

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK (Studi Kasus Kantor Cab. Sungguminasa)

Nurlinda¹; Ria Mutiara Amanda²; Nur Aisyah³; ST. Ramlah⁴

STIE Tri Dharma Nusantara, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia
Jln. Kumala II No., 51, Bongaya, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90223
E-mail : nurlinda2767@gmail.com (Koresponding)

Submit: 22 Oktober 2024

Review: 25 Oktober 2024

Publish: 26 Oktober 2024

Abstract: This research aims to determine the effect of product quality on the income of BRILink agents at the Sungguminasa Branch Office, Gowa Regency. This research uses quantitative methods, the data source is obtained through primary and secondary data, and the analytical method used to test the hypothesis is a simple linear regression analysis method and descriptive statistical tests with the help of SPSS 22.0. The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on income

Keywords: *Product Quality, Income, BRILink*

Di era modern ini istilah bank bukan hal lumrah lagi terdengar di masyarakat. Begitu juga dengan perkembangan perbankan di Indonesia, juga dirasakan begitu cukup pesat. Semangat dari khalayak umum yang sangat pesat dalam memakai produk ataupun jasa perbankan, kemudahan ini menjadi bukti dari tingkat perkembangan bank tersebut. Adanya faktor kemudahan dan keamanan saat bertransaksi melalui jasa perbankan, ini telah membuat masyarakat semakin percaya pada lembaga keuangan bernama bank.

Salah satu bank terkemuka yang ada di Indonesia yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk saat ini mempunyai tempat pelayanan hampir di setiap wilayah tertentu yang ada di Indonesia. Selain itu mengikuti perkembangan zaman PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. berusaha memberi yang terbaik kepada nasabahnya agar mereka senantiasa merasa puas. Salah satu cara yang dilakukannya yaitu dengan menciptakan produk baru dengan kualitas produk yang terbaik, guna untuk memajukan loyalitas pelanggan kepada pemerintah.

Bank BRI telah melakukan terobosan baru dengan melakukan pengembangan inovasi terhadap layanan produk yang mampu memahami kebutuhan para nasabah dalam bertransaksi. Produk perbankan yang dimaksud adalah layanan laku pandai atau

disebut BRILink. Bentuk program laku pandai ini Bank Rakyat Indonesia berkolaborasi bersama nasabah Bank Rakyat Indonesia seperti biro yang mampu menghadirkan sebuah layanan yang sesuai dengan transaksi perbankan bagi rakyat umum secara pelayanan yang pasti dengan memakai fitur EDC (*Electronic Data Capture*) miniATM Bank Rakyat Indonesia berdasarkan konsep biaya berbagi atau biasa disebut dengan *sharing fee*.

Dengan hadirnya BRILink dari segala kelebihan maupun kekurangannya diharapkan dapat memenuhi harapan-harapan nasabah yang mampu menciptakan nilai kepuasan terhadap bank dan produk-produknya dengan memaksimalkan kualitas produk sebagai daya tarik masyarakat. Dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah sangat penting untuk keberhasilan bisnis bank, karena kepuasan nasabah diyakini sebagai kunci sukses dalam pemasaran jasa bank yang akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

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 pekan kedua bulan Desember 2014.

BRILink tidak hanya memberikan manfaat efisien operasional, namun juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Keberadaan BRILink ini telah dapat menjangkau berbagai macam wilayah pelosok hingga ke wilayah perbatasan yang memiliki akses jaringan sehingga masyarakat atau nasabah bank BRI dapat menggunakannya.

Namun permasalahan lain yang dihadapi dari penggunaan alat EDC sebagai fasilitas pembayaran perbankan adalah ketergantungan alat EDC terhadap kestabilan jaringan komunikasi (*provider*). Alat EDC bisa berfungsi maksimal dalam mendukung kesuksesan suatu transaksi jika terdapat jaringan provider yang stabil. Sebaliknya, jika jaringan mengalami gangguan maka otomatis transaksi tersebut bisa terlambat atau malah gagal.

Keberadaan agen BRILink di Sungguminasa Kabupaten Gowa salah satu bentuk kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan menggunakan produk BRILink tanpa harus datang langsung ke bank. Pada Kantor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa terdapat sekitar 30 lebih agen BRILink yang beroperasi, dengan harapan bahwa produk BRILink ini dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga akan berpengaruh terhadap profit bank BRI maupun terhadap agen.

Dengan berkembangnya BRILink memberikan jiwa semangat wirausaha untuk memaksimalkan pendapatannya guna untuk memperoleh laba dengan transaksi-transaksi yang berjalan. Dalam setiap transaksi pembayaran di agen BRILink akan dikenakan tarif pembayaran sesuai dengan transaksi yang dilakukan dan minimal yang relatif kecil tarif pembayaran dalam transaksinya sebesar Rp5.000 dan setiap agen penentuan tarif pembayarannya berbeda-beda, sekalipun itu tidak banyak tapi itu menjadi salah satu pemasukan (*income*) masyarakat, dengan begitu taraf kehidupannya akan tercukupi dan mampu mengembangkan bisnisnya sebagai usaha yang produktif.

Keputusan pembelian jasa BRILink dipengaruhi oleh puas tidaknya nasabah terhadap kualitas produk yang tersedia pada

mesin EDC BRILink dan pelayanan yang diterima. Jika nasabah merasa puas akan kualitas produk dan pelayanan yang diterimanya, tidak menutup kemungkinan mereka akan melakukan pembelian ulang di tempat yang sama. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas produk dan pelayanan yang diterima tidak memuaskan, nasabah tidak akan melakukan pembelian dan akan berdampak pada turunnya pendapatan.

Perusahaan perbankan memiliki banyak jenis produk, mulai dari produk simpanan, pinjaman sampai dengan produk keagenan. Produk keagenan merupakan salah satu bidang baru dalam dunia perbankan. Namun saat ini banyak perusahaan perbankan yang sudah memiliki produk ini. Salah satunya adalah yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Produk keagenan yang dimiliki oleh Bank BRI adalah Agen BRILink

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan tampak bahwa pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam hal meningkatkan jumlah transaksi pembelian jasa agen BRILink. Untuk itu diperlukan berbagai taktik untuk menarik minat nasabah untuk melakukan aktivitas perbankan di agen BRILink, salah satu taktik yang bisa dilakukan yaitu dengan cara melakukan inovasi produk dengan mengandalkan kualitas produk yang mengikuti teknologi yang semakin canggih agar memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk melakukan transaksi yang diinginkannya.

Beberapa penelitian terdahulu beserta kesimpulan dari penelitiannya, yaitu penelitian pertama oleh Brahm Nehru Facta Publica (2016) dengan judul "Pengaruh kualitas produk, desain produk dan merek terhadap proses keputusan pembelian sepatu Converse All Stars" (Studi pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2012-2015). Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif pada analisis linear regresi berganda dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa

Universitas Telkom angkatan 2012-2015. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas, desain, dan merek berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sepatu *converse all stars*.

Dini Fitrianti (2019) dengan judul Pengaruh Produk Ar Rahn Dan Produk Mulia Terhadap Pendapatan PT. Pegadaian (Persero) Syariah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) Jakarta Pusat). Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun jenis analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk Ar Rahn berpengaruh terhadap pendapatan, sedangkan produk Mulia tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Dimana tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikan 95%.

Suyanti (2021) dalam penelitiannya dengan judul "Pengaruh Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Pendapatan Agen Brilink" (Studi Kasus Pada Kota Palopo). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan populasi 158 agen BRILink di Kota palopo dan diambil sampel sebanyak 61 agen BRILink. Kemudian data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji hipotesis, sedangkan untuk pengolahan data yaitu menggunakan program SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan agen BRILink di Kota Palopo.

Teori keagenan menurut Ramadona (2016) adalah teori yang berhubungan dengan perjanjian antar anggota di perusahaan. Teori ini menerangkan tentang pemantauan bermacam-macam jenis biaya dan memaksakan hubungan antara kelompok tersebut. Manajemen akan berusaha memaksimalkan kesejahteraan untuk dirinya sendiri dengan cara meminimalkan berbagai biaya keagenan, hal tersebut merupakan salah satu hipotesis dalam teori *agency*. Oleh sebab itu, perusahaan diharapkan akan memilih prinsip akuntansi untuk memaksimalkan kepentingannya dengan cara memilih prinsip akuntansi yang sesuai.

Menurut Ujijantho dan Pramuka (2007), menyatakan bahwa hubungan keagenan muncul ketika satu atau lebih principal mempekerjakan agent untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Konsep *Agency Theory* menurut Scott (2015) merupakan hubungan atau kontrak antara *prinsipal* dan *agen*, dimana *prinsipal* adalah pihak yang mempekerjakan *agen* agar melakukan tugas untuk kepentingan *prinsipal*, sedangkan *agen* adalah pihak-pihak yang menjalankan kepentingan prinsipal.

Harahap (2011) mengatakan bahwa *Agency theory* merupakan suatu kontak *principal* serta *agent*. *principal* memakai *agen* untuk bekerja dalam melakukan tugas dalam urusan *principal*, termasuk di dalamnya pelimpahan kekuasaan dari *principal* kepada *agent*. Pada sebuah perusahaan yang memiliki modal yang terdiri dari saham perusahaan, seorang pemilik saham adalah sebagai *principal*, serta *Chief Executive Officer* (CEO) adalah *agent*. Pemegang saham berperan dalam menggunakan CEO untuk bekerja dan bertindak sesuai dengan urusan dalam *principal*.

Menurut Philip Kotler (2009:4) mengemukakan bahwa produk dapat berupa barang maupun jasa yang ditawarkan untuk memenuhi keinginan para konsumen. Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dapat meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan. Gagasan pokok dari penjelasan tersebut adalah bahwa konsumen membeli tidak hanya sekedar atribut fisik karena sasarannya mereka membayar untuk sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Sedangkan menurut Tjiptono (2008) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai

pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:253) “kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, adapun pada Kotler dan Amstrong (2015:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Sedangkan menurut Assauri (2015:90) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu barang maupun hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan.

Menurut Tjiptono (2001:25), kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Adapun dimensi kualitas produk terbagi, yaitu :

- a. Kinerja (*Performance*), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. Keistimewaan Tambahan (*Features*) merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk
- c. Keandalan (*Reliability*) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- d. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*) Adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Contohnya emisi terpenuhi dan standar keamanan, misal ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil kota.

- e. Daya Tahan (*Durability*), yang artinya seberapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- f. Estetika (*Aesthetic*), berkaitan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

Menurut Martani, dkk (2016:204) memaparkan pengertian pendapatan ialah sebagai berikut: Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda-beda misalnya penjualan (*sales*), pendapatan jasa (*fees*), bunga (*interest*), dividen (*dividen*), dan royalti (*royalty*). Sedangkan menurut Kartikahadi, dkk (2012:186) pendapatan merupakan penghasilan (*income*) yaitu kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2009) dalam buku Standar Akuntansi Keuangan memaparkan bahwa pendapatan adalah: “Arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode, bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal”. Sedangkan menurut *Accounting Principle Board* dikutip oleh Theodorus Tuanakotta (1984:153) dalam buku Teori Akuntansi pengertian pendapatan ialah” Pendapatan sebagai *inflow of asset* dalam perusahaan sebagai akibat penjualan barang maupun jasa”.

Menurut Suyanti (2021:17) pendapatan yaitu hasil yang diperoleh Dari kegiatan transaksi jual beli antara produsen dan konsumen yang mana pihak pertama yaitu orang yang menyediakan produk atau jasa sedangkan pihak kedua ialah pihak yang hanya mengkonsumsi

barang serta jasa tersebut. Sehingga dari hasil kegiatan tersebut pihak pertama mendapatkan komisi dari barang atau jasa yang disediakan untuk dikonsumsi oleh pihak kedua. Besar kecilnya pendapatan tergantung dari hasil usaha yang dimiliki.

1. Indikator Pendapatan

Menurut Suyanti (2021) dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Produk dan Kualitas Layanan terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kota Palopo, Adapun menurut Bramastuti (2009;48) indikator pendapatan diantaranya yakni: beban keluarga yang ditanggung, pekerjaan, anggaran biaya sekolah, dan penghasilan yang diterima perbulan.

2. Sumber-Sumber Pendapatan

Soemarso menyatakan pendapatan pada perusahaan digolongkan menjadi dua yaitu pendapatan operasi dan non operasi, adapun menurut Greuning, et al. (2013:289) menyebutkan bahwa pendapatan dapat berasal dari: penjualan barang, pemberian jasa, penggunaan aset entitas oleh entitas lain yang menghasilkan bunga, royalti, dividen. Pendapatan bersumber dari: (a) Pendapatan Operasi (*Operating Revenue*), (b) Non Operasional (*Non Operating Revenue*)

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia cara mengukur pendapatan yaitu dengan nilai wajar yang diterima dari hasil pekerjaan yang kita lakukan. Besarnya penghasilan yang dihasilkan dari suatu transaksi biasanya ditetapkan sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli aset. Sedangkan menurut Martani, dkk cara mengukur pendapatan yaitu berdasarkan nilai wajar imbalan yang diterima oleh setiap perusahaan dari hasil penjualan. Maksud dari nilai wajar merupakan nilai/harga yang didapatkan dari hasil penjualan suatu barang yang terjadi didalam perusahaan maupun diluar perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

BRILink merupakan suatu pengembangan layanan lembaga keuangan Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang berkolaborasi dengan pelanggan sebagai mitra

yang mampu memberikan pelayanan transaksi perbankan secara real time online dengan memakai atau memanfaatkan fitur EDC mini ATM BRI berdasarkan konsep pembagian komisi atau *sharing fee*.

Menurut POJK No. 19/POJK.3/2014 BRILink merupakan suatu aktivitas yang menyajikan berbagai macam layanan keuangan tanpa melalui jaringan kantor, tetapi melalui kolaborasi antara manusia dalam hal ini nasabah sebagai agen dan teknologi informasi sebagai pendukungnya. BRILink ialah sebuah produk dari perbankan yang dibuat agar nasabah atau pelanggannya dapat menikmati kemudahan dari layanan tersebut.

Kebijakan yang telah dibuat oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang berdasarkan undang-undang POJK mengenai layanan keuangan di luar jaringan kantor resmi dalam bentuk keuangan inklusif, menakar bahwa dibutuhkannya sebuah sarana pelayanan yang bisa melayani masyarakat dalam melancarkan segala aktivitasnya bagi masyarakat yang belum memahami, memakai, atau memperoleh layanan perbankan.

METODE

Metode analisis yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menguji keabsahan data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas juga uji hipotesis dengan menggunakan regresi linier sederhana dan uji-t. Dalam metode analisis ini penulis menggunakan program aplikasi SPSS 22.0 for Windows untuk mempermudah proses analisis data.

Populasi dalam penelitian ini adalah agen BRILink Kantor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa yang telah terdaftar di Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia (BRI) Sungguminasa Kabupaten Gowa sebanyak 37 agen BRILink. Sedangkan teknik pengambilan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2002:61-63), yang mengatakan bahwa Sampling jenuh

ialah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus, maka dari itu peneliti memilih agen BRILink yang terdaftar di Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia (BRI) Sungguminasa Kabupaten Gowa.

HASIL

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner penelitian. Untuk mengetahui item pernyataan itu valid, dengan melihat nilai *Corrected Item Total Correlation*. Apabila item pernyataan mempunyai r hitung > dari r tabel maka dapat dikatakan valid. Pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-k. Dalam penelitian ini terdapat jumlah sampel (n) = 37, maka df dapat dihitung 37 – 2 = 35. Dengan demikian, df = 35 dan alpha = 0,05 didapat r tabel = 0,2746. Berikut ini tabel hasil uji validitas untuk penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X.1	0,448	0,2746	Valid
	X.2	0,479		Valid
	X.3	0,586		Valid
	X.4	0,508		Valid
	X.5	0,646		Valid
	X.6	0,603		Valid
	X.7	0,623		Valid
	X.8	0,710		Valid
Pendapatan	Y.1	0,370	0,2746	Valid
	Y.2	0,352		Valid
	Y.3	0,417		Valid
	Y.4	0,635		Valid
	Y.5	0,335		Valid
	Y.6	0,558		Valid
	Y.7	0,343		Valid
	Y.8	0,600		Valid
	Y.9	0,765		Valid
	Y.10	0,618		Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 1 menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari pada R tabel. Hasil ini berarti bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu

kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas data dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* yakni suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih. Hasil uji reliabilitas penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,696	Reliabel
2	Pendapatan	0,680	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dari semua variabel lebih besar dari 0,60. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen dari kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel kualitas produk dan pendapatan yaitu handal dan dapat dipercaya sebagai alat ukur atau indikator variabel.

Sebelum melakukan analisis regresi linear untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear terpenuhi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup sebagai berikut.

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk lebih memastikan apakah data residual berdistribusi secara normal atau tidak, maka uji statistik yang dapat dilakukan yaitu pengujian *one sample kolmogorov-smirnov*. Uji ini digunakan untuk menghasilkan angka yang lebih detail, apakah suatu persamaan regresi yang akan dipakai lolos normalitas. Suatu persamaan regresi dikatakan lolos normalitas apabila nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05.

Hasil pengujian normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar > 0,05. Berdasarkan uji statistik sederhana dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji

statistik menggunakan nilai *Kolmogorov-smirnov*. Dari tabel di bawah dapat dilihat signifikansi nilai *Kolmogorov-smirnov* yang diatas tingkat kepercayaan 5% yaitu sebesar 0,130. Dengan demikian, hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji *Kolmogorov smirnov* dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smimov Test

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	3.78458107
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.073
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.130 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah (2022)

Menurut Ghozali (2018:167) : “Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Uji linearitas ini perlu dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dapat dilihat dari tabel *Measure of Association*. Jika memiliki nilai $\eta^2 > \eta^2_{square}$ maka model yang tepat yaitu linier. Sedangkan dari anova tabel, model linier jika $Sig. < 0,05$. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Tabel						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan * Kualitas Produk	Between Groups (Combined)	250,354	10	25,035	1,961	,082
	Linearity	66,640	1	66,640	5,220	,031
	Deviation from Linearity	183,713	9	20,413	1,599	,168
	Within Groups	331,917	26	12,766		
	Total	582,270	36			

Sumber: Data Diolah (2022)

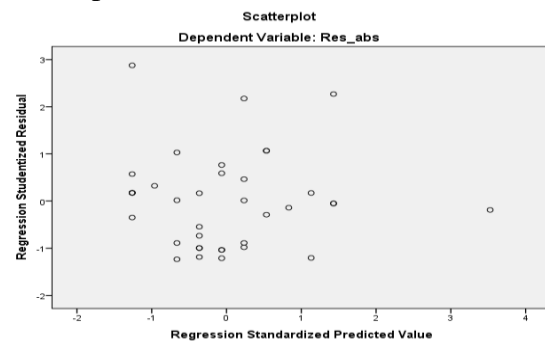
Dari tabel 4 di atas diperoleh nilai Sig. 0,168. Hal ini akan dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan 5%) maka dapat menggunakan kriteria pengujian yakni sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. $< 0,05$ maka H0 ditolak
- 2) Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H0 Diterima

Nilai sig. $0,031 < 0,05$ maka H0 ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan yang linear antara kualitas produk terhadap pendapatan. Karena nilai 0,031 jauh lebih kecil dibandingkan 0,05 maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kualitas produk terhadap pendapatan.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Hasil pengujiannya akan disajikan dalam tabel di bawah, Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan output *scatterplot* di atas, terlihat bahwa titik-titik tidak menyebar bebas dan hampir membentuk pola yang teratur tapi *scatterplot* memiliki kelemahan yang cukup signifikan sebab sejumlah pengamatan tertentu sangat mempengaruhi hasil plotting maka untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak maka dilakukan uji glejser sebagai pengujian ulang.

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat pula dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Hasil pengujiannya akan disajikan dalam tabel di bawah, Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, sebaliknya

apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan *Uji-Glejser* yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.001	1.529		1.308	.199
Kualitas Produk	.077	.112	.114	.682	.501

a. Dependent Variable: Res_abs

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan uji *glejser* yang telah dilakukan dari tabel di atas, menunjukkan bahwa probabilitas untuk semua variabel independen memiliki tingkat signifikansi di atas tingkat kepercayaan 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis H1 menggunakan analisis regresi sederhana dengan meregresikan variabel independen (kualitas produk) terhadap variabel dependen (pendapatan), Uji hipotesis ini dibantu dengan menggunakan program SPSS 22.0.

Analisis regresi linier sederhana menurut Sugiyono dalam Dwiyanti (2018: 30) merupakan sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen yang bertujuan untuk memprediksi pengaruh antara produk BRILink terhadap pendapatan agen BRILink. Analisis regresi linier sederhana juga dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah terdapat berhubungan positif atau negatif.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.338 ^a	.114	.089	3.83827
a. Predictors: (Constant) :Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Pendapatan				

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 22.0 (2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, nilai R2 (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk

mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai R2 sebesar 0,089. Hal ini berarti bahwa 8,9% yang menunjukkan bahwa pendapatan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Sisanya sebesar 91,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji T adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel dependen secara individu terhadap variabel dependen. Penetapan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak ada dua cara yang dapat dipilih yaitu:

- Jika t hitung > t tabel maka hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Namun, Jika t hitung < t tabel maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- Jika probabilitas > 0,05, maka hipotesis ditolak. Namun, apabila probabilitas < 0,05, maka hipotesis diterima

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.405	2.607		3.608	.001
Kualitas Produk	.407	.191	.338	2.127	.041

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 22.0 (2022)

Berdasarkan tabel diatas dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 9,405 + 0,407X$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstan sebesar 9,405

mengindikasikan bahwa jika variabel independen (kualitas produk) adalah nol maka pendapatan menjadi sebesar 9,405.

Koefisien regresi variabel konflik (X) sebesar 0,407 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel konflik maka akan meningkatkan pendapatan sebesar 0,407.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Agen BRILink Cabang Sungguminasa, Hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh agen BRILink kepada konsumen, maka semakin berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang diterima oleh agen BRILink.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wirawan, dkk (2015) dan Suyanti (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan karena kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik dan sesuai kebutuhannya akan membuat konsumen akan merasa puas sehingga pendapatan suatu instansi pula akan meningkat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink Cabang Sungguminasa. Hal ini disebabkan karena keputusan pembelian jasa BRILink dipengaruhi oleh puas tidaknya nasabah terhadap kualitas produk yang tersedia pada mesin EDC BRILink dan pelayanan yang diterima. Jika nasabah merasa puas akan kualitas produk dan pelayanan yang

diterimanya, tidak menutup kemungkinan mereka akan melakukan pembelian ulang di tempat yang sama. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas produk dan pelayanan yang diterima tidak memuaskan, nasabah tidak akan melakukan pembelian dan akan berdampak pada turunya pendapatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Djoko Mulyono, Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah, (Yogyakarta: Andi, 2015), h.306.
- Fathurrahman Djamil, Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h.196.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greuning; Scott, Hennie Van; Terblanche, Daryl and Simonet. (2013). International Financial Reporting Standard Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofyan Syafri .2011. Teori Akuntansi, Edisi Revisi. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- <http://www.info.perbankan.com/> Diakses pada 20 Maret 2019 by Antin Utami Dewi.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Jensen, M. C., dan Meckling W. H.1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure Journal of Financial Economics 3:305-360.
- Kasmir, Bank Dan Lembaga Keuangan., h. 130-131.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran (11th ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2015). Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, Edisi kesebelas, Jakarta: PT. Indeks, Gramedia.

- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary., 2004, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 2, dialih bahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary, 2015. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran (Jilid 1 & 2). Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Martani, Dwi, Dkk. 2016. Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadona, dkk (2016).Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Struktur Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Konservatisme Akuntansi (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi.
- Scott,W.R.(2015).Financial Accounting Theory Seventh Edition.Pearson: CanadaInc.
- Soemarso S. R, Akuntansi Suatu Pengantar, Jilid 2, Edisi 4, Jakarta:2000 PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suyanti.2015.Pengaruh Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Pendapatan Agen BRILink Kota Palopo.Skripsi.Institut Agama Islam Negeri Palopo.Kota Palopo.
- Theodorus M. Tuanakotta. 1984. Teori Akuntansi, Edisi I, Buku I, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ujiyantho, Muh. Arif dan Pramuka, B. A. 2007. Mekanisme Corporate Governance, Manajemen. Laba, dan Kinerja Keuangan. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi 10. Makassar.
- Wirawan, I.K.I, Dkk. 2015. Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Sektor Industri Di Kota Denpasar. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.
- Wulandari, NP Yani dan BudiARTH, I Ketut . 2014. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajemen, Komite Audit, Komisaris Independen dan Dewan Direksi Terhadap Integritas Laporan Keuangan. Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Denpasar.7, (3):h574-586.