

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

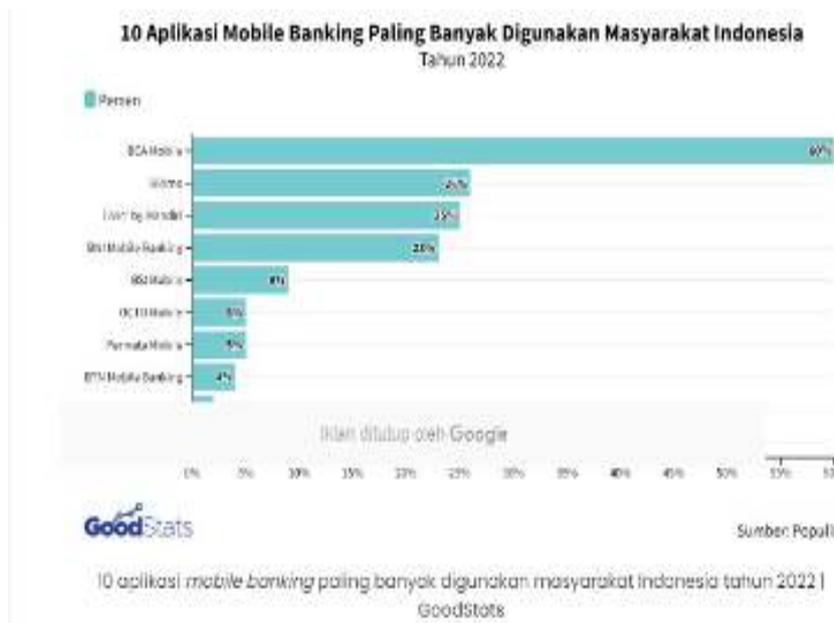
Di zaman sekarang perkembangan teknologi selalu mengalami kemajuan, kehidupan manusia kini sangat terbantu dengan adanya teknologi, terutama pada kegiatan transaksi yang dimudahkan dengan adanya bantuan sistem teknologi yang semakin maju. Begitu juga dengan bisnis perbankan selalu berusaha memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Dengan begitu perbankan mengembangkan jasa layanan perbankan yang didukung dengan adanya teknologi.

Dewasa ini dunia telah memasuki era globalisasi hal ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju diberbagai belahan dunia telah membawa perubahan yang besar terhadap sektor kehidupan manusia. Beberapa sektor yang mengalami perubahan akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi antara lain sektor perekonomian, budaya, sosial, pertahanan dan keamanan serta pendidikan. Dunia bisnis juga tidak luput dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Hal itu dapat kita lihat dari adanya *e-busines* yang berkembang dengan pesat.

Teknologi informasi begitu penting dalam dunia bisnis. Tidak terkecuali sektor perbankan diseluruh dunia yang mulai merasakan dampak *e-busines* ini. Berbagai cara dilakukan oleh bank dalam memanfaatkan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini. Berbagai bank lebih meningkatkan layanan dengan cara memberikan diferensiasi produk dan kualitas layanan yang baik sehingga dapat memposisikan diri sebagai bank yang mempunyai nilai lebih dibandingkan para pesaingnya. Bank mengembangkan layanan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya namun juga mampu memberikan layanan yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup

Mobile Banking merupakan salah satu inovasi layanan dari Bank dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi disesuaikan dengan kebutuhan nasabah untuk memudahkan transaksi bagi nasabahnya. *Mobile Banking* pertama kali Mulai diperkenalkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) pada September 1998. Langkah ini kemudian diikuti oleh bank bank seperti BCA, Bank Niaga, BUKopin, mandiri, dan lain lain. Pertumbuhan pengguna *e-banking* di Indonesia tersebut sebagai yang tercepat di asia tenggara. Hal tersebut menunjukkan bahwa layanan *e-banking* memberikan keuntungan bagi bank.

Berikut data *online* pengguna *mobile banking* di Indonesia pada tahun 2022 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 yaitu:



Gambar 1.1

Mobile banking paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2022

Sumber: populix (2022)

Berdasarkan hasil survei Populix, BCA Mobile berhasil menempati peringkat pertama aplikasi mobile banking paling banyak digunakan oleh responden. Adapun persentasenya mencapai 60 persen pada tahun 2022. Sementara itu, BRImo aplikasi mobile banking milik Bank Rakyat Indonesia

(BRI) meraih posisi ke-2 dengan total pengguna sebesar 26 persen responden. Diikuti Livin' by Mandiri di posisi ke-3 yang berselisih tipis dengan raihan sebesar 25 persen. Adapun posisi ke-4 diraih oleh BNI *Mobile Banking* dengan raihan sebesar 23 persen, diikuti BSI Mobile di posisi ke-5 dengan total pengguna sebesar 9 persen responden pada tahun 2022. Di samping itu, secara berurutan di posisi ke-6 hingga ke-10 diraih oleh *Octo Mobile* milik CIMB Niaga dan Permata Mobile dengan persentase sebesar 5 persen, BTN *Mobile Banking* dengan raihan 4 persen, DIGI dari Bank BJB, serta D-Mobile dari Bank Danamon dengan raihan yang sama masing-masing sebesar 2 persen.

Dengan kata lain, perkembangan *mobile banking* di Indonesia sedemikian cepat tak lain hanya karena layanan elektronik mampu menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah di era modern saat ini. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan nasabah akan tetap melakukan transaksi pada bank pilihannya. Mulai kedekatan lokasi, layanan yang memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas, kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun yang paling menarik adalah kemudahan bertransaksi yang dapat diambil dari layanan *mobile banking*.

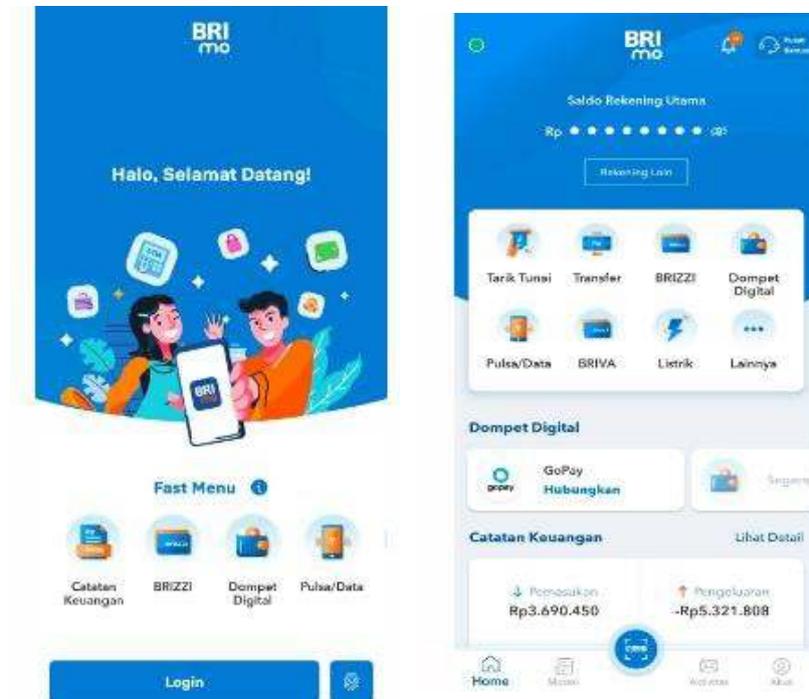
Mobile Banking diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi. Salah satu jenis *mobile banking* yang ditawarkan adalah BRImo BRI. Ada beberapa Bank yang telah menerapkan sistem *mobile banking* salah satunya Bank BRI. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Atau dikenal dengan BRI merupakan salah satu penyedia jasa perbankan terkemuka di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895.

BRImo merupakan salah satu aplikasi layanan terbaru yang dikeluarkan oleh BRI, aplikasi ini menyasar pasar kaum milenial yang ingin segala hal lebih mudah, praktis dan cepat. BRI Mobile adalah sebuah layanan transaksi dapat dilakukan secara online melalui aplikasi. Secara sederhana BRImo merupakan

perkembangan dari aplikasi bank BRI Indonesia internet banking dan mobile banking yang sebelumnya sudah digunakan. Ada hal-hal spesifik yang ada dalam BRImo dan menjadi kelebihan dari pada aplikasi layanan serupa sebelumnya. Berikut ini beberapa diantaranya kelebihan tersebut, antara lain: Fitur didalamnya lebih lengkap dan lebih canggih, sudah menggunakan *face* dan *fingerprint* sehingga lebih aman, bisa mengambil uang tanpa menggunakan ATM yang belum bisa dilakukan dengan BRI *mobile*, bisa melihat mutasi rekening bahkan selama 1 tahun terakhir dalam bentuk *soft file*, bisa melakukan lebih banyak transaksi perbankan dimana saja dan kapan saja Anda perlukan. Selain itu, BRImo tidak hanya dilengkapi dengan keamanan melalui *username* dan *password* untuk login, tapi juga dilengkapi dengan sistem *fingerprint* ketika nasabah hendak membuka aplikasi.

Berbicara soal fitur antara keduanya memang tidak jauh berbeda, akan tetapi terkait fitur dari kedua aplikasi tersebut. BRImo jauh lebih unggul, sebab terdapat banyak fitur unggulan yang menjadi nilai plusnya. Pertama tersedia fitur login menggunakan *finggerprint* dan *face* ID, jadi keamanan sudah dijamin, karena hanya pengguna yang bisa membukanya. Untuk memanfaatkan kedua fitur tersebut dapat disesuaikan dari jenis perangkat dimiliki. Ini jelas berbeda dengan BRI *Mobile*, setiap kali pengguna ingin login harus memasukan *username* dan *password* terlebih dahulu. Karena tidak dilengkapi dengan fitur seperti aplikasi BRImo. Lalu kedua, setiap pengguna BRImo dapat melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM. Ini menjadi fitur yang sangat diunggulkan, sebab tidak hanya nasabah yang bisa melakukan, bagi non nasabah juga bisa lakukan tarik tunai lewat mesin ATM BRI.

Berikut adalah informasi yang menunjukkan tampilan dari menu transaksi



yang dapat dilakukan pada aplikasi BRImo yang dapat dilihat pada Gambar 1.2

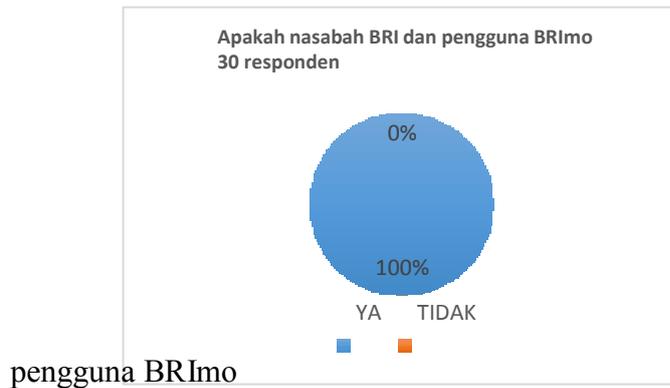
Gambar 1.2

Informasi mengenai Aplikasi BRImo

Sumber: Aplikasi BRImo

Keberadaan *mobile banking* ini menunjukkan upaya peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh bank. *Mobile banking* yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah. Dengan kualitas pelayanan yang baik pula dari segenap karyawan untuk membantu kelancaran nasabah dalam bertransaksi akan membuat nasabah menjadi puas karena semua kebutuhan transaksional perbankan bisa terpenuhi.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pra-survey kepada 30 responden yang merupakan Nasabah BRI dan pengguna BRImo di kota Medan. Berikut merupakan hasil kuesioner pra-Survey: Nasabah BRI dan



Gambar 1.3

Hasil pra Survey mengenai pengguna BRImo

Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pra survei dengan menggunakan pertanyaan “Apakah anda nasabah BRI dan pengguna BRImo?”. Diketahui bahwa dari 30 responden sebanyak 30 orang atau 100% mengatakan bahwa responden merupakan nasabah BRI dan pengguna BRImo.



Gambar 1.4

Hasil pra Survey keamanan transaksi

Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

Peneliti membagikan kuesioner penelitian pra survey kepada responden secara online. Adapun jumlah responden dalam kuesioner prasurvey ini adalah sebanyak 30 responden. Gambar 1.4 hasil kuesioner dari pertanyaan yang berisi “apakah anda merasa yakin dengan keamanan transaksi menggunakan BRImo?” maka dapat hasil sebanyak 83% atau 25 responden menjawab Ya dan 17% atau 5 responden menjawab Tidak.

Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah system informasi keamanan transaksi *online* adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah system yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sangat penting nilai sebuah informasi menyebabkan seringkali yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang orang tertentu. Jatuh nya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasinya untuk itu keamanan dari system informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima. Malau (2017:345) mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

Gambar 1.5

Hasil pra Survey kepercayaan



Sumber: Diolah peneliti (2023)

Peneliti membagikan kuesioner penelitian pra survey kepada responden secara online. Adapun jumlah responden dalam kuesioner prasurvey ini adalah sebanyak 30 responden. Gambar 1.5 hasil kuesioner dari pertanyaan yang berisi “apa anda percaya bertansaksi pada aplikasi BRImo?” maka dapat hasil sebanyak 73% atau 22responden menjawab Ya dan 27% atau 8 responden menjawab Tidak.

Sunarto (2011: 153), mengungkapkan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya.

Gambar 1.6
Hasil pra survey mengenai kepuasan pada pengguna BRImo



Sumber: Diolah peneliti (2023)

Peneliti membagikan kuesioner penelitian pra survey kepada responden secara online. Adapun jumlah responden dalam kuesioner pra survey ini adalah sebanyak 30 responden. Gambar 1.6 hasil kuesioner dari pertanyaan yang berisi “Apakah anda senang bertransaksi menggunakan aplikasi BRImo?” maka dapat hasil sebanyak 73% atau 22responden menjawab Ya dan 27% atau 8 responden menjawab Tidak.

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.

Dengan adanya pelayanan yang baik, maka akan membuat citra perusahaan menjadi baik di mata nasabah. Bagi dunia perbankan, mempertahankan nasabah lebih sulit dibandingkan dengan mencari nasabah baru. Karena nasabah lama sudah pernah merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga sulit untuk kembali jika pelayanan yang diterima tidak memuaskan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Keamanan Transaksi dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BRImo di Kota Medan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis dapat menarik kesimpulan rumusan masalah dapat dijadikan pembahasan. Adapun rumusan masalah yang penulis ambil sebagai acuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo Di kota Medan?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo Di kota Medan?
3. Bagaimanakah pengaruh keamanan transaksi dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo Di kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis lakukan yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian berharap penelitian ini akan membawa manfaat untuk banyak pihak seperti:

1. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan perusahaan dan pemimpin khususnya pada layanan BRImo, dengan harapan membawa kerah yang lebih baik lagi kepada perusahaan tersebut.

2. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini berkontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat menambah wawasan bagi pembacanya untuk dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya khususnya yang berhubungan dengan keamanan transaksi dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU KERANGKA BERPIKIR HIPOTESIS

2.1 Landasan teori

2.1.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dalam dunia perbankan memiliki peranan yang penting, nasabah yang puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama dan akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produk kepada orang lain. Sehingga kepuasan nasabah merupakan keberhasilan suatu bank itu sendiri, ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank maka bank telah berhasil melayani nasabah dengan baik

Menurut Setyobudi (2014: 43) dalam Premayani (2019) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Themba *et al* (2019) menjelaskan bahwa seorang pelanggan akan merasa puas apabila kebutuhan, keinginan, harapan, tujuannya terpenuhi dan sesuai dengan kepuasan yang diharapkan, maka penting bagi perusahaan untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas akan suatu produk tentunya pelanggan tersebut akan selalu menggunakan atau memakai produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran. sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Ismail *et al* (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dan kesan yang diberikan setiap pelanggan tentang kinerja produk/jasa ril nyata dengan eksentasinya. Nasabah yang puas akan tinggal lebih lama, tidak terlalu sensitif terhadap harga, meninggalkan komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus membuat dan mengelola system untuk mendapatkan lebih banyak nasabah dan harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan nasabah. Kotler dan Kasmir (2017:236) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atau penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Nasabah akan merasa puas jika nilai yang diberikan oleh jasa memuaskan pelanggan dalam waktu yang lama

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan atau nasabah merupakan perasaan yang dirasakan oleh nasabah setelah menggunakan produk atau jasa perusahaan. Peningkatan kepuasan nasabah sangat perlu dalam persaingan yang semakin tajam.

2.1.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan

5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.1.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Dalam kepuasan pelanggan, terdapat indikator dimana suatu produk atau jasa mampu memenuhi kepuasan pelanggan. Menurut Indrasari (2019:92) bahwa indikator dari kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
Kinerja yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan yang mana meliputi mulai dari jasa, fasilitas, pelayanan, dan karyawan.
2. Minat berkunjung kembali
Perasaan senang yang dialami oleh pelanggan yang membuat ia ingin terus berlangganan atau berkunjung kembali.
3. Kesiediaan merekomendasikan
Dimana pelanggan ikut serta untuk mempromosikan atau merekomendasikan jasa yang telah ia alami untuk diceritakan kepada keluarga, teman, saudara untuk menggunakan jasa tersebut karena sudah memberikan pelayanan yang terbaik

2.2 Keamanan Transaksi

Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sangat pentingnya nilai sebuah informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik

informasi. Untuk itu keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima.

Menurut Malau (2017:345) mendefinisikan security atau keamanan sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

Menurut Simons dalam Ahmad (2014: 5) Keamanan informasi adalah bagaimana dapat mencegah suatu penipuan (cheating) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya tidak memiliki suatu arti fisik. Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul, sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kelangsungan bisnis dan mengurangi risiko-risiko yang terjadi. Menurut Casalo. et al dalam Ahmad (2014: 5) dari sudut pandang konsumen keamanan adalah suatu kemampuan untuk melindungi data atau informasi seorang konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan. Tingkat keamanan bertransaksi adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk mengadopsi ATM.

Menurut Park dalam Mulyana (2016: 28) mendefinisikan keamanan sebagai suatu kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan suatu keamanan atas transaksi data.

2.2.1 Indikator keamanan

Menurut Arasu dalam Mulyana (2016:30), indikator keamanan meliputi:

1. Jaminan keamanan Jaminan Keamanan merupakan adanya perlindungan yang akurat terhadap teknologi informasi yang digunakan. Jaminan

keamanan berupa perlindungan yang diberikan oleh pihak bank, baik dari segi keamanan yang melekat pada kartu ATM seperti adanya PIN, maupun jaminan keamanan lainnya guna untuk menghindarkan dari ancaman pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

2. Kerahasiaan data (*data confidentiality*) merupakan sifat data yang menyatakan bahwa data tersebut tidak boleh diketahui atau diakses oleh pihak lain yang tidak berwenang untuk mengakses atau mengetahuinya.\

2.3 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan konsep multidimensional yang dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang disiplin ilmu, termasuk psikologi sosial, sosiologi, ekonomi, dan pemasaran. Kepercayaan merupakan salah satu pondasi utama dalam dunia bisnis. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas. Semakin bertambahnya waktu dengan zaman era digital, internet menjadi salah satu tempat untuk berjual beli bertemunya antara penjual dan pembeli. Penjual diuntut untuk dapat membuat pembeli atau konsumen merasa percaya terhadap transaksi jual beli di internet.

Kotler dan Keller (2016:225) mendefinisikan kepercayaan sebagai berikut: *“Trust is willingness of a firm to rely on a bussiness partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as the firms perceived competence, integrity, honesty and benevolence.”* Arti dari definisi tersebut bahwa kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Menurut Rofiq (2017:116) menyatakan bahwa kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibanya secara baik sesuai yang diharapkan.

Menurut Jogiyanto (2019:935) kepercayaan adalah evaluasi seorang individu setelah memperoleh, mengolah, dan mengumpulkan informasi, yang kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan asumsi.

2.3.1 Indikator Kepercayaan

Menurut Bames (2013:117) indikator untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada 3 yaitu kemampuan, kebaikan hati, dan integritas. Ketiga faktor tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan. Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampe mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.
2. Kebaikan hati. merupakan kemampuan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata menjual profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan. Adapun beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian dijelaskan lebih lanjut dalam Tabel 2.1

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

N o	Peneliti & tahun	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Aina farizatul	Pengaruh keamanan,ke	X1: Keamanan	Metode penelitian	Hasil penelitian menggunakan uji t

	illmi (2021)	mudahan, kepercayaan dan Keakuratan Layanan Banking Terhadap Kepuasan Nasabah	X2: Kemudahan X3: Keakuratan Y: Kepuasan Nasabah	kuantitatif asosiatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari angket dengan 100 responden nasabah bank muamalat Indonesia kendiri	menunjukkan bahwa setiap variabel independen yang terdiri dari keamanan, kemudahan,keperc ayaan serta keakuratan berpengaruh positif signifikan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank muamalat Indonesia KC Kediri.
2	Asri Cahaya Mandiri, <i>et al</i>	Pengaruh kualitas layanan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo)	X1: kualitas layanan X2: kepercayaan Y: Kepuasan nasabah	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile.

					Berdasarkan hasil uji simultan ditemukan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo)
3	Amila Firdaus Sa'idah	Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan Mobile Banking pada masa pandemi	X1: Manfaat X2: Kepercayaan X3: Kemudahan Y:Kepuasan Nasabah	Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian <i>simple random sampling</i> . Metode yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas,	Berdasarkan uji t variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menggunakan <i>Mobile Banking</i> sedangkan variabel kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> Berdasarkan hasil uji simultan)

				uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.	variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan hubungan determinasi terhadap kepuasan menggunakan <i>Mobile Banking</i> . Semakin besar manfaat, kepercayaan dan kemudahan yang diperoleh nasabah maka semakin besar pula kepuasan nasabah menggunakan <i>Mobile banking</i> dan Bank BRI
4	Aulia Septianana Shafira	Pengaruh kemudahan, keamanan, manfaat, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo di	X1: Kemudahan X2: Keamanan X3: Manfaat X4: Kepercayaan Y: Kepuasan	Metode analisis linier berganda, dengan teknik analisis data menggunakan uji F, Uji	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa keamanan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan

		kota semarang	Nasabah	statistic t, dan Uji koefisien Determinasi	BRImo, namun kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengguna BRImo
5	Thalia Claudia mawey	Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT BANK Sulutgo	X1:Kepercayaan X2: Kualitas layanan Y: Kepuasan Nasabah	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BANK sulut go, secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BANK sulut go.

Sumber: *Geogle scholar, 2023*

2.5 Hubungan Antara Variabel

2.5.1 Pengaruh Keamanan Transaksi Terhadap kepuasan Nasabah

Keamanan transaksi adalah bagaimana dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeksi adanya penipuan di sebuah system yang berbasis informasi,

dimana infomasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Dalam penelitian Aina farizatul illmi (2021) mengatakan bahwa keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

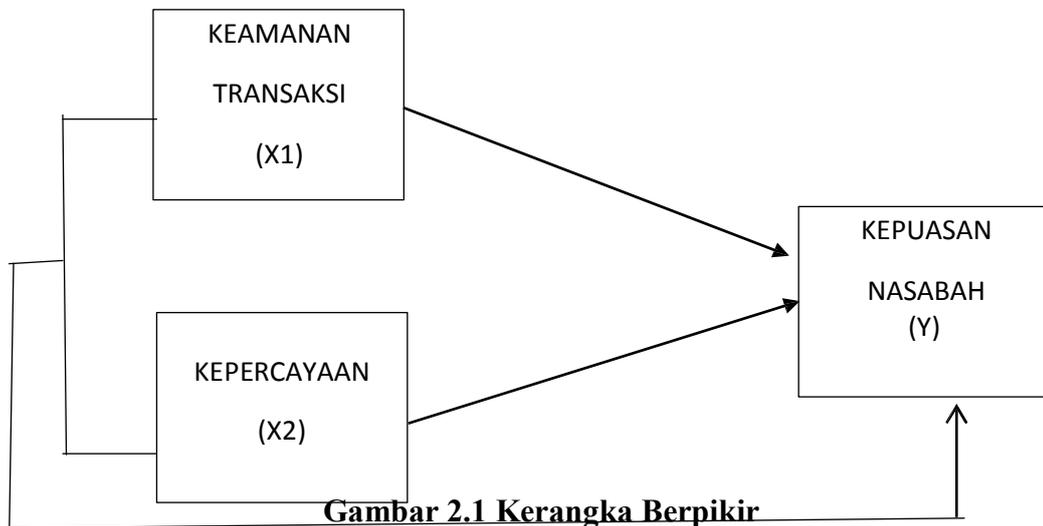
Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas. Semakin bertambahnya waktu dengan zaman era digital, internet menjadi salah satu tempat untuk berjual beli bertemunya antara penjual dan pembeli. Menurut hasil penelitian Amila Firdaus sa idah membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan juga hasil penelitian Aulia Septianana Shafira membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

2.5.3 Pengaruh keamanan transaksi dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah dalam dunia perbankan memiliki peranan yang penting, nasabah yang puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama dan akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produk kepada orang lain. Sehingga kepuasan nasabah merupakan keberhasilan suatu bank itu sendiri, ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank maka bank telah berhasil melayani nasabah dengan baik. Menurut hasil penelitian Thalia Claudia mawey mengatakan bahwa keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Begitu juga hasil penelitian Menurut hasil penelitian Amila Firdaus sa idah membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan juga hasil penelitian Aulia Septianana Shafira membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan kajian teori di atas maka disusun kerangka pemikiran mengenai pengaruh keamanan transaksi dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah sebagai berikut:

2.6 Kerangka Berpikir



2.7 Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

1. Keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
3. Keamanan transaksi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:02) pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono (2021:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampelnya dilakukan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data digunakan dalam instrumen penelitian.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Tempat penelitian merupakan suatu wilayah dimana penelitian tersebut dilakukan. Adapun tempat penelitian yang dilakukan oleh penelitian yaitu di Kota Medan. Waktu yang digunakan dalam penelitian dilakukan pada bulan agustus 2023.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2021:126) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BRI pengguna BRImo di Kota Medan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137) sampel merupakan bagian atau jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang digunakan peneliti yaitu pengguna Brimo. Menurut Hair *et al* dalam putra (2020) menyatakan bahwa jumlah sampel tergantung dari jumlah indikator yang digunakan, sehingga dapat dihitung dengan mengalihkan 5 sampai dengan 10 jumlah indikator. Berdasarkan hasil perhitungan sampel, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 70 responden.

Hitungannya: $n=10 \times p$

$$n=7 \times 10 = 70 \text{ Responden}$$

Jadi melalui perhitungan di atas, didapatkan jumlah dari penelitian ini adalah sebesar 70 responden pengguna BRImo.

3.3.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:128) teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan *non probability* Sampling. Nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel diungkapkan oleh Sugiyono (2021:129). Adapun kriteria dalam penelitian ini:

1. Individu yang bertempat tinggal di kota Medan
2. Nasabah BRI dan pengguna BRImo di Kota Medan.
3. Sudah berapa lama menggunakan BRImo

3.4 Jenis Data Penelitian

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:225) data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data primer adalah melalui penyebaran kuesioner penelitian kepada responden atau sampel penelitian.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiono (2016:225) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku, beberapa jurnal maupun artikel yang telah diambil dari internet untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penelitian

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan secara tertulis kepada responden untuk di jawab berdasarkan pengalaman responden tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuesioner, yaitu data yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang ditujukan kepada pengguna BRImo di Kota Medan.

Teknik angket (kuesioner) adalah suatu pengumpulan informasi yang memungkinkan peneliti untuk mempelajari sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Jenis pertanyaan

atau pernyataan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu alternatif-alternatif jawaban telah disediakan oleh peneliti.

Pengumpulan data dengan menggunakan kombinasi pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka yang diberikan kepada responden secara langsung sehingga didapatkan keobjektifan data yang tepat. Data yang dikumpulkan meliputi identitas responden serta tanggapan responden yang menggunakan mobile banking (BRImo).

3.5.2 Metode Dokumentasi

Merupakan kegiatan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku literature, jurnal-jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitandengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.6 Defenisi Operasional Variabel

Dalam hal ini, yang menjadi instrument peneliti dapat kita lihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.1

Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi variabel	Indikator	skala
1	Keamanan transaksi (X1)	Mengoperasionalkan keamanan transaksi adalah upaya yang berkelanjutan dan harus diperbarui sesuai dengan perkembangan teknologi dan ancaman keamanan terkini. Penting untuk tetap waspada dan mengikuti praktik terbaik dalam	1. Jaminan keamanan 2. Kerahasian data	<i>Skala Likert</i>

		<p>melindungi transaksi dari serangan dan penyalahgunaan.</p> <p>Mengoperasionalkan keamanan transaksi melibatkan serangkaian langkah dan praktik yang dirancang untuk melindungi transaksi dari ancaman keamanan seperti pencurian informasi pribadi, manipulasi data, dan serangan cyber.</p>		
2	Kepercayaan (x2)	<p>Mengoperasionalkan kepercayaan transaksi melibatkan langkah-langkah yang dirancang untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan atau pihak yang terlibat dalam transaksi. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengoperasionalkan kepercayaan transaksi:</p> <p>Transparansi, Keamanan data, Umpan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan 2. kebaikan hati 	<p><i>Skala likert</i></p>

		<p>balik dan ulasan pelanggan, Perlindungan pelanggan, Kejelasan kebijakan. Membangun kepercayaan dalam transaksi membutuhkan waktu dan konsistensi.</p>		
3	<p>Kepuasan Nasabah (Y)</p>	<p>Mengoperasionalkan kepuasan nasabah adalah proses yang berkelanjutan. Tetap berfokus pada kebutuhan nasabah, mendengarkan umpan balik mereka, dan secara proaktif melakukan perbaikan berdasarkan wawasan yang didapatkan. Dengan memberikan pengalaman yang positif dan memenuhi ekspektasi nasabah, mempertahankan hubungan yang kuat dengan nasabah dan membangun reputasi yang baik. Mengoperasionalkan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. minat berkunjung kembali 3. kesedian merekomendasi 	<p><i>Skala likert</i></p>

		kepuasan nasabah melibatkan langkah-langkah yang dirancang untuk memastikan bahwa nasabah merasa puas dengan produk, layanan, dan pengalaman yang mereka dapatkan dari perusahaan.		
--	--	--	--	--

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala likert merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga sangat tidak setuju”. Berikut adalah ukuran dari setiap skor menurut Sugiyono (2017:158) menyatakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Tabel 3.2

Pernyataan	Skor
Sangat setuju(SS)	5
Setuju(S)	4
Ragu-Ragu(RR)	3
Tidak Setuju(TS)	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:203) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat –tingkat kevalitan dan kesalahan sutau instrumen. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikan 0,05 maka variabel tersebut valid maka butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian tersebut adalah valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan nilai signifikan 0,05 maka variabel tersebut tidak valid. Maka butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian tersebut tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran tetap konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Uji realibilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS yaitu dengan uji statistic *cronbach alpha*. Variabel dinyatakan reliabel jika *cronbach alpha* >0,60.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak digunakan dalam penelitian. Adapun uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heterosdatitas, uji multikolinearitas.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Adapun kaidah pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu :

1. Apabila data menyempit dan berada dekat garis diagonal maka data berdistribusi normal
2. Apabila data menyebar dan menjauh dari garis diagonal maka data tidak berdistribusi dengan normal.

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas ada atau tidaknya heteroskedastisitas antara lain dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen residualnya.

3.10 Metode Analisi Data

3.10.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019-206), Statistitik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Tetapi bila penelitian dilakukan pada sampel, maka analisisnya dapat menggunakan statistik deskriptif maupun inferensial.

Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan

penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan Persentase Secara teknis dapat diketahui bahwa, dalam statistik deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan, karena peneliti tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi.

3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Keamanan TRansaksi dan Kepercayaan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Nasabah). Didalam menganalisis data ini, penulis menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS for *Windows* persamaan regresi Adapun persamaan regresi sampelnya adalah:

$$Y=a+b_1 X_1 +b_2 X_2 +e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

A =Konstanta

X1 =Keamanan Transaksi

X2 =Kepercayaan

E =Nilai residu (error)

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018), uji parsial (*test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel independen terhadap variabel dependen.

3.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh keamanan transaksi secara bersama-sama/keseluruhan terhadap kepuasan nasabah. Model ini digunakan untuk membuktikan kelayakan model penelitian maka digunakan uji F, yaitu untuk menguji kebenaran koefisien regresi Menurut Ghozali (2018), uji pengaruh bersama-sama (*joint*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent.

$H_0 : \beta = 0$ kemanan transaksi dan kepercayaan secara bersama-sama tidak berdampak terhadap kepuasan nasabah.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ kemanan transaksi dan kepercayaan secara bersama-sama berdampak terhadap kepuasan nasabah.

Untuk uji F kriteria yang digunakan adalah:

H_0 : ditolak jika $\text{sig Fhitung} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

H_0 : diterima jika $\text{sig Fhitung} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kesesuaian model yaitu dengan cara seberapa besar keragaman variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Jika R^2 semakin mendekati satu maka variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh besar. Sebaliknya, jika R^2 mendekati nol maka variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh kecil. Untuk mempermudah pengolahan data maka pengujian di atas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.