjauan hukum islam tentang penentuan harga barang dan pemberian kupon undian berhadiah*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2014
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: PT. Indexs, 2007)
- PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk, [Http://bri.co.id/tentang-brilink](http://bri.co.id/tentang-brilink)

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, 2008

Ronny, *Optimalisasi Layanan Bank Untuk Meminimalkan Ketidakpuasan Nasabah*, *Jurnal Ekonomi & Bisnis Entrepreneurship*, Magister Manajemen STIE Perbanas, Surabaya , Vol 12, No 1, April 2018 .

Rosa Komala Sari, Paramita Prananingtyas, Bagus Rahmanda.”*Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan Dikantor Cabang Bri Parakan*”, (Program Studi Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Vol. 14 No. 1, 2018)

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor :Ghalia Indonesia, 2011

Toto Syatori Nasehudin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung:CV Pustaka Setia,2012)

Yusuf, *Percaya Diri, Pasti*, Jakarta, Gema Insani, 2015

LAMPIRAN

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGUNAAN MINI ATM (DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT)

A. Wawancara (*Interview*)

1. Daftar pertanyaan yang diajukan kepada agen BRILink.
 - a. Bagaimana penetapan tarif BRILink ?
 - b. Berapakah keuntungan yang diperoleh agen BRILink ?
 - c. Apakah yang menyebabkan perbedaan pada penetapan tarif di BRILink ?
 - d. Apakah pernah ada nasabah yang komplain saat sedang melakukan transaksi di BRILink ?

2. Daftar pertanyaan yang diajukan kepada nasabah BRILink dikelurahan ganjar agung.
 - a. Apakah anda sering melakukan transaksi di BRILink ?
 - b. Apakah pelayanan yang di BRILink sudah cukup baik ?
 - c. Apakah proses transaksi di BRILink cukup cepat ?
 - d. Apakah ada kendala pada saat anda melakukan transaksi di BRILink ?
 - e. Menurut pendapat anda, apakah tarif yang ditetapkan BRILink cukup terjangkau ?
 - f. Apakah anda mengetahui alasan BRILink menetapkan tarif yang berbeda-beda ?
 - g. Apakah saran anda, mengenai perbedaan tarif pada masing-masing BRILink ?

OUTLINE

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN MINI ATM DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINAL PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. ATM (Automatic Teller Machine)
 - 1. Pengertian ATM
 - 2. Pengertian MINI Atm
 - 3. Fungsi MINI Atm
 - 4. Kelebihan MINI Atm
- B. Ketidakpuasan Nasabah
- C. BRILink
 - 1. Definisi BRILink
 - 2. Tujuan Penyelenggaraan BRILink
 - 3. Produk dan Layanan BRILink
- D. Kualitas Pelayanan
- E. Penetapan Harga
 - 1. Pengertian Penetapan Harga
 - 2. Penetapan Harga Menurut Ekonomi Islam
 - 3. Tujuan Penetapan Harga

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran umum BRILink Dikelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat.
- B. Faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm
- C. Analisis faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan MINI Atm

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

Pembimbing



Liberty, SE.MA

NIP. 19740824 200003 2 002

Metro, Februari 2022
Mahasiswa Ybs.



Ria Febriani

NPM. 1804102035



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0855/In.28.1/J/TL.00/03/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Liberty (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **RIA FEBRIANI**
NPM : 1804102035
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : Faktor faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan penggunaan mini ATM dibrilink kelurahan Ganjar agung kecamatan metro barat

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Maret 2022

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2360/In.28/J/TL.01/08/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
KEPALA KANTOR KESBANGPOL
KOTA METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **RIA FEBRIANI**
NPM : 1804102035
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN (ATM) TERHADAP
KEPUASAN MASYARAKAT YANG MENGGUNAKAN BRI
LINK (STUDI KASUS KELURAHAN GANJAR AGUNG
KECAMATAN METRO BARAT)**

untuk melakukan prasurvey di KANTOR KESBANGPOL KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 Agustus 2021
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



PEMERINTAH KOTA METRO
KECAMATAN METRO BARAT
KELURAHAN GANJAR AGUNG

Jl. Jend. Sudirman No. 380

Kode Pos : 34114

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 270/ 045 /C.3.3/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini, Lurah Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat dengan ini memberikan rekomendasi dalam rangka pelaksanaan Penelitian Skripsi “ Pengaruh Penggunaan ATM Terhadap Kepuasan Masyarakat yang Menggunakan BRI LINK (Studi Kasus Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat ” kepada :

Nama : **RIA FEBRIANI**
NPM : 1804102035
Jurusan : Perbankan Syari’ah
Program Studi : S1 Perbankan Syari’ah Institut Agama Islam
Negeri Metro (IAIN Metro)
Tempat Penelitian : Kel. Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat Kota Metro.

Demikian Surat Rekomendasi ini di buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Ganjar Agung
Pada tanggal : 17 September 2021

An, Lurah Ganjar Agung
Seklur

ROSDAWATI
Penata
NIP.19660606 198803 2 044





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0937/In.28/D.1/TL.00/03/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA AGEN BRILINK KELURAHAN
BRILINK KELURAHAN GANJAR
AGUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0938/In.28/D.1/TL.01/03/2022,
tanggal 30 Maret 2022 atas nama saudara:

Nama : **RIA FEBRIANI**
NPM : 1804102035
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN ATM MINI DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 30 Maret 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0938/In.28/D.1/TL.01/03/2022

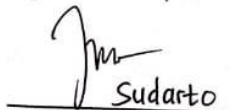
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **RIA FEBRIANI**
NPM : 1804102035
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETIDAKPUASAN PENGGUNAAN ATM MINI DI BRILINK KELURAHAN GANJAR AGUNG KECAMATAN METRO BARAT".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Sudarto

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 30 Maret 2022

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1008/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :


Nama : Ria Febriani
NPM : 1804102035
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804102035

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 28 Juni 2022
Kepala Perpustakaan


Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Ria Febriani
NPM : 1804102035
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Penggunaan MINI Atm (Di BRILink Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 12 %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 30 Juni 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ria Febriani
NPM : 1804102035

Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI
Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 29/ - 22 3	Acc Outline <hr/> Proposal Bab 1, 2, 3 X	 

Dosen Pembimbing I

Liberty.SE.MA
NIP.19740824 200003 2002

Mahasiswa Ybs,

Ria Febriani
NPM. 1804101013

DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan ibu Dian selaku nasabah yang melakukan transaksi di BRILink.



2. Wawancara dengan ibu Nurul selaku nasabah yang melakukan transaksi di BRILink.



3. Wawancara dengan ibu Manisah selaku nasabah yang melakukan transaksi di BRILink.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ria Febriani dilahirkan di Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat pada tanggal 21 Februari 2000 dari pasangan suami istri Bapak Mesno dan Ibu Manisah. Peneliti ini adalah anak keempat dari empat bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat, RT 006, RW 002, Kelurahan Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat.

Peneliti pendidikan pada tahun 2012 lulus dari SDN 8 Metro Barat, melanjutkan pendidikan di SMP Kartikatama Metro lulus tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Kartikatama Metro lulus tahun 2018, dan pada tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung dengan menempuh program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.