
Research Article

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink Iwan di Desa Clumprit Kec. Pagelaran)

Erin Hartutik*

Universitas Modern Al-Rifa'ie Indonesia

Article history:

Submission December 2025

Revised December 2025

Accepted December 2025

*Corresponding author:

E-mail:

erin.arnasa@gmail.com

ABSTRAK

BRILink adalah salah satu inovasi yang dikeluarkan PT. BRI yang menawarkan akses layanan perbankan lebih mudah, terjangkau dan terdekat bagi masyarakat tanpa perlu pergi ke kantor. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh BRILink adalah penetapan harga administrasi yang sesuai dan kualitas pelayanan yang tepat dan memberikan kepuasan kepada masyarakat yang melakukan transaksi di BRILink. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi pada Agen BRILink Iwan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Populasinya adalah pelanggan Agen BRILink. Jumlah sampelnya 83 orang yang diambil dengan teknik non *probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur dengan bantuan program SPSS 29. Temuan penelitian ini adalah 1) Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan. 2) Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan. 3) Keputusan Bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan. 4) Keputusan bertransaksi memediasi harga terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan bertransaksi tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink Iwan. Temuan ini memberikan masukan bahwa harga yang diberikan harus relevan dengan kualitas jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan yang optimal akan menciptakan kepuasan, kualitas pelayanan perlu dijaga dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin. Keputusan bertransaksi terhadap jasa akan tercipta jika harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang dirasakan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Bertransaksi, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

How to cite:

Hartutik, E. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink Iwan di Desa Clumprit Kec. Pagelaran). *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*. 5(3), 447 – 455. doi: 10.11594/jesi.05.03.03

Pendahuluan

Dunia bisnis merupakan dunia yang paling ramai dibicarakan berbagai forum, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Ramainya pembicaraan tersebut disebabkan oleh tolak ukur kemajuan suatu negara adalah dari kemajuan ekonominya dan tulang punggung dari kemajuan ekonomi adalah dunia bisnis. Salah satu industri yang berkembang pada saat ini adalah industri perbankan.

Perbankan di Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun mengalami perkembangan yang sangat pesat baik bank BUMN maupun bank milik swasta, yang telah memainkan peran sangat penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam pembangunan sektor ekonomi. Sehingga para bank berusaha menciptakan hal yang dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan pada nasabah dalam bertransaksi.

Inovasi terkini dalam industri perbankan adalah melalui program cerdas Agen BRILink yang dikeluarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk dan merupakan sebuah jaringan kemitraan dengan agen BRILink yang memenuhi kriteria dan persyaratan yang telah ditentukan yang tersebar luas di seluruh Indonesia.

BRILink merupakan layanan keuangan dari Bank BRI yang memungkinkan agen-agen kecil di pedesaan dan daerah terpencil yang sulit dijangkau untuk menyediakan berbagai layanan transaksi keuangan kepada nasabah atau konsumen melalui sistem *officeless* (tidak perlu lagi ke bank) untuk mendapatkan pelayanan sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Layanan ini dapat berupa cek saldo, tarik tunai, setor tunai, transfer uang, pembelian pulsa, pembayaran listrik atau air, dan pembayaran lainnya.

Keberadaan agen BRILink dapat memudahkan masyarakat yang bertempat tinggal tidak jauh dari toko atau swalayan yang ditempati oleh agen BRILink, karena tidak adanya biaya yang besar atau persyaratan yang memberatkan. Meskipun sistem BRILink menawarkan akses ke layanan perbankan yang lebih mudah, terjangkau, dan terdekat bagi masyarakat, masih ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi. Salah satunya adalah penetapan harga administrasi dan kualitas pelayanan yang tepat untuk layanan-layanan tersebut

agar tetap terjangkau bagi masyarakat di segala lapisan ekonomi dan memberikan kepuasan pelanggan dalam bertransaksi. Tantangan lainnya yang harus dihadapi dalam sistem transaksi keuangan BRILink yaitu dapat mengoptimalkan pelayanannya agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan efisien dan dapat diandalkan. Penetapan harga yang tidak sesuai dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan BRILink. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana harga-harga yang ditetapkan mempengaruhi persepsi dan keputusan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut:

1. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan dalam bertransaksi pada Agen BRILink Iwan.
2. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi pada Agen BRILink Iwan.
3. Untuk menguji apakah keputusan bertransaksi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menguji apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi pada Agen BRILink Iwan.

Tinjauan Teoritis

Menurut (Kotler & Armstrong, 2014), harga adalah sejumlah uang atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga menjadi salah satu komponen yang sangat penting untuk menjual suatu produk atau jasa. Konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian suatu produk atau jasa, konsumen akan memperhatikan harga dari produk tersebut, biasanya konsumen akan memilih produk yang harganya lebih rendah dengan kualitas yang sama.

Harga seringkali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dengan harga suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka

tingkat keputusan konsumen dalam bertransaksi akan menurun dan sebaliknya. Apabila nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan keputusan dan kepuasan konsumen dalam bertransaksi. Menurut (Kotler, 2019) mengemukakan lima indikator harga yang biasa digunakan dalam penelitian antara lain.

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat
- e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Menurut (Tjiptono, 2014) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang disesuaikan dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Sedangkan (Indrasari, 2019), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. kualitas pelayanan merupakan seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Kualitas pelayanan merupakan sikap yang berhubungan dengan keunggulan suatu jasa pelayanan atau pertimbangan konsumen tentang kelebihan suatu perusahaan. Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.

Indikator kualitas pelayanan menurut (Purwanti dan Wahdiniwati, 2017) adalah sebagai berikut.

1. Keandalan (*reliability*)
2. Keresponsifan (*responsiveness*)
3. Keyakinan (*assurances*)
4. Empati (*empathy*)
5. Berwujud (*tangibles*)

Secara umum, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang

timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut (Tjiptono, 2014) kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Sedangkan menurut (Priharto, 2020) kepuasan konsumen adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan produk atau jasa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan.

Indikator kepuasan pelanggan menurut (Indrasari, 2019) adalah sebagai berikut.

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Ketersediaan Merekomendasi

Menurut (Ridzwan, Purwanti dan Wicaksono, 2021), keputusan bertransaksi adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif transaksi, keputusan bertransaksi, dan perilaku setelah transaksi. Menurut (Indrasari, 2019), keputusan yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan konsumen.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2016), keputusan konsumen dalam bertransaksi dapat dievaluasi melalui indikator-indikator sebagai berikut.

1. Pemilihan Produk
2. Pemilihan Penyalur
3. Waktu Bertransaksi
4. Jumlah Transaksi
5. Metode Pembayaran

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan jenis pendekatan penelitian kuantitatif eksplanatori. Sumber data yang digunakan terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang didapatkan langsung dari pelanggan melalui

kuesioner berupa harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan keputusan bertransaksi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat dari pemilik agen BRILink Iwan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner.

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pernyataan tertulis mengenai indikator variabel penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner akan diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) yang mampu menguji hubungan antar variabel yang berwujud sebab akibat. Untuk mempermudah pengelolaan data dilakukan dengan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 29.0.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan agen BRILink Iwan. Dalam penelitian ini

populasi yang digunakan adalah pelanggan agen BRILink Iwan. Jumlah sampel pilihan sebanyak 83 responden. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan berdasarkan kebetulan.

Hasil Penelitian

Hasil dari analisis jalur pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan menggunakan program SPSS 29 diperoleh pengaruh masing-masing variabel.

Berdasarkan pemaparan maka dapat ditarik beberapa hipotesis sebagai berikut: Pertama diduga harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.581	1.40612

Gambar 1. Uji F(Simultan)

Berdasarkan uji analisis jalur diperoleh nilai R Square (R^2) adalah 0,591 menunjukkan bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan bertransaksi secara

simultan adalah 59,1%. Sedangkan sisanya ($100\% - 59,1\% = 40,9\%$) kemungkinan terdapat di variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan bertransaksi.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.813	2	114.407	57.863	<,001 ^b
	Residual	158.175	80	1.977		
	Total	386.988	82			

Gambar 2. Anova dengan Nilai F dan Sig

Diketahui F_{hitung} sebesar 57,863 dengan nilai signifikan yaitu 0,001. Nilai F_{tabel} dengan signifikan 0,05 dan dk pembilang = $k - 1 = 3 - 1 = 2$, dk penyebut = $N - K = 83 - 3 = 80$ diperoleh $F_{tabel} = 3,11$. Nilai probabilitas 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Dilihat dari nilai $F_{hitung} (57,863) > F_{tabel} (3,11)$. Berarti harga dan kualitas pelayanan

berpengaruh secara simultan terhadap keputusan bertransaksi.

Hipotesis kedua adalah diduga harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.611	.596	1.21667

Gambar 3. Uji F(Simultan)

Berdasarkan uji analisis jalur nilai R Square (R^2) adalah 0,611 menunjukkan bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan adalah 61,1%. Sedangkan sisanya ($100\% - 61,1\% = 38,9\%$) kemungkinan terdapat di variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	183.347	3	61.116	41.286	<,001 ^b
Residual	116.942	79	1.480		
Total	300.289	82			

Gambar 4. Anova dengan Nilai F dan Sig

Diketahui F_{hitung} sebesar 41,286 dengan nilai signifikan yaitu 0,001. Nilai F_{tabel} dengan signifikan 0,05 dan dk pembilang = $k - 1 = 3 - 1 = 2$, dk penyebut = $N - K = 83 - 3 = 80$ diperoleh $F_{tabel} = 3,11$. Nilai probabilitas 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Dilihat dari nilai $F_{hitung} (41,286) > F_{tabel} (3,11)$. Berarti harga dan kualitas pelayanan

berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis ketiga yaitu diduga keputusan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink Iwan.

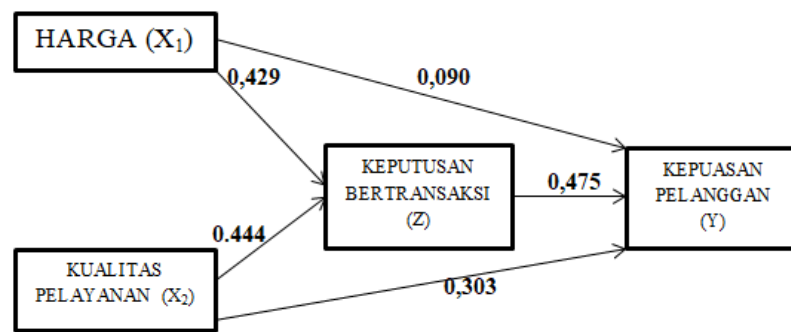
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.250	1.486		.842
	HARGA	.078	.083	.090	.938
	KUALITAS PELAYANAN	.257	.082	.303	3.124
	KEPUTUSAN BERTRANSAKSI	.419	.097	.475	4.330

Gambar 5. Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil perhitungan, $t_{hitung} (4,330) > t_{tabel} (1,99)$. Dengan angka signifikansi $0,001 < 0,05$ artinya keputusan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh keputusan bertransaksi terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,419 atau 41,9%. Maka sesuai

dengan hipotesis yang diajukan H_a diterima.

Hipotesis ke empat yaitu diduga harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan.



Sumber: Output SPSS, data diolah, 2024

Gambar 6. Struktur Keseluruhan Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Bertransaksi

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur pada persamaan jalur pertama dan kedua menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi sebesar 0,204 dan ternyata pengaruh langsung lebih kecil (0,090). Hal ini menunjukkan harga tidak langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan yang bertransaksi pada agen BRILink Iwan dan perlu memperhatikan terlebih dahulu keputusan bertransaksi.

Sedangkan untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi sebesar 0,211 dan ternyata pengaruh langsung lebih besar (0,303) jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan akan langsung mempengaruhi kepuasan konsumen yang bertransaksi pada agen BRILink Iwan tanpa harus terlebih dahulu melihat keputusan bertransaksi.

Berdasarkan hasil analisis jalur bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi langsung terhadap kepuasan konsumen tanpa harus terlebih dahulu memperhatikan keputusan bertransaksi, dan harga harus memperhatikan terlebih dahulu keputusan bertransaksi sebelum pelanggan mendapatkan kepuasan.

Pembahasan

Yang pertama yaitu pengaruh langsung harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan.

Hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh harga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,429 sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan sebesar 0,444 terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan. Persepsi konsumen tentang harga jika dilihat dari sudut pandang pelanggan, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila harga dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Pendapat responden tentang harga yang diberikan oleh agen BRILink Iwan masuk dalam kategori tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah (sedang). Sehingga masih sesuai dengan harga yang diberikan. Penetapan harga merupakan hal yang sangat sulit bagi perusahaan, karena perusahaan harus mampu memberikan harga yang tepat. Perusahaan yang menetapkan harga yang tidak sesuai akan menimbulkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang kepada perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan unsur yang sangat penting diperhatikan untuk meningkatkan keputusan bertransaksi. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan hal yang mutlak dimiliki oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung bagaimana penerimaan konsumen akan pelayanan nyata yang diperolehnya dengan pelayanan yang konsumen harapkan.

Faktor penting dalam menentukan kualitas pelayanan adalah tingkatan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman layanan sebelumnya. Jadi interaksi yang harus diterapkan karyawan terhadap pelanggan harus memiliki sikap ramah dan mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Yang kedua yaitu pengaruh langsung harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan.

Hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh harga tidak berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,090 terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan. Karena juga dilihat dari nilai signifikansi $0,351 > 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,303 terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan. Sehingga kualitas pelayanan merupakan unsur yang sangat penting diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan hal yang mutlak dimiliki oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya dengan pelayanan yang pelanggan harapkan.

Yang ketiga yaitu pengaruh langsung keputusan bertransaksi terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa keputusan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,475 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan bahwa semakin tinggi keputusan bertransaksi, maka kepuasan akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Keputusan bertransaksi adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh pelanggan secara nyata sebelum melakukan keputusan bertransaksi. Semakin banyak pelanggan yang melakukan transaksi berarti pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Yang keempat yaitu pengaruh tidak langsung harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur pada persamaan jalur pertama dan kedua menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi sebesar 0,204 dan ternyata pengaruh langsung lebih kecil (0,090) jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Jika melihat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang tidak

signifikan (0,090), juga terhadap keputusan bertransaksi memiliki pengaruh yang signifikan (0,429).

Hal ini menunjukkan harga tidak langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan yang bertransaksi pada agen BRILink Iwan dan perlu memperhatikan terlebih dahulu keputusan bertransaksi.

Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan bertransaksi sebesar 0,211 dan ternyata pengaruh langsung lebih besar (0,303) jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Jika melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang signifikan (0,303), juga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan (0,444).

Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan akan langsung mempengaruhi kepuasan konsumen yang bertransaksi pada agen BRILink Iwan tanpa harus terlebih dahulu melihat keputusan bertransaksi.

Berdasarkan hasil analisis jalur bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi langsung terhadap kepuasan konsumen tanpa harus terlebih dahulu memperhatikan keputusan bertransaksi, dan harga harus memperhatikan terlebih dahulu keputusan bertransaksi sebelum pelanggan mendapatkan kepuasan.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, beberapa hal dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi pada agen BRILink Iwan.
2. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink Iwan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan agen BRILink Iwan.
3. Keputusan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen BRILink Iwan.
4. Keputusan bertransaksi memediasi harga terhadap kepuasan pelanggan. Dan keputusan bertransaksi tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya harus memperhatikan beberapa hal jika ingin melakukan penelitian yang sejenis atau mengembangkan dan lebih menyempurnakan penelitian ini, yaitu:

- a. Penambahan variabel lain dalam penelitian ini beserta pengukuran jika diperlukan.
- b. Variabel dan indikator sesuai dengan penelitian agar memperoleh data dan hasil yang akurat dan sesuai dengan keadaan.
- c. Teknik penentu sampel dan pengambilan sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga memperoleh data yang valid dan reliabel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Bagi Agen BRILink Iwan

- a. Ditinjau dari harga, agen BRILink Iwan perlu memperhatikan pemberian harga kembali agar sesuai dengan kualitas yang diberikan, pemberian layanan yang baik dan kompetitif akan membentuk harga yang relevan sesuai dengan keinginan konsumen.
- b. Ditinjau dari kualitas pelayanan, agen BRILink Iwan perlu melakukan menjaga dan memperbaiki cara melayani konsumen dengan baik, ramah dan sopan serta daya tanggap dari karyawan memperbaiki keluhan konsumen sehingga konsumen merasa puas.
- c. Ditinjau dari keputusan bertransaksi, agen BRILink perlu memperhatikan harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang optimal agar konsumen tetap melakukan transaksi dan tidak berpindah ke BRILink lain.
- d. Ditinjau dari kepuasan konsumen, agen BRILink Iwan selain melakukan sistem keluhan konsumen dan survei kepuasan konsumen agen BRILink perlu menerapkan *Lost Customer Analysis* dimana agen meminta pendapat dari konsumen yang telah berhenti bertransaksi. Sehingga diharapkan dapat memperoleh penyebab terjadinya perpindahan konsumen dan segera melakukan perbaikan dari penyebab perpindahan konsumen.

Daftar Pustaka

Abdullah, A. H., & Nento, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Perpustakaan. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol 2. No 2. P.161-171.

Ananda, R. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Ride di Kota Pematangsiantar.

Ardinata, P. Hilman. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT Lontar Media Digital Printing Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political*.

Astihani, D.M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BRI Syariah Cabang Madiun.

Azizah, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Go Food di Kota Palembang.

Eza. A. M., Satya. I., Suryawatdana. E., (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Deva Elektronik). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4).

Fatriani, R. (2018). Bentuk-bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ensiklopedia*, 1(1).

Gofur. A., 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen Stiarni, Jakarta*.

Gumilang, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Aplikasi Mobile dan Harga Terhadap Kepuasan Peserta Jaminan Kesehatan Nasional Kartu Indonesia Sehat (JKN KIS).

Harum, A. S., Nasution, M.A., Firah,A., (2023). Pengaruh Tipe Produk dan Merek Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Shell Lubricant pada PT. Dinamika Lub-sindo Medan. *Jurnal Dharmawangsa*, 17(1),3.

Haryoko, et, al. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dekorasi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1).

Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2).

- Indasari. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Utomo Press.
- Indrianto, D. A., Kasim, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Agen BRILink Moh. Arifin di Kelurahan Alak Kota Kupang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1).
- Kurniawan. D., Hongdiyanto. C., (2017). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Natural”Z. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(4).
- Misna. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi pada PT. Bank BRI, Tbk, Cabang Barro.
- Nanincova, N. (2019) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café and Bistro. *Jurnal Agora*, 7(2).
- Nasution, N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Pondok Jambu di Kabupaten Padang.
- Nurhadi., Machudah, A., & Ronny (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Electronic Banking. *Jurnal Ekonomi Keuangan*, 32(5).
- Otoritas Jasa Keuangan Nomoer 19/PJOK.03/2014.
- Otoritas Jasa Keuangan.2024. Statistik Perbankan Indonesia 2(1). Jakarta.
- Penyebab Keluhan Pelanggan. 2024. (<https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/penyebab-keluhan-pelanggan/>)
- Perkembangan Perbankan Di Era Digital Melalui BRIAPI. 2022. (<https://developers.bri.co.id/id/news/melihat-perkembangan-perbankan-di-era-digital-melalui-briapi>, diakses 31 Mei 2024).
- Prasetyo, T. A. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.
- Reina. P., 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kita-Kita Tour and Travel. Skripsi. Administrasi Bisnis Universitas Negeri Semarang.
- Rizayanti, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte di Pidie Jaya.
- Rizwan., Ika P., Arian Y., 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi.
- Sejarah Bank BRI dan Perkembangannya. 2023. ([https://www.linkqu.id/artikel/sejarah-bank-bri-dan-perkembangannya/#:~:text=Sejarah%20Bank%20BRI%20\(Bank%20Rakyat,membantu%20masyarakat%20desa%20dan%pedesaan\)](https://www.linkqu.id/artikel/sejarah-bank-bri-dan-perkembangannya/#:~:text=Sejarah%20Bank%20BRI%20(Bank%20Rakyat,membantu%20masyarakat%20desa%20dan%pedesaan)))
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti. A., (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Perusahaan Asuransi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi*, 2(2).
- Suryana, P., Muliasari, I. (2018). Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(1)
- Tjiptono, F., (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Visi dan Misi Batik BRILink Community. 2024. (https://batikbrilink.blogspot.cpm/p/blog-page_24.html)
- Wibowati, J.L. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Unpal*.
- Widiastutuk. E., Hendarti. Y., (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembelian PadaKonsumen PT Sahabat Tour dan Travel Sukoharjo.
- Zikri, A. Harahap, M.I. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Pengirim Barang terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatra. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1).