

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TRANSAKSI KEUANGAN DIGITAL PADA AGEN BRILINK RAMBANG KABUPATEN MUARA ENIM, SUMATERA SELATAN

Nico Pratama Ramadhan¹, Reni Shinta Dewi² & Andi Wijayanto³

¹²³Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: nicopratamarx@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the influence of perceived ease of use and comfort on the decision to use digital financial transactions at BRILink agents in Rambang, Muara Enim Regency, South Sumatra. This research employs a quantitative approach with a survey method involving 127 respondents who are users of BRILink services. Data were collected through a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression to test the influence of independent variables (perceived ease of use and perceived comfort) on the dependent variable (usage decision). The results indicate that both perceived ease of use and perceived comfort have a positive and significant impact on the decision to use digital financial transactions. These findings suggest that enhancing perceptions of ease of use and comfort can encourage more people to use digital financial transaction services through BRILink agents. This study provides practical implications for the development of marketing strategies and the improvement of service quality by BRILink, particularly in enhancing users' perceptions of ease of use and comfort.*

Keywords: *Usage Decision, Digital Financial Transactions, Perceived Ease of Use, Perceived Comfort.*

Abstraksi: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan kenyamanan terhadap keputusan penggunaan transaksi keuangan digital pada agen BRILink di Rambang, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 127 responden yang merupakan pengguna layanan BRILink. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen (persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan) terhadap variabel dependen (keputusan penggunaan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik persepsi kemudahan maupun persepsi kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi keuangan digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi kemudahan dan kenyamanan dapat mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan layanan transaksi keuangan digital melalui agen BRILink. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan oleh BRILink, khususnya dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan kenyamanan pengguna.

Kata Kunci: Keputusan Penggunaan, Transaksi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan.

Pendahuluan

Di era digitalisasi sekarang, layanan jasa perbankan berkembang dengan pesat mengikuti kebutuhan *customer* yang semakin beragam dan menginginkan bentuk layanan perbankan yang mudah, cepat, dan aman. Jasa perbankan yang dimaksud tersebut adalah suatu kegiatan yang bersifat tidak teraba, dimana pemenuhan akan kebutuhannya tidak lagi terikat pada penjualan produk atau jasa lain, jika sebelumnya nasabah mencari bank (*Bank Oriented*), bank mencari nasabah (*Customer Oriented*). Oleh karena itu, bank dituntut dapat menghasilkan produk- produk perbankan yang canggih dengan memanfaatkan kemajuan teknologi sehingga jangkauan layanan perbankan dapat semakin luas dan tidak lagi dihadirkan dalam bentuk fisik kantor seperti pelayanan teller, Customer Service dan

pelayanan lainnya. Adapun tujuan dari adanya peningkatan layanan jasa perbankan adalah bank dapat menghasilkan fitur dan produk yang menarik minat nasabah, dan dilengkapi dengan teknologi penunjang fitur dan produk yang berkualitas. Keunggulan inilah yang dihadirkan oleh Lembaga Keuangan Perbankan di Indonesia.

Lembaga keuangan perbankan Indonesia memiliki peranan penting dalam mengelola keuangan masyarakat karena memiliki misi sebagai agen pembangunan *Agent of Development* atau Agen BRILink, yaitu sebagai lembaga yang menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Sebagai peraturan keuangan, yang menjembatani pihak kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, Perbankan nasional merupakan sarana pemberdayaan masyarakat dan seluruh kekuatan ekonomi nasional, terutama pengusaha kecil, menengah dan koperasi, namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh Lembaga Keuangan Perbankan masih belum diketahui dan/atau dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat (Jeane, 2017).

Selanjutnya menurut Khanan (2016) menjelaskan bahwa Layanan Keuangan Digital atau *Branchless Banking* merupakan layanan yang menjadi program utama untuk pengembangan keuangan perbankan yang mana kegiatannya adalah memberikan jasa layanan keuangan dengan tidak melalui kantor fisik bank. Dengan menggunakan sarana teknologi atau melibatkan jasa pihak ketiga terutama untuk melayani masyarakat yang belum terlayani jasa keuangan. Selain dengan alasan efisien, nasabah menggunakan *Branchless Banking* dengan maksud untuk mendapatkan manfaat dan kecepatan transaksi tanpa melalui teller bank.

BRILink memberikan beberapa layanan, diantaranya yaitu layanan Keuangan yang disediakan antara lain tabungan yaitu rekening tabungan dasar (*basic saving account*), kredit nasabah mikro, asuransi mikro, dan/atau produk keuangan lainnya berdasarkan persetujuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Terkait dengan Program Laku Pandai, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terus meningkatkan layanan branchless banking (rekening tanpa cabang) dimana agen BRILink ini sudah ada hingga pelosok daerah (Jeane, 2017).

Tujuan utama dari agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif (*unbanked atau unbankable*). Melalui agen BRILink, nasabah BRI maupun masyarakat umum lainnya bisa mendapatkan pelayanan yang sama seperti halnya di kantor BRI. Masyarakat dapat melakukan setoran tabungan, penarikan secara tunai serta melakukan transaksi pembayaran melalui agen. Dilihat dari sisi konsumen, beberapa masyarakat memandang sebagai produk yang memiliki kemudahan dan sangat menolong dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka. Namun faktanya, tidak banyak masyarakat yang belum memahami terhadap kemampuan BRILink dalam menggantikan fungsi bank konvensional, khususnya bagi mereka yang tempat tinggalnya jauh dari lokasi bank tersebut (Jeane, 2017).

Proses kerja BRILink dibantu dengan adanya alat EDC (*Electronic Data Capture*) yang merupakan mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi keuangan, hal ini telah di uji coba sejak tahun 2013 dan resmi diluncurkan pada tahun 2014. BRILink tidak hanya memberikan manfaat efisien operasional, namun juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Keberadaan BRILink juga sudah dapat menjangkau berbagai wilayah pedesaan hingga ke wilayah perbatasan yang memiliki akses jaringan sehingga masyarakat ataupun nasabah bank BRI dapat menggunakannya (Herman, 2018).

Berdasarkan pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk menjelaskan bahwa BRILink memiliki tiga produk yaitu, pertama Laku Pandai yang terdiri dari fasilitas setor tunai, tarik tunai, isi ulang pulsa dan belanja. Kedua T-Bank yang terdiri dari fasilitas setor pinjaman, setor simpanan dan tarik tunai. Ketiga Mini ATM BRI yang terdiri dari fasilitas registrasi mobile banking, registrasi internet banking, transfer, isi ulang pulsa dan setor pasti. Selain bantuan dari agen, BRILink juga didukung oleh provider telekomunikasi yaitu Indosat dan Telkomsel serta seperangkat alat EDC (*Electronic Data Capture*) yang dipinjamkan untuk para agen BRILink yang dapat digunakan untuk menerima

transaksi pembayaran dengan kartu kredit, kartu debit, dan kartu prepaid yang diletakkan di merchants (PT. BRI).

Beberapa layanan yang diberikan BRILink sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan tersebut untuk berbagai kepentingan dalam melakukan transaksi. Oleh sebab itu, agen BRILink semakin bertambah mengingat bahwa banyaknya masyarakat yang ingin dan sudah menggunakan layanan jasa yang diberikan. Hal tersebut dapat diketahui pada data tabel di bawah ini:

Tabel 1. Data Jumlah Agen dan Transaksi BRILink

No.	Tahun	Jumlah Agen	Jumlah Transaksi	Volume Transaksi
1.	2015	14.388	1,6 juta transaksi	973 juta
2.	2016	50.259	23,6 juta transaksi	35,9 triliun
3.	2017	84.559	98,4 juta transaksi	139,1 triliun
4.	2018	279.750	202,1 juta transaksi	298,0 triliun
5.	2019	422.550	378,7 juta transaksi	512,7 triliun
6.	2020	504.233	728,0 juta transaksi	843,0 triliun
7.	2021	503.151	929,7 juta transaksi	1.143,0 triliun
8.	2022	627.000	1080,2 juta transaksi	1.297,1 triliun

Sumber: Laporan Tahunan 2022 PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Berdasarkan tabel 1 data jumlah agen dan transaksi BRILink diketahui bahwa pertumbuhan transaksi BRILink yang sangat pesat menunjukkan bahwa minat masyarakat menggunakan produk BRILink sangat tinggi. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor kemudahan yang ditawarkan oleh Bank BRI terhadap nasabah di dalam meningkatkan akses keuangan masyarakat serta terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan layanan jasa perbankan. Tingginya minat pengguna dalam menggunakan layanan BRILink membuat agen BRILink juga semakin bertambah dari tahun ke tahun. Hal utama yang menjadi penilaian masyarakat sebagai pengguna adalah kemudahan dan manfaat dalam menggunakan transaksi keuangan digital tersebut.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Gustian, 2019) menunjukkan bahwa tujuan utama dari agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif melalui agen BRILink, nasabah BRI maupun masyarakat umum lainnya dapat mendapatkan pelayanan yang sama seperti halnya di kantor BRI. Masyarakat dapat melakukan setoran tabungan, penarikan secara tunai serta melakukan transaksi pembayaran melalui agen, dan memudahkan masyarakat bertransaksi tanpa datang ke bank langsung. Menurut (Rosa *et al*, 2018) menjelaskan bahwa menjaga kepercayaan nasabah merupakan hal penting untuk memenuhi hak nasabah atas keamanan kerahasiaan data atau beserta simpanannya, mengingat agen laku pandai yang memberikan pelayanan jasa keuangan kepada nasabah dan secara langsung akan mengetahui data nasabah beserta simpanannya. Oleh karena itu kewajiban menjaga rahasia data nasabah bukan hanya dibebankan kepada bank penyelenggaraan namun juga kepada nasabah agen laku pandai. Hal tersebut jelas diatur dalam POJK No. 19/POJK.03/2014 dan SEOJK No. 6/SEOJK.03/2015 yang menyatakan bahwa rahasia bank di dalam pelaksanaan penyelenggaraan laku pandai merupakan tanggung jawab pihak bank dan agen.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Nur, 2019) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di BRILink, variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di BRILink dan variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa. (Rita, 2019) menjelaskan bahwa pelayanan yang cepat pada saat

melakukan transaksi di BRILink, pelayanan tepat waktu dan pelayanan yang tidak dibatasi jam kerja di BRILink, sehingga ketika nasabah ingin melakukan transaksi pada saat pagi, siang sore dan malam hari serta pada saat hari libur seperti sabtu dan minggu masih bisa, tidak seperti di kantor BRI yang dibatasi jam kerja dan hari kerjanya.

Sebagaimana yang dikemukakan (Freddy, 2009) Menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan pada produk BRILink yaitu karena adanya persepsi. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti. Hal tersebut berarti bahwa penilaian masyarakat terhadap jasa BRILink juga dipengaruhi Oleh puas tidaknya nabasah terhadap pelayanan yang diterima. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memenuhi semua kebutuhan dan keinginan nasabahnya yang kemudian akan menciptakan rasa kepuasan. Persaingan industri perbankan yang semakin ketat membuat perusahaan berlomba untuk melakukan pengembangan teknologi dan inovasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. TAM (*Technology Acceptances Models*) merupakan model dari perilaku yang memanfaatkan teknologi informasi dan mengacu pada sistem informasi manajemennya (Munusamy *et al.*, 2012).

Terdapat dua konsep yang dipercaya dalam penerimaan pengguna yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaatnya. Perluasan konsep dari TAM diharapkan dapat membantu memprediksi dari sikap dan penerimaan dari seseorang terhadap teknologi yang diterapkan dan dapat memberikan informasi yang mendasar untuk digunakan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong dari sikap individu tersebut (Devi, 2014). Perkembangan teknologi mendorong perbankan untuk terus berinovasi dengan membuat Electronic Banking (*E- banking*) yang mudah terjangkau di masyarakat misalnya, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Internet Banking*, dan *Mobile Banking* (Goyal *et al.*, 2016).

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan pada tanggal 12 Mei 2021 kepada 5 masyarakat, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi terkait dengan persepsi masyarakat mengenai kemudahan dan manfaat penggunaan Age BRILink di Rambang Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Banyak masyarakat desa yang menggunakan layanan jasa agen BRILink disana, akan tetapi ditemukan berbagai keluhan masyarakat mengenai layanan yang diberikan. Banyak masyarakat mengeluhkan layanan jasa agen BRILink di Rambang, mulai dari sulitnya layanan transaksi transfer karena berbagai gangguan dari agen BRILink, sulitnya mentransfer uang dalam jumlah yang cukup besar atau sering mengalami kegagalan dalam melakukan berbagai pembayaran secara *online*, berbagai pembayaran seringkali tidak dapat dilakukan di agen BRILink, masyarakat juga kurang merasa nyaman dengan ruang tunggu yang tidak disediakan di agen BRILink. Permasalahan tersebut menimbulkan berbagai penilaian atau persepsi masyarakat sebagai pengguna agen BRILink di Rambang Kabupaten Muara Enim mengalami kesulitan dan ketidaknyamanan dalam penggunaan BRILink.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Keuangan Digital Pada Agen Brilink Rambang Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan”.

Kerangka Teori

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) yang juga disebut dengan Model Penerimaan Teknologi merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2007). *Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 sebagai adaptasi dari *Technology of Reasoned*

Action (TRA). *Technology Acceptance Model* adalah sebuah sistem informasi (sistem yang terdiri dari jaringan semua saluran komunikasi yang digunakan dalam sebuah organisasi) teori bahwa bagaimana pengguna datang untuk menerima dan menggunakan teknologi (Davis *et al.*, 1989).

Service Quality

Service quality atau kualitas pelayanan dapat dimanifestasikan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi ekspektasi konsumen. Lovelock & Wright (2007) menjelaskan kualitas pelayanan suatu evaluasi kognitif jangka panjang dari konsumen terhadap pemberian layanan oleh perusahaan.

Persepsi

Persepsi merupakan proses pemahaman seseorang terhadap suatu objek yang memiliki pandangan berbeda satu sama lain karena setiap orang tentunya memiliki cara pandang yang berbeda terhadap gambaran objek yang ditafsirkan. Istilah persepsi sering juga disebut juga dengan pandangan, gambaran, atau anggapan, sebab dalam persepsi terdapat tanggapan seseorang mengenai satu hal atau objek data bisa berasal dari orang, pesan, suara, warna, benda mati, atau peristiwa sosial. Menurut Slameto (2003) mengungkapkan bahwa persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya suatu pesan atau informasi ke dalam otak manusia, melalui persepsi manusia secara terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungan. Hubungan ini dilakukan lewat indera yaitu indera penglihatan, pendengaran, peraba, perasa dan pencium.

Kemudahan

Kemudahan adalah sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoprasiannya (Jogiyanto, 2007).

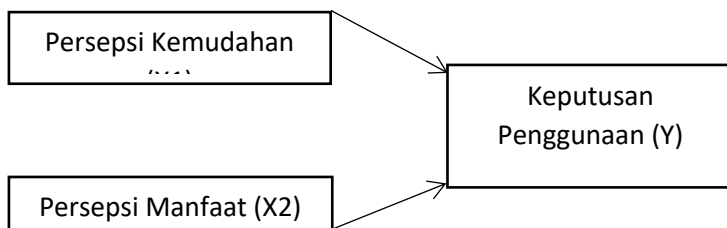
Persepsi Manfaat

Menurut Nasri & Charfeddine dalam penelitian (Rajendra & Ni Putu, 2016) menjelaskan bahwa Persepsi Manfaat dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan penggunaan suatu sistem baru akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Keputusan Penggunaan

Menurut (Peter & Olson, 2013) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

Hipotesis Penelitian



Berdasarkan pada rumusan masalah, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H1 : Diduga terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan transaksi keuangan digital pada agen BRILink Rambang Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan.

H2 : Diduga terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan transaksi keuangan digital pada agen BRILink Rambang Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan.

H3 : Diduga terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan transaksi keuangan digital pada agen BRILink Rambang Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan.

Metodologi Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan kedudukan variabel- variabel yang akan diteliti dan hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BRI pengguna BRILink, masyarakat kecamatan Rambang yang berada di 13 desa/kelurahan yaitu Air Keruh, Baru Rambang, Kencana Mulia, Marga Mulya (Marga Mulia), Negeri Agung, Pagar Agung, Sugih Waras, Sugihan, Sugihwaras Barat (Sugih Waras Barat), Sukarami, Sumber Rahayu, Tanjung Dalam dan Tanjung Raya yang terdata menggunakan BRILink dengan jumlah 200 orang. Dalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan cara undian dan menggunakan teknik Simple Random Sampling.

Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka yang dapat dihitung secara langsung. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010). Pada metode *Likert*, variabel akan diukur menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Analisis data penelitian ini menggunakan SPSS ver 26.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan, di buktikan dari nilai Thitung 8.257 dan T table 1.65714 artinya Thitung > Ttable (8.257 > 1.65714). Nilai $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menyatakan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan antara Persepsi kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan. Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan BRILink. Semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang, maka semakin tinggi minat menggunakan BRILink karena

nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan BRILink tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.

Persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan di buktikan dari nilai Thitung sebesar 3.176 dengan taraf signifikansi sebesar 0.002. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Persepsi manfaat diduga berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan”.

Hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi keuangan digital pada agen BRILink, faktor manfaat sangat mendukung untuk meningkatkan minat menggunakan BRILink, berdasarkan analisis dari hasil kuesioner yang peneliti dapatkan, dikarenakan masyarakat merasa penggunaan BRILink akan mendukung aktivitas perbankan, merasa transaksi yang dilakukan sangat tepat, memaksimalkan proses kegiatan perbankan yang dilakukan dan merasa BRILink memiliki manfaat yang besar.

Persepsi kemudahan dan Persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan (X1) dan persepsi manfaat (X2) terhadap keputusan penggunaan transaksi digital (Y) dengan cara menggunakan SPSS diperoleh nilai Fhitung 138.230 > Ftabel 3.07 dengan sig 0.000 < 0.05 dapat disimpulkan bahwa hasil uji F secara simultan berpengaruh signifikan positif sesuai dengan kriteria dapat disebutkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima atau variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh secara signifikan antara Persepsi kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan.
2. Terdapat pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan.
3. Variabel Persepsi kemudahan (X1) dan Persepsi manfaat (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) dan dapat menjelaskan sebesar 69.0% sedangkan 31.0% di pengaruhi variabel lain diluar persamaan regresi ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel yang tidak penulis gunakan dalam penelitian ini seperti pengetahuan, keamanan, kepercayaan, sikap penggunaan
2. Untuk nasabah, menambah literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi disektor keuangan sehingga lebih memudahkan dalam mengakses sektor keuangan, dimana semakin kedepan pemanfaatan teknologi terhadap keuangan semakin banyak digunakan
3. Untuk Agen BRILink, meningkatkan taraf keamanan terhadap produk yang berkaitan dengan internet supaya lebih aman untuk digunakan beserta pemberitahuan bagaimana pencegahan terhadap risiko yang kemungkinan dihadapi oleh nasabah.

Referensi

- Adyas, D. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indomaret Di Rest Area Km 35 Sentul Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol 13 No 2*
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Brilink Di Pondok Zhafira Kota Palopo. *Skripsi IAIN Palopo*
- Andrean S.Y., & I Made, B.D. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, 1-7. ISSN (Online): 2337-3792*
- Andy, P.M. & Imam, S.R. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 8 No. 2 Maret 2014*
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), 2(2), 291–303. https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478*
- Fatuh, M. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Pengguna Uber Di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 4 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*
- Gustiani, A. (2019). Analisis Implementasi Pengembangan Agen Brilink Dalam Mendukung Perekonomian Masyarakat. *Skripsi IAIN CURUP*
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan EBanking Pada UMKM di Kota Yogyakarta. *Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Hendrawan, D, & Nindya, L.A. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Produk BRILink (Studi pada Masyarakat di Kota Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 4 (1)*
- Herman, A. (2018). Analisis Penerapan BRILink di Bank BRI Kota Madiun sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion. *Jurnal Akuntandi Universitas PGRI Madiun*
- Istiarni, P.R.D. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.*
- Jeane, E.L. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelilaku Agen BriLink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung, Sam Ratulangi. *Skripsi: Universitas Sam Ratulangi*
- Khanan. (2016). Aspek Yuridis Agen dalam Model Branchless Bankng di Sistem Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi Univesitas Sebelas Maret Vol IV No 1*
- Kotler & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.* Jakarta: Erlangga.
- Lelengboto, J.E.(2017). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Agen Brilink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 5, No.4,: 457-480*
- Lovelock, C. & Wright, L.K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: PT. Indeks, Indonesia
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, 3(1), 9-17*
- Ni Putu B., & Ni Ketut, R. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Computer Self Efficacy pada Minat Penggunaan E-SPT. *E-Jurnal Akuntansi Universitas*

Udayana Vol.19 No 2.

- Peter, J. P & Olson, J.C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9*. Jakarta. Salemba Emp
- PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk, <http://www.bri.co.id>
- Rajendra P., & Ni Putu, S.H.M. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use pada minat penggunaan internet banking dengan attitude toward using sebagai variabel intervening. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21551>
- Rita, R. (2019). Analisis Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Brilink Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus Di 38 B Banjarrejo Lampung Timur). *Skripsi: IAIN Metro*
- Rosa, K.S., Paramita, P., Bagus, R. (2018). Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan Di Kantor Cabang Bri Parakan. *Skripsi: Universitas Diponegoro*
- Setyo, D., & Usep S. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card. *jurnal Riset Manajemen: Vol 6, No. 1, 2015*.
- Wardono & Meilani, D.S. (2017). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Conference on Management and Behavioral Studies, 12 Oktober, ISSN NO: 2541-3406, e-ISSN NO: 2541-285X*
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 7(1), 54–63*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter54>