

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRILINK DESA SENGGORO DITINJAU DALAM PERSPEKTIF SYARIAH

Rozita¹, Mizan Abrory²

^{1,2}, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Bengkulu

Nama Penulis: Rozita

E-mai : rozitaita002@gmail.com

Abstrak

BRILink merupakan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online menggunakan fitur EDC miniATM dengan konsep sharing fee. Tujuan masalah ini ialah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkulu, 2) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkulu, 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk memperoleh data yang dapat digunakan kuesioner yang dibagikan kepada 85 sampel. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah BRILink di desa Senggoro kecamatan Bengkulu dilihat dari nilai signifikansi $0,039 < 0,05$. Variabel Harga berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah BRILink dilihat dari nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) BRILink di desa Senggoro kecamatan Bengkulu dilihat dari nilai $f_{hitung} 28,965 > f_{tabel} 3,108$.

Kata kunci: Loyalitas; Kualitas Pelayanan; Harga

PENDAHULUAN

Bank Rakyat Indonesia (BRI) yakni badan usaha milik negara berupa bank terbesar di Indonesia. Dalam periode ini, BRI berhasil menumbuhkan aset sebesar Rp.1.631,18 triliun. Meski awalnya berfokus pada pelayanan, kini BRI berkembang menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia dan telah mendukung sektor mikro dan UMKM dengan program-program khusus.

Bank ini lahir 16 Desember 1895, sebuah tanggal selanjutnya dijadikan tanggal lahir BRI. Sampai sekarang BRI masih bertahan serta merupakan sebuah bank milik pemerintah yang paling besar di Indonesia. BRI telah melalui banyak proses perubahan selama setahun lebih berdirinya di Indonesia. (Aprizal Yuzril, 2019)

BRILink yakni pelayanan BRI yang mana BRI melakukan kerja sama beserta nasabah BRI pada agen yang bisa menyiapkan transaksi perbankan untuk warga dengan *real time online* memakai fitur EDC mini ATM beserta konsep sharing fee. BRILink yakni produk layanan perpanjangan tangan dari BRI ke nasabah beserta pertolongan agen yakni pihak ketiga terdapat karakteria sebagai agen serta terpenuhinya seluruh syarat-syarat yang sudah ditetapkan oleh BRI. BRILink di *support provider* telekomunikasi yakni indosat serta telkomsel serta alat EDC (*Electronic data Capture*). (Agus Priyono, 2019)

Untuk menjadi agen BRILink harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh BRI, salah satunya yakni jumlah transaksi yang harus dicapai setiap bulan, apabila tidak mencapainya maka fasilitas yang telah diberikan akan dicabut. Oleh karena itu, loyalitas nasabah sangat penting untuk mempertahankan keagenannya.

Transaksi pada agen BRILink memang tidak lengkap seperti kantor BRI. Namun, agen BRILink sangat membantu Masyarakat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankannya dengan cepat serta mudah. Lokasi kantor BRI bisa dikatakan dekat, maka banyak nasabah yang mempermasalahkan terkait biaya transaksi (*transaction fee*) yang ditentukan oleh agen BRILink.

Agen BRILink bukan hanya terdapat pada Desa Senggoro saja, Desa lainnya juga terdapat Agen BRILink. Namun yang dapat menarik nasabah untuk tetap setia bertransaksi yakni bagaimana cara agen BRILink memperlakukan nasabah itu. Jika nasabah merasa nyaman bertransaksi di salah satu agen BRILink maka nasabah tersebut akan Kembali lagi untuk melakukan transaksi, begitu juga jika seorang nasabah merasa ragu untuk melakukan transaksi di tempat yang sama dan ataupun tidak mau lagi untuk bertransaksi di tempat itu. Kualitas layanan sangat dibutuhkan serta juga berpengaruh besar dalam hal menarik nasabah untuk tetap bertransaksi serta selalu setia pada satu tempat.

Kualitas pelayanan serta harga merupakan faktor yang kuat dalam BRILink untuk menciptakan kepuasan bagi nasabah. Oleh karena itu, sangat penting bagi agen BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkalis untuk memuaskan semua nasabahnya yang dapat berdampak pada kelayakan nasabah untuk tetap bertransaksi di tempat yang sama.

Dapat dipahami bahwa upah atau harga yang dibebankan kepada nasabah adalah suatu bentuk hak pekerja untuk mendapatkan imbalan yang bernilai dalam bentuk uang yang dibayarkan oleh pengusaha kepada pekerja atau jasa yang telah ditetapkan menurut persetujuan dan kesepakatan atas dasar perjanjian kerja.

Konsep Kualitas Pelayanan dalam Islam merupakan suatu kewajiban yang pelaksanaannya selaras dengan konsep islam. Supaya pelayanan yang terdapat di penyedia layanan lebih terkendali maka harus memiliki prinsip. Adapun prinsip pelayanan dalam Islam adalah prinsip persamaan (musawah), prinsip saling mencintai (muhabbah), prinsip lemah lembut (al-layyin).

Rasa puas nasabah dilihat untuk elemen kunci guna menciptakan loyalitas nasabah. Sekarang banyak terjadi pelayana keuangan percaya bahwasanya pelayanan nasabah yang memiliki mutu yakni yang selaras dengan keinginan nasabah. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah yakni kualitas produk, kualitas asa,emosional, harga, biaya, serta kualitas pelayanan. (Yora Melanda, 2019)

Biaya transaksi yang dikenakan oleh bank pada menu mesin EDC BRILink yaitu seperti transfer sesama BRI Rp 1.000,00, Transfer antar Bank Rp 1500,00. Jenis-jenis transaksi tersebut adalah yang terdapat pada menu mini ATM. Selain biaya transaksi nasabah juga masih dikenakan biaya agen atau upah yang diberikan untuk agen BRILink. Seperti pada contoh kasus dalam survey nasabah BRILink Desa Senggoro berikut, disatu desa yang jaraknya cukup dekat antar agen BRILink, biaya transfer yang dikenakan berbeda satu sama lain. Terjadi perbedaan biaya tarif agen antara satu dengan lainnya. Menurut penjelasan dari warga setempat, Pada agen BRILink 1 ketika mereka mentransfer uang Rp 100.000,00 hingga Rp 1.000.000,00 maka biaya tambahan yang harus dikeluarkan adalah Rp 5.000,00, namun agen BRILink yang satunya lagi dikenakan tarif sebesar sebesar Rp 7.000,00 lebih besar biayanya jika lebih banyak nominalnya.

Hal ini dijadikan kesempatan oleh para agen BRILink untuk mendapat keuntungan yang lebih. Padahal dalam hukum Islam telah dijelaskan bahwa muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan atau pengadilan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelanggan menerima pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkannya, maka kualitas pelayanannya dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk dan jasa yang terdiri dari atas kualitas desain dan kualitas

kesesuaian. kualitas merupakan fungsi spesifikasi produk sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan dan spesifikasi kualitas yang ditetapkan, dalam perspektif TQM (*Total Quality Managemen*), kualitas dipandang secara luas, Dimana tidak hanya efek hasil saja yang ditekankan, juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. (Fandy,2004)

Menurut Tjiptono dan Candra, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang perusahaan. (Andriasan,2016)

Harga (*Transaction Fee*)

Transaction fee yakni sumber dana bank pada rangka proses membiayai aktivitas operasi bank yang sangat mempengaruhi kelanjutan usaha bank. *Transaction fee* yakni sumber dana yang bisa di dapatkan dari masyarakat luas. Oleh karena itu, *transaction fee* memiliki peran penting dalam dunia perbankan. Banyak makna tentang arti biaya transaksi diatas masih susah dipahami disebabkan makna diatas masih memiliki sifat khas selaras pada aktivitas ataupun objek yang diteliti/dikaji. Dilihat banyak pengertian ahli maka dapat disimpulkan arti biaya transaksi dengan umumnya yakni semua biaya yang dikeluarkan untuk menegakan transaksi. (Andrias, 2013)

Biaya transaksi begitu penting pada pengaplikasian biaya operasional sebuah perbankan. Biaya transaksi bisa digunakan untuk mengukur efisiensi perbankan pada tercapainya profitabilitas perbankan.(Yunita,Darmanto,2017)

Konsep Upah Dalam Perspektif Islam

Keberadaan upah tergantung pada adanya akad. Sedangkan menurut Ulama` Hanafiyah dan Malikiyah, upah dimiliki berdasarkan akad itu sendiri, tetapi diberikan sedikit demi sedikit, tergantung pada kebutuhan, aqid. Menurut Hanafiyah serta Malikiyah, kewajiban upah didasarkan pada tiga perkara:

- 1) Mensyaratkan upah untuk dipercepat dalam zat akad.
- 2) Mempercepat tanpa adanya syarat.

Dengan membayar kemanfaatan sedikit demi sedikit. Jika dua orang yang berakad sepakat untuk mengakhirkan upah, maka hal itu diperbolehkan.(Rachmat,2001)

Produk dan layanan pada BRILink dilakukan dengan akad imbal jasa (akad ijarah atau ujah). Upah (ijarah) merupakan akad yang digunakan untuk kepemilikan manfaat (jasa) dari seorang mu"ajir oleh seorang musta"jir yang dijelaskan disengaja dengan memberikan pengganti (kompensasi/upah). Imbal jasa tersebut adalah antara pihak bank penyelenggara BRILink dengan agen. Seperti yang telah dijelaskan pada perjanjian kerjasama diatas. Mekanisme imbal jasa yang dilakukan adalah berupa besaran komisi/fee. Pemberian upah hendaknya berdasarkan akad perjanjian kerja, karena akan menimbulkan hubungan yang berisi hak-hak atas kewajiban masing-masing pihak. Menurut penjelasan para ulama hukum ujah diperbolehkan dalam Islam.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas yakni komitmen yang dipegang dengan baik guna membeli ataupun mensupport lagi produk ataupun jasa yang disukai diwaktu esok meski pengaruh keadaan serta usaha pemasaran memiliki potensi menimbulkan pelanggan beralih. Loyalitas merupakan perilaku proses membeli ulang belaka mengikat proses membeli merek tertentu yang sama dengan berulang-ulang.

Sesuai makna diatas maka bisa diuraikan bahwasanya loyalitas yakni terdapat sifat mendorong melaksanakan proses membeli produk ataupun jasa dari sebuah perusahaan yang mengikutsertakan aspek perasan didalamnya, terkhusus bagi membeli dengan baik serta berulang-ulang. (Yelli,2017)

HIPOTESIS (Jika Ada)

Penelitian dilaksanakan oleh Yelli Trisusanti (2017) menyimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh baik serta signifikan pada kepercayaan serta loyalitas nasabah.

Kualitas Pelayanan yakni aktivitas yang diperlukan guna menerima, memproses, menyampaikan serta terpenuhinya pesanan pelanggan serta guna tindaklanjuti tiap aktivitas yang terdapat kesalahan. Beserta pelayanan yang memiliki kwalitas maka pelanggan hendak merasakan nyaman serta bisa loyal pada sebuah perusahaan.(Burhan Bugian,2017) Hipotesis H0 serta Ha pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah sebagai berikut:

H01 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkalis.

Ha1 : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada loyalitas nasabah BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkalis.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian lapangan (*field research*) yakni sebuah penelitian yang dilaksanakan secara runtut dan data yang didapatkan dari lapangan.(Slamet Riyanto, 2020) Penelitian ini juga bersifat deskriptif analisis, adalah penelitian yang mengambil atau mengumpulkan data melalui angket guna memperoleh data yang akurat. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. (Iqbal Hasan,2004)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu sumber data berdasarkan sumbernya menjadi yaitu data primer. Data primer adalah data yang di peroleh atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya, (Sandu Siyoto, 2015) yang berupa jawaban kuesioner dan menyebar angket langsung kepada Masyarakat Desa Senggoro.

Adapun skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pengaruh, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Populasi kepenelitian tersebut yakni semua nasabah BRILink di Desa Senggoro yang berjumlah 580 nasabah dalam 2 unit BRILink yaitu, unit BRILink Andaffizh Ponsel 2 dan Warung Ibu Ida.

Random sampling atau disebut probability sampling adalah metode pemilihan sampel di mana setiap sampel atau responden dalam populasi, memiliki kemungkinan (probabilitas) yang sama untuk terpilih. Misalnya, dalam satu desa yang terdiri atas masyarakat, peneliti hendak memilih sampel sebanyak orang. Maka kemungkinan yang dimiliki setiap Masyarakat untuk terpilih menjadi sampel adalah sebesar 0,01. (Herdiansyah,2015) Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 85 kuesioner kepada responden yang sudah ditentukan oleh peneliti. Berikut adalah deskripsi dari responden yang telah ditentukan:

Tabel 1

Karakteristik responden nasabah berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	59	69,41%

Laki-laki	26	30,59%
Total	85	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa reponden yang mengisi kuisisioner adalah Perempuan 59(69,41%) responden dan laki-laki yang jumlah 26 (30,59%) orang responden.

Tabel 2
Karakteristik responden berdasarkan usia

Umur	Jumlah	Presentase
<20	2	2,35%
20-30	23	27,06%
31-40	34	40%
>41	26	30,59%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa yang berumur <20 tahun sebanyak 2 responden (2,35%), berumur 20-30 tahun sebanyak 23 responden (27,60%), berumur 31-40 tahun sebanyak 34 responden (40%), berumur >31 tahun sebanyak 26 responden (30,59%). Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah pada agen BRILink lebih didominasi oleh nasabah yang telah memasuki usia 31-40 tahun.

Tabel 3
Karakteristik responden nasabah berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	20	23,53%
Wirausaha	12	14,12%
Karyawan	27	31,76%
Pegawai swasta	17	20%
Lainnya	9	10,59%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa yang pekerjaannya pelajar sebanyak 20 responden (23,53%), pekerjaan sebagai Wirausaha

sebanyak 12 responden (14,12%), pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 27 responden (31,76%), pekerjaan sebagai pegawai swasta 17 responden (20%), dan pekerjaan lainnya 9 responden (10,59%). Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah pada agen BRILink lebih didominasi oleh nasabah yang telah bekerja sebagai karyawan.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X Pelayanan $r_h > r_t$ ($0,590 > 0,210$) dengan signifikan 0.210). Berdasarkan hasil dari uji validitas variabel X2 harga $r_h > r_t$ ($0,417 > 0,210$) dengan signifikansi 0.210) dan hasil dari uji validitas variabel Y Loyalitas Nasabah $r_h > r_t$ ($0,464 > 0,210$) dengan signifikansi 0.210) dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang ada di kuesioner dikatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reabilitas

Tabel 4

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	.822	8
X2	.854	10
Y	.868	7

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha pada variabel X1 adalah bernilai 0,822, lebih besar dari 0,6 ($0,822 > 0,6$). Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha pada variabel X2 adalah bernilai 0,854 lebih besar dari 0,6 ($0,854 > 0,6$). Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha pada variabel X2 adalah bernilai 0,868 lebih besar dari 0,6 ($0,868 > 0,6$). Dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang ada di kuesioner yang di sebarakan reliable atau konsistensi

Uji Asumsi Klasik.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	85

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53188963
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.036
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c

a. Test distribution is Normal.

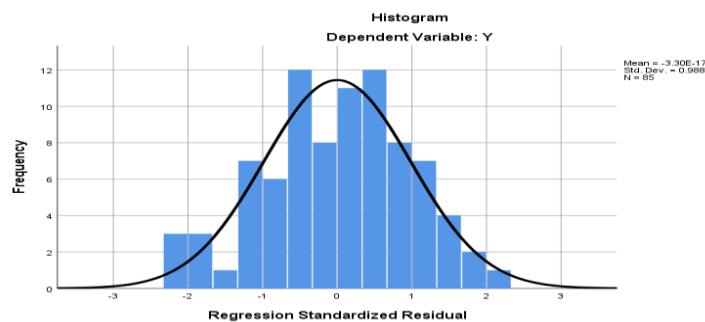
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 5

Ber
dasarkan
tabel
diatas,
menunjuk
kan bahwa
tingkat

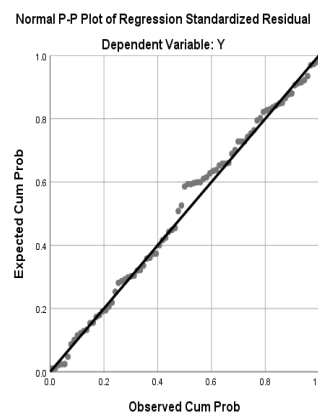
signifikan $0,069 > 0,05$ hal ini dapat diartikan tingkat signifikan lebih besar dari alfa tarag nyata. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 1
Histogram

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Berdasarkan gambar 1 apabila histogram berbentuk seperti gunung maka menunjukkan normal dan layak digunakan.



Gambar 2
P Plot

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Dalam gambar disaksikan bahwasanya titik-titik meluas tidak jauh dari garis diagonal. Maka bisa dinyatakan bahwasanya data itu berdistribusi

normal. Terlihat bahwa grafik normal probability plot of regression standardized menunjukkan pola garfik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik menyebar disekitar garis lurus atau garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

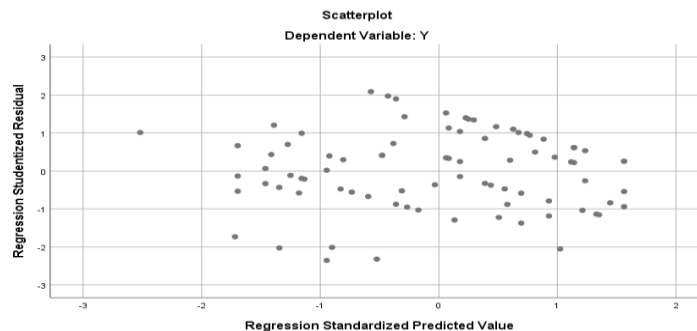
Tabel 6
Uji Multikolineritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.506	3.955		.381	.704		
	X1	.252	.109	.223	2.312	.023	.760	1.316
	X2	.455	.086	.509	5.281	.000	.760	1.316

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.



Gambar 3
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Berdasarkan pada gambar diatas, menunjukkan grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini. artinya varian residual suatu penelitian adalah sama.

Tabel 7

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.955	3.971		.492	.624
	X1	.227	.108	.202	2.097	.039
	X2	.466	.086	.521	5.395	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Sesuai tabel perhitungan dengan SPSS versi 25, maka dapat disimpulkan persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,955 + 0,227X_1 + 0,466X_2$$

Maka persamaannya:

Konstanta memiliki nilai 1,955 yang menyatakan kalau variabel kualitas pelayanan (X1) serta harga (X2) tetap, maka nilai loyalitas nasabah (Y) hendak semakin bertambah ataupun meningkat senilai 1,955. Nilai koefisien variabel harga sebesar 0,039 artinya jika nilai variabel fasilitas ditingkatkan atau diturunkan satu satuan maka akan maningkatkan atau menurunkan nilai variabel kepuasan nasabah sebesar 0,039, sehingga dapat dinayatkan hubungan yang positif.

Tabel 8
Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.955	3.971		.492	.624
	X1	.227	.108	.202	2.097	.039
	X2	.466	.086	.521	5.395	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Dari hasil SPSS diperoleh t tabel (0,05; 82) sebesar 1.664, diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan tes uji t statistik fasilitas sebesar 2,097 > t tabel yaitu 1,664 dengan nilai signifikan 0,039 > 0,05. hal ini menunjukkan variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin berkualitas

layanan BRILink maka akan semakin besar loyalitas nasabah. Sehingga Ha1 diterima.

Dari hasil tes uji statistik harga sebesar $5,395 > t$ tabel yaitu 0,2146 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. semakin baik harga yang diberikan maka akan semakin besar loyalitas nasabah. Ha2 diterima.

Tabel 9
Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384.596	2	192.298	28.965	.000 ^b
	Residual	544.393	82	6.639		
	Total	928.988	84			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Dari tabel uji F maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan harga terhadap variabel loyalitas nasabah secara Bersama - sama karena nilai f hitung $28.965 > F$ tabel sebesar 3,108 dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Agen BRILink. uji heteroskedastisitas (R2)

Tabel 10
Uji Determinasi (R2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.414	.400	2.577

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output IBM SPSS 25 (2024)

Nilai R sebesar 0,643 sama dengan 64,3% yang menunjukkan bahwa variabel indenpenden yang terdiri dari pelayanan (X1) Dan harga (X2) memiliki hubungan yang kuat dengan loyalitas nasabah (Y).

Nilai R Square sebesar 0,414 nilai dan nilai Adjusted R square ini mengandung arti bahwa variabel Pelayanan dan Harga mampu menjelaskan variabel dependen loyalitas nasabah (Y) sebesar 41%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Stand error of the estimate artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Nilai standar error of the estimatenya 2.577. Semakin kecil standar error of estimatenya semakin membaik, sedangkan standar error of estimatenya dalam penelitian ini sangat besar nilainya yakni sebesar 2.577. Artinya nilai standar error of estimatenya tidak bagus atau tidak membaik.

pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas nasabah

Sesuai hasil uji f , memiliki nilai f hitung senilai 28,965 dengan nilai f tabel senilai 3,108 yang artinya, nilai f hitung $28,965 > f$ tabel 3,108. Akhirnya bisa diuraikan bahwasanya H_0 ditolak serta H_a diterima. Variabel kualitas pelayanan (X_1) serta harga (X_2) mempunyai pengaruh dalam variabel loyalitas nasabah (Y) mempunyai pengaruh dengan simultan.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwasanya loyalitas nasabah serta Harga mempunyai pengaruh pada loyalitas nasabah agen BRILink desa Senggoro kecamatan Bengkalis. Menurut fenomena penelitian yang telah dilakukan agen BRILink perlu memerhatikan nasabah yang mementingkan kualitas pelayanan untuk dilayani sebaik mungkin. Begitupun dengan nasabah yang mementingkan Harga untuk diberikan biaya transaksi yang sama, konsisten serta murah, agar nasabah tetap loyal pada agen BRILink.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas nasabah BRILink (studi di Desa Senggoro, kecamatan Bengkalis), maka dapat diambil kesimpulan sebagai Terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRILink di Desa Senggoro Kecamatan Bengkalis. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t memperoleh nilai t hitung sebesar 2,097 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,039 jika dibandingkan dengan t tabel 1,664 maka t hitung $>$ daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,039 lebih $<$ daripada 0,05 hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap pelayanan.

Terdapat pengaruh variabel harga terhadap loyalitas nasabah brilink di Desa Senggoro kecamatan Bengkalis hal tersebut menunjukkan dari hasil analisis uji t yang memperoleh nilai hitung sebesar 5,395 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 jika dibandingkan dengan t tabel 1,664 maka T hitung $>$ dari t

tabel dan nilai signifikansi $0,0000 < \text{dari } 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang positif. Terdapat pengaruh yang ditimbulkan dari pengaruh kualitas layanan harga secara simultan terhadap loyalitas nasabah bertransaksi di BRILink desa Senggoro kecamatan Bengkalis. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji f yang memperoleh nilai f hitung sebesar 28,965 dan nilai signifikansi 0,0000. Nilai signifikansi $f < \text{daripada } 0,05$ diketahui bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel independen maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Terdapat nilai R sebesar 0,643 sama dengan 64,3% yang menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari pelayanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki hubungan yang kuat dengan loyalitas nasabah (Y). Nilai R Square sebesar 0,414 nilai dan nilai Adjusted R square ini mengandung arti bahwa variabel Pelayanan dan Harga mampu menjelaskan variabel dependen loyalitas nasabah (Y) sebesar 41,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUTAKA

- Aprizal Yuzril, 2019, *Proyeksi Perbankan di Era Disrupsi*, Jakarta Timur: Pusat Kaji Unuversitas Negeri Jakarta
- Agus Priyono, 2019. Skripsi, Efektivitas Agen Brilink Dalam Peningkatan Layanan Di BRI Panca Rinjang Kab. Sidrap (Analisis Ekonomi Islam)
- Yora Melanda, 2019. Skripsi, *Pengaruh Kedekatan Emosional Serta Atmosphere Pada Loyalitas Nasabah BRILink (Studi di Kecamatan Bermanilir Kabupaten Kepahiang)*
- Fandy Tjiptono, 2004 Manajemen Jasa, Ed. 2, Yogyakarta: Andi
- Andriasan Sudarso, 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan, Ed. 1, Cet. 1, Yogyakarta
- Andrias Dwimahendrawan, 2013, Tesis, Biaya Transaksi Pada Proses Pembelian Bahan Baku Industri Batik Di Kabupaten Bangkalan, Tesis, Universitas Negeri Jember
- Yunita Agza & Darmanto, 2017. Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, Serta Biaya Transaksi pada Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah
- Rachmad Hidayat, 2019. Jurnal Manajemen Serta Kewirausahaan, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Serta Nilai Nasabah Pada Kepuasan Serta Loyalitas Nasabah Bank Mandiri

Yelli Trisusanti, 2017. Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Serta Kepercayaan Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)

Burhan Bungin, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi serta Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Jakarta: Kencana

Sandu Siyoto Dan Ali Sodik, 2020, *Dasar Metodologi Penelitian*