



## DAMPAK PRESEPSI MANFAAT, PRESEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN TRANSAKSI PADA BANK PT BPR BKK KOTA TEGAL (PERSERODA)

Sigit Agus DP<sup>1</sup>, Ade Kristian<sup>2</sup>, Samto<sup>3</sup>

email<sup>1</sup>[sigit\\_dp2019@yahoo.com](mailto:sigit_dp2019@yahoo.com) ; email<sup>2</sup> [ade05071987@gmail.com](mailto:ade05071987@gmail.com)

email<sup>3</sup> [samto080865@gmail.com](mailto:samto080865@gmail.com)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Karya Utama

Email korespondensi penulis : [sigit\\_dp2019@yahoo.com](mailto:sigit_dp2019@yahoo.com)

### Abstrak

Peneitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh persepsi manfaat, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap keputusan melakukan transaksi pada PT BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda). Sampel sebanyak 124 responden dengan teknik random sampling. Teknis analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu uji statistik Statistical Product and Service Solution (SPSS) v. 25. Berdasarkan Uji Statistik didapat bahwa persepsi manfaat dan Trust mempengaruhi Keputusan transaksi secara parsial sedangkan persepsi resiko tidak. Persepsi manfaat, persepsi resiko dan trust secara simultan mempengaruhi keputusan bertransaksi secara simultan. 78% variabel dependen yaitu Melakukan transaksi pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, dan Trust

**Kata Kunci** : BPR, Transaksi, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, Trust

**JEL** : M41

### PENDAHULUAN

Pada era saat ini terjadi perkembangan yang sangat pesat di dunia perbankan yang mana perkembangan tersebut juga menyebabkan persaingan yang sangat pesat antar bank yang ada saat ini. Fatin dan Farida (2021) mengemukakan bahwa adanya persaingan yang sangat ketat, maka bank saling berlomba dalam memberikan fasilitas dan pelayanan sehingga masyarakat yang akan menarik mereka untuk menjadi nasabah.

Masyarakat memilih menjadi nasabah suatu bank disebabkan oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut, bank tersebut merupakan mitra masyarakat dalam pengelolaan keuangan. Selanjutnya setelah kepercayaan masyarakat memiliki persepsi manfaat apa yang akan didapatkan ketika menjadi nasabah bank tersebut, dan yang terakhir mengenai resiko apa yang akan dihadapi oleh masyarakat ketika menjadi nasabah bank tersebut.

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan dimana seseorang akan berasumsi bahwa ketika dia memilih menggunakan atau memilih suatu hal akan mendapatkan manfaat atas pilihannya tersebut. Rahmawati dan Yuliana (2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu anggapan dari seseorang ketika menggunakan atau



memilih suatu hal akan dapat mempermudah atau membantu ketercapaian tujuan dari tujuan yang akan dicapainya. Selanjutnya Bayudan Dewa (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan sutau perjanjiankepercayaan bahwa pilihannya akan dapat meningkatkan kienrja atau ketercapaiantujuannya. Elsa dan Bulan (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat dari seseorang akan mempengaruhi keputusan nya dalam memilih atau menggunakan suatu jasa atau produk. Haidari dan Tileng (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dalam pemilihan penggunaan suatu produk atau jasa. Rahmawati dan Yuliana (2010) menyatakan bahwa Persepsi akan manfaat dan resiko yang akan dihadapinya mempengaruhi keputusan seseorang akan penggunaan suatu produk atau jasa.

Resiko merupakan suatu faktor yang dapat menghambat seseorang akan pengambilan keputusan. Styarini dan Riptiono (2020) menyatakkan bahwa persepsiresiko merupakan suatu anggapan subyektif dari pengguna akan sesuatuhal yang akan diterimanya ketika memutuskan menggunakan suatu prduk maupun jasa. selanjutnya Mahardika dan Soetomo (2019) menyatakan bahwa persepsi resiko merupakan suatu anggapan dari pengguna produk atau jasa akan suatu yang dapat menghambat atau akibat akan ketercapaian tujuannya. Styarini dan Riptiono (2020) mengemukakan bahwa keputusan akan menggunakan jasa atau produk tidak dipengeruhi oleh persepsi. Sedangkan Jayantari dan Seminari (2018) mengemukakan bahwa Persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat seseorang dalam menggunakan jasa atau produk.

## TINJAUAN LITERATUR

### Pengertian Bank

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. Bank termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.

### Jenis-Jenis Perbankan di Indonesia

Jenis bank yang diakui terdiri dari :

1. Bank Sentral, yaitu bank yang tugasnya dalam menerbitkan uang kertas dan logam sebagai alat pembayaran yang sah dalam suatu negara dan mempertahankan konversi uang yang dimaksud terhadap emas atau perak atau keduanya.
2. Bank Umum, yaitu bank yang bukan saja dapat meminjamkan atau



menginvestasikan berbagai jenis tabungan yang diperolehnya, tetapi juga dapat memberikan pinjaman dan menciptakan sendiri uang giral.

3. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
4. Bank Syariah, yaitu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (sesuai kaidah ajaran islam tentang hukum riba).

### **Bank Perkreditan Rakyat (BPR)**

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, yang dalam pelaksanaan kegiatan usahanya dapat secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Bank Perkreditan Rakyat menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Pada mulanya tugas pokok BPR diarahkan untuk menunjang pertumbuhan dan modernisasi ekonomi pedesaan sertamengurangi praktek-praktek ijon dan para pelepas uang. Dengan semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat, tugas BPR tidak hanya ditujukan bagi masyarakat pedesaan, tetapi juga mencakup pemberian jasa perbankan bagi masyarakat golongan lemah di daerah perkotaan.

Pengertian Bank Perkreditan Rakyat menurut UU RI No. 10 Th. 1998 Tentang Perubahan atas UU No. 7 Th. 1992 tentang Perbankan pasal 1 ayat 4 yaitubahwa Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidakmemberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

### **Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat merupakan keadaan dimana seseorang dapat mempercayai dampak yang didapatkan dari pekerjaan yang dilaksanakan. Merujuk pada model yang disampaikan Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan pandangan seseorang untuk melihat sejauh mana seseorang dapat percaya pada suatu alat atau cara yang dapat menunjang pekerjaannya.

Bayu dan Dewa (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat dari program atau aplikasi yang ada dapat memberikan rasa kepercayaan akan peningkatan kinerja dari

penggunanya. Haidari dan Tileng (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat akan mempengaruhi keputusan dari pengguna. Elsa dan Bulan (2019) menyatakan hal yang serupa bahwa persepsi dapat mempengaruhi penggunaan alata atau program yang ada.

### Persepsi Resiko

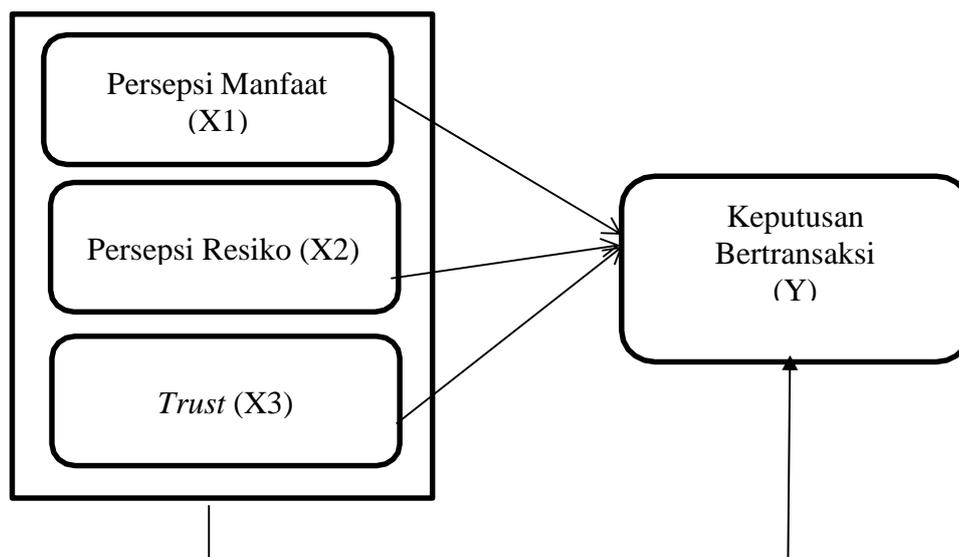
Persepsi resiko merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dari para pengguna. Persepsi resiko merupakan suatu anggapan dari diri pengguna akan dampak atau resiko apa yang akan diterima atau dihadapinya ketika menggunakan produk tersebut. Mahardika dan Soetomo (2019) menyatakan bahwa persepsi resiko merupakan anggapan dari pengguna akan dampak yang akan didapatkan atau dijumpainya ketika memilih suatu program guna pencapaian tujuan yang akan dicapainya.

### Trust

Trust merupakan suau keadaan psikologis dimana nasabah atau konsumen yang melakukan transaksi atau kegiatan dalam menyelesaikan transaksi atau kegiatan menggunakan aplikasi atau cara yang ada. Rehman et al (2019) menyatakan bahwa dengan adanya Trust dari para pengguna atau konsumen dapat mempengaruhi pemilihan penggunaan alat atau jalan yang dipilih.

### Kerangka Pemikiran

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran



### Hipotesis Penelitian



H<sub>1</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

H<sub>2</sub> : Persepsi resiko berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

H<sub>3</sub> : *Trust* berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

H<sub>4</sub> : Persepsi manfaat, Persepsi resiko dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini adalah pendekatan yang bersumber pada informasi atau data melalui variabel yang digunakan dalam penelitian dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka atau bilangan.

### Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda) Sampel yang digunakan menggunakan metode *purpose sampling* sampel sebanyak 124 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan observasi langsung dan menggunakan kuesioner.

### Metode Analisis Data

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi seperti maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, dan median Ghazali (2018). Teknik analisa data dengan menggunakan regresi linear berganda, sebelum dilakukan pengujian regresi, harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi ini bertujuan untuk memastikan agar data sampel yang akan diolah mewakili keseluruhan populasi.

## HASIL DAN DISKUSI

### Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil populasi nasabah PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda) yang berjumlah sebanyak 124 responden.

**Tabel 4.1****Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase %
1	Laki - Laki	72	58%
2	Perempuan	52	42%
		124	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan table 4.1 diperoleh data bahwa jumlah responden yang di jadikan sampel pada penelitian ini, untuk laki- laki sebanyak 72 responden dengan presentase sebesar 58% dan perempuan sebanyak 52 responden dengan presentase sebesar 42%.

**Tabel 4.2****Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	10 – 15	0	0
2	16 - 20	6	4%
3	21 – 25	50	40%
4	26 - 30	30	24%
5	>30	38	32%
<b>Total</b>		124	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan table 4.2 diperoleh data bahwa tidak ditemukan nasabah dengan usia 10 – 15 tahun, sedangkan nasabah dengan usia 16 – 20 tahun hanya berjumlah 6 orang dengan presentase 4%, untuk nasabah dengan usia 21 – 25 tahun diketahui sebanyak 50 nasabah dari jumlah responden dengan presentase sebesar 40%, kemudian untuk nasabah dengan usia 26 – 30 tahun diketahui sebanyak 30 responden dari jumlah keseluruhan responden yang ditentukan dengan presentase sebesar 24% dan untuk konsumen dengan usia lebih dari 30 tahun sebanyak 38 responden dengan presentase 32%.

**Uji Reabilitas****Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas**

Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1.1	0.772	Reliabel
X1.2	0.775	Reliabel
X1.3	0.780	Reliabel



X1.4	0.776	Reliabel
X2.1	0.857	Reliabel
X2.2	0.852	Reliabel
X2.3	0.845	Reliabel
X3.1	0.774	Reliabel
X3.2	0.773	Reliabel
X3.3	0.783	Reliabel
Y.1	0.773	Reliabel
Y.2	0.769	Reliabel
Y.3	0.779	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Dari hasil uji realibilitas pada tabel 4.3 didapat nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) dari masing-masing variabel, baik variabel independen yaitu harga, promosi dan saluran distribusi, serta variabel dependen volume penjualan memiliki nilai ( $\alpha$ ) > 0,70 yang berarti bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

### Uji Validitas

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0.832**	0,1472	0.000	Valid
X1.2	.737**	0,1472	0.000	Valid
X1.3	.678**	0,1472	0.000	Valid
X1.4	.723**	0,1472	0.000	Valid
X2.1	.387**	0,1472	0.000	Valid
X2.2	.377**	0,1472	0.000	Valid
X2.2	.242**	0,1472	0.007	Valid
X2.3	.357**	0,1472	0.000	Valid
X3.1	.845**	0,1472	0.000	Valid
X3.2	.812**	0,1472	0.000	Valid
X3.3	.737**	0,1472	0.000	Valid
Y.1	.945**	0,1472	0.000	Valid
Y.2	.958**	0,1472	0.000	Valid
Y.3	.916**	0,1472	0.000	Valid
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber: Hasil Output SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan dari variabel yang ada semuanya memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan memiliki nilai sig < 0,05 maka



dapat diartikan bahwa seluruh pernyataan valid.

## Uji Normalitas Data

**Tabel 4.5**

**Hasil Analisis Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters <sup>a</sup> , b	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1.12293286
Most Extreme Differences	Absolute	.254
	Positive	.149
	Negative	-.254
Test Statistic		.254
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction. Sumber: Hasil Output SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai signifikan *Asymp.sig.*(2-tailed) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

## Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Manfaat	0.389	2.572
	Persepsi Resiko	0.835	1.198
	Trust	0.390	2.566

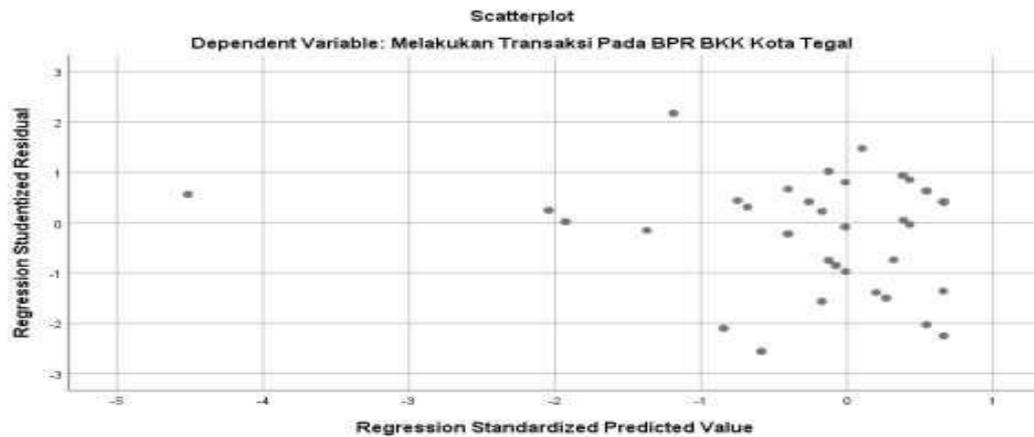
d. Dependent Variable: Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa pada seluruh variabel telah memenuhi kriteria yang ada. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

## Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3 Grafik *Scatterplot*



. Berdasarkan gambar 4.3 terlihat Grafik *Scatterplot* terlihat titik – titik yang ada pada grafik menyebar diatas atau dibawah 0 dari sumbu Y, maka kondisi tersebut menunjukkan tidak terjadi *heteroskedastisitas* pada model yang sedang diuji.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardize dCoefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.625	.751		.833	.407		
	Persepsi Manfaat	.248	.050	.336	4.937	.000	.389	2.572
	Persepsi Resiko	.001	.032	.001	.028	.978	.835	1.198
	Trust	.597	.068	.600	8.825	.000	.390	2.566

d. Dependent Variable: Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

$$Y = 0.625 + 0.248X_1 + 0.001X_2 + 0.597X_3 + \mu$$

1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar **0.625** menyatakan bahwa variabel independen (Persepsi



Manfaat, Persepsi Resiko, dan *Trust*) dianggap konstan, maka Nasabah melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal bernilai positif sebesar **0.625**.

2. Persepsi Manfaat mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0.248. Jika diasumsikan variabel independen lain konstan, setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Persepsi Manfaat menyebabkan Nasabah melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal naik sebesar 0.248.
3. Persepsi Resiko mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0.001. Jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Persepsi Resiko menyebabkan Nasabah melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal naik sebesar 0.001.
4. Trust mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0.597. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Trust menyebabkan Nasabah melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal naik sebesar 0.597.

#### Hasil Uji Secara Parsial (t)

**Tabel 4.8 Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.625	.751		.833	.407		
	Persepsi Manfaat	.248	.050	.336	4.937	.000	.389	2.572
	Persepsi Resiko	.001	.032	.001	.028	.978	.835	1.198
	Trust	.597	.068	.600	8.825	.000	.390	2.566

a. Dependent Variable: Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diperoleh nilai t tabel sebagai berikut:

#### Persepsi Manfaat

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas, didapatkan variabel persepsi manfaat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t statistik  $4.937 > t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap melakukan transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal(Perseroda). Maka dapat



disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan untuk  $H_0$  di tolak.

$H_1$ : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

### Persepsi Resiko

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas, didapatkan variabel Persepsi Resiko dengan nilai signifikansi  $0,978 > 0,05$  dan nilai t statistik  $0.028 < t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Resiko tidak berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  gagal diterima, dan untuk  $H_0$  diterima.

$H_2$ : Persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

### Trust

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas, didapatkan variabel *Trust* dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t statistik  $8.825 > t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  berhasil diterima, dan untuk  $H_0$  ditolak.

$H_3$ : *Trust* berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

## Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.9 Koefisien Determinasi**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 <sup>a</sup>	.785	.780	1.137

a. Predictors: (Constant), Trust, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal

Sumber: Hasi Output SPSS, 2023

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,780 . Hal ini berarti bahwa 78% variabel dependen yaitu Melakukan transaksi pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, dan *Trust* sedangkan sisanya sebesar 22%, dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model



yang dilakukan uji pada penelitian ini.

### Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

**Tabel 4.10 Hasil Uji F**

Anova<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	563.331	3	187.777	145.252	.000 <sup>b</sup>
	Residual	153.839	119	1.293		
	Total	717.171	122			

a. Dependent Variable: Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal

b. Predictors: (Constant), Trust, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai sig  $0,000 < 0,005$  dan nilai f statistis  $145,252 > f$  tabel 2.68 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  berhasil didukung dan  $H_0$  ditolak.

### Pembahasan

#### Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)

Berdasarkan uji statistik yang dilakukan, didapatkan hasil estimasi variabel Persepsi Manfaat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t statistik  $4.937 > t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan untuk  $H_0$  di tolak. Berdasarkan hasil uji statistik yang ada maka bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda) perlu memberikan perhatian lebih terhadap manfaat yang akan didapatkan oleh nasabah. Dengan adanya pengaruh dari persepsi manfaat terhadap kegiatannya melakukan transaksi pada bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda) maka dimungkinkan akan terjadinya peningkatan volume transaksi yang dilakukan dan dapat memberikan efek positif terhadap jumlah transaksi yang ada sehingga dapat pula meningkatkan loyalitas dari nasabah dari bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda).



### **Persepsi resiko berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)**

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, didapatkan hasil estimasi variabel Persepsi Resiko dengan nilai signifikansi  $0,978 > 0,05$  dan nilai t statistik  $0.028 < t_{tabel} 1.65734$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Resiko tidak berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada PT BPR BKK Kota Tegal(Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  gagal diterima, dan untuk  $H_0$  diterima. Persepsi Resiko tidak mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi pada PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda), hal tersebut cukup baik dikarenakan persepsi resiko yang dimiliki oleh nasabah tidak mempengaruhi pelaksanaan transaksi yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelusuran lanjutan dari hasil statistik yang dilakukan dikarenakan nasabah tidak memperhatikan resiko yang ada, jika memperhatikan resiko yang ada dimungkinkan tidak melakukan transaksi karena positioning dan kapasitas yang ada masih kurang baik dibandingkan bank lain yang ada.

### **Trust berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)**

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, didapatkan hasil estimasi variabel *Trust* dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t statistik  $8.825 > t_{tabel} 1.65734$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  berhasil diterima, dan untuk  $H_0$  ditolak. Adanya pengaruh *trust* terhadap melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) hal tersebut cukup baik dikarenakan dengan adanya *trust* tersebut dapat membentuk loyalitas nasabah kepada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda).

### **Persepsi manfaat, Persepsi resiko dan Trust secara simultan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda)**

Berdasarkan hasil pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai sig  $0,000 < 0,005$  dan nilai f statistik  $145,252 > f_{tabel} 2.68$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  berhasil didukung dan  $H_0$  ditolak sehingga. Merujuk pada uji statistik yang dilakukan didapatkan bahwa secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang ada. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan persepsi manfaat, persepsi resiko



dan trust mempengaruhi keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda). Dengan adanya hal tersebut, maka sebaiknya PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda) dapat lebih fokus terhadap persepsi manfaat, trust dan persepsi resiko yang timbul di nasabah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi resiko dan trust terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda) hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Merujuk pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai Adjusted R-Square sebesar 0,780 . Hal ini berarti bahwa 78% variabel dependen yaitu Melakukan transaksi pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, dan Trust sedangkan sisanya sebesar 22%, dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model yang dilakukan uji pada penelitian ini.
2. Dari hasil perhitungan uji F, diperoleh hasil bahwa persepsi manfaat, persepsi resiko, dan trust secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda). Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan yang tersaji pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai sig  $0,000 < 0,005$  dan nilai f statistik  $145,252 > f$  tabel 2.68 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  berhasil didukung dan  $H_0$  ditolak.
3. Variabel independen yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda), dalam penelitian ini dapat Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, didapatkan hasil estimasi variabel Persepsi Manfaat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t statistik  $4.937 > t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan untuk  $H_0$  di tolak.
4. Variabel independen yaitu persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui bank PT. BPR BKK KOTA TEGAL (Perseroda), dalam penelitian ini hasil uji statistik disajikan pada tabel 4.7 diatas, didapatkan hasil estimasi variabel Persepsi Resiko dengan nilai signifikansi  $0,978 > 0,05$  dan nilai t



statistik  $0.028 < t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Resiko tidak berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  gagal diterima, dan untuk  $H_0$  diterima.

5. Variabel independen Trust mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan  $t$  keputusan melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda), hal ini dapat dilihat dari tabel 4.7 diatas, didapatkan hasil estimasi variabel Trust dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  statistik  $8.825 > t$  tabel 1.65734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Trust berpengaruh positif terhadap Melakukan Transaksi Pada BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  berhasil diterima, dan untuk  $H_0$  ditolak.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, saran yang dapat diberikan dan untuk dijadikan pertimbangan bagi PT. BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) menjaga kualitas pelayanan dan melakukan inovasi dari pelayanan yang diberikan, hal tersebut dibuktikan bahwa persepsi manfaat dari nasabah mempengaruhi minatnya melakukan transaksi pada PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda).
2. PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) hendaknya tetap dapat menjaga Trust dari nasabah yang ada, karena dengan adanya Trust nasabah melakukan transaksinya pada PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda).
3. PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda) hendaknya tetap menjaga kualitas kinerjanya, dikarenakan nasabah yang ada tidak lagi memperhatikan persepsi resiko dalam melakukan transaksi pada PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda).

### Keterbatasan

Dalam setiap penelitian tentunya tidak bisa dikatakan sempurna dan peneliti menyadari pada penelitian ini mempunyai keterbatasan baik dalam pengambilan sampel maupun pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Keterbatasan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu persepsi manfaat, persepsi resiko, dan Trust dimungkinkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi nasabah



dalam melakukan transaksi pada PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Dari nilai Adjusted R-Square sebesar 0,780 atau 78% yang mana masih ada 22% variabel lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi pada PT PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda). Untuk penelitian selanjutnya bisa menambah variabel bebas dan bisa menggunakan perusahaan manufaktur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bayu, P. A., & Dewa, S. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13(3), 319-339.
- Elsa, S., & Bulan, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E- wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Fatin, S. K., & Farida, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan (Studi Pada Bpr Catur Artha Jaya Di Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 829-836.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayati, L. A., & Muhdiyanto, M. (2017). Peran Penggunaan Teknologi E-Banking Dan Kepuasan Pada Loyalitas Nasabah: Kepercayaan Sebagai Efek Moderasi (Studi Empiris Bank Umum Di Wilayah Kedu). *Prosiding Tantangan Bisnis Era Digital*, 1(1).
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra*, 04(01), 10–15.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Mahardika, A., & Basuki, R. (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementantation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy*.
- Mahardika, R. M., & Soetomo, H. (2019). Antecedent mobile banking adoption. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 19(1), 49-62.
- Martono. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi Pertama. Yogyakarta : Ekonisia
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E- Wallet. *Journal Of Economics And Banking*. [Http://182.253, 197](http://182.253.197).
- Rehman, S. U., Bhatti, A., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The moderating role of trust and commitment between consumer purchase intention and online shopping behavior in the context of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0166-2>



- 
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 31-42.
- Suhir, M., & Suyadi, I. (2014). Riyadi, "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian," *J. Adm. Bisnis*, 8(1).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta. Sumantika, A., & Prakosa, A. (2018). Brand Positioning, Persepsi Dan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 8(2), 224-235.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670-680.

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)