Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Bertransaksi Kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali

Afrianti*[1], Syamsul Bachri[2], Ponirin[3], Setiawan Mandala Putra[4]
Universitas Tadulako[1,2,3,4]
*e-mail: antiafrianti05@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen baik secara serempak maupun parsial terhadap minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Populasi penelitian berjumlah 80 yang merupakan pengguna layanan Agen BRILink Attar. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui koesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresil inear berganda, dengan bantuan program SPSS 25. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Keamanan (X1) kemudahan (X2) dan kepercayaan konsumen (X3) berpengaruh terhadap minat bertransaksi kembali (Y) pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Koefisien memperlihatkan nilai R Square sebesar 0,456 yang menunjukkan bahwa 45,6% variabel minat bertransaksi kembak di pengaruhi oleh variabel keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen,. Sedangkan 54,4% di pengaruhi oleh faktor lain yang dapat mempengaruhi minat bertransaksi kembali namun tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Keamanan; Kemudahan; Kepercayaan Konsumen; Minat Bertransaksi Kembali.*

ABSTRACT

This study aims to explain the influence of security, convenience, and consumer trust both simultaneously and partially on interest in re-transacting at BRILink Attar Agents, Bungku Tengah District, Morowali Regency. The approach used is quantitative which aims to determine the influence between variables The research population was 80 who were users of the BRILink Attar Agent service. The data collection technique was carried out through a questionnaire, while the data analysis used multiple inear regressions, with the help of the SPSS 25 program.The results of this study show that the variables Security (X1), convenience (X2) and consumer confidence (X3) affect the interest in retransaction (Y) in BRILink Attar Agents, Bungku Tengah District, Morowali Regency. The coefficient shows an R Square value of 0.456 which shows that 45.6% of the variables of interest in transactions are influenced by the variables of transaction security, ease of transaction, and consumer confidence. Meanwhile, 54.5% was influenced by other factors that could affect interest in re-transactions but was not included in this study.

Keywords **:** *Security; Convenience; Consumer Trust; Interest in Transactions Again.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi perbankan, khususnya dalam penyediaan akses transaksi keuangan bagi masyarakat. Digitalisasi perbankan bertujuan meningkatkan efisiensi Agen BRILink Attar sekaligus memperluas inklusi keuangan hingga ke wilayah yang belum terjangkau kantor cabang bank. Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah Agen BRILink, yang berperan sebagai perpanjangan tangan bank dalam menyediakan berbagai transaksi keuangan secara cepat dan mudah. (Mutiasari, 2020).

Dalam layanan keuangan digital, salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan transaksi kembali adalah keamanan transaksi. Keamanan transaksi merupakan kemampuan suatu sistem dalam mencegah maupun mendeteksi tindakan penipuan sehingga data dan aktivitas transaksi pengguna tetap terlindungi (Jayadi et al., 2024). Aspek keamanan menjadi sangat penting karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi, kerahasiaan informasi, keamanan proses transaksi, serta keyakinan konsumen terhadap jaminan keamanan yang diberikan oleh penyedia layanan. Semakin tinggi tingkat

keamanan yang dirasakan pelanggan, semakin besar pula keyakinan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Santi & Rahma (2023) keberadaan Agen BRILink Attar memberikan manfaat besar bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan, karena mampu mendekatkan Agen BRILink Attar dan mendukung aktivitas ekonomi lokal. Namun, keberlanjutan penggunaan Agen BRILink Attar tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan agen, tetapi juga oleh persepsi dan pengalaman konsumen dalam menggunakan Agen BRILink Attar tersebut. Konsumen cenderung memiliki minat bertransaksi kembali apabila Agen BRILink Attar mampu memberikan rasa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen.

Menurut Yopita et al. (2025) faktor keamanan transaksi menjadi faktor penting karena berkaitan langsung dengan perlindungan data dan dana konsumen. Selain itu, Faktor kemudahan transaksi turut memengaruhi kemudahan transaksi, khususnya bagi masyarakat dengan keterbatasan literasi teknologi. Faktor kepercayaan konsumen juga berperan sebagai dasar terbentuknya hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia Agen BRILink Attar, yang pada akhirnya mendorong loyalitas serta penggunaan minat bertransaksi kembali. (Putri, 2024).

Selain keamanan, kemudahan transaksi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Kemudahan transaksi merupakan keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang besar sehingga mampu meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi (Jayadi et al., 2024). Kemudahan tersebut tercermin dari efisiensi waktu, kemudahan operasional, kemampuan sistem dalam mendukung aktivitas pengguna, serta fleksibilitas layanan. Sistem transaksi yang mudah digunakan akan memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga berpotensi meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan yang digunakan.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepercayaan konsumen. Menurut Saripudin et al. (2021), kepercayaan merupakan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan memiliki integritas, dapat dipercaya, dan mampu memenuhi kewajibannya sesuai harapan pelanggan. Kepercayaan dibangun melalui konsistensi pelayanan, kejujuran dalam memberikan informasi, kepedulian terhadap kebutuhan konsumen, serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kualitas layanan (Yonatan, 2021). Dalam transaksi jasa keuangan, kepercayaan menjadi modal utama karena konsumen menyerahkan data pribadi maupun dana kepada penyedia layanan sehingga rasa aman dan keyakinan terhadap penyedia jasa sangat menentukan keberlangsungan hubungan antara konsumen dan perusahaan.

Keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan konsumen pada akhirnya akan memengaruhi minat konsumen untuk melakukan transaksi kembali. Minat bertransaksi kembali merupakan kecenderungan seseorang untuk kembali menggunakan suatu layanan secara sukarela karena adanya rasa puas, nyaman, dan keyakinan terhadap layanan tersebut (Khairiyah, 2020). Minat tersebut tercermin melalui keinginan untuk kembali bertransaksi, merekomendasikan layanan kepada orang lain, terus menggunakan layanan yang tersedia, serta meningkatkan frekuensi maupun jumlah transaksi (Adiwijaya et al., 2018). Oleh karena itu, peningkatan keamanan, kemudahan, dan kepercayaan menjadi strategi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada layanan keuangan digital, termasuk layanan Agen BRILink.

Agen BRILink Attar di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali merupakan salah satu penyedia Agen BRILink yang banyak diminati masyarakat setempat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen terhadap minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa serta menjadi bahan evaluasi bagi peningkatan Agen BRILink.

Berdasarkan landasan teori tersebut, penelitian ini menguji pengaruh keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen terhadap minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: kemudahan transaksi berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi kembali; kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi kembali; dan keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi kembali.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat asosiatif dalam bentuk hubungan kausal, berdasarkan pada tujuan peneliti. Menurut (Sugiyono, 2019:65) adalah penelitian asosiatif suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Penelitian ini dilakukan pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali dan yang menjadi populasi adalah Masyarakat Desa Bahomohoni Sampe yang diambil adalah 80 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah proportionate sampling. Dalam penelitian ini ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya yaitu 1) Observasi di mana metode pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung di lokasi tempat penelitian. Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai kondisi yang ada di lapangan. 2) Kuesioner di mana penelitian membagikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada para responden yang berisi pertanyaan terkait penelitian. Hasil dari kuesioner ini dianalisis untuk mengetahui pengaruh keamanan,kemudahan,dan kepercayaan konsumen terhadap minat bertransaksi kembali. 3). Dokumentasi dimana peneliti mengumpulkan data dengan mengumpulkan dokumen-dokumen seperti artikel, jurnal atau hal-hal lainnya yang berguna untuk penelitian ini. Menggunakan teknik analisis data diantaranya adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji hipotesis serempak (Uji F), uji hipotesis parsial (Uji t), koefisien determinasi (R2)).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Instrumen dikatakan valid jika memiliki korelasi (correlated item total correclated) > 0,30 sebaliknya jika koefisien korelasi < 0,30 maka dikatakan tidak valid (Ghozali, 2018). Apabila instrumen dalam penelitian valid maka selanjutnya perlu dilakukan pengujian reliabilitas untuk menguji kendala instrumen penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Nilai Corrected- Item Total Correlation	R Kritis	Keterangan
1	Keamanan Transaksi (X1)	Tidak menyalahgunakan data pribadi	X1.1	0.496	0,30	Valid
		Menjaga data diri konsumen	X1.2	0,548	0,30	Valid
		Menjaga kerahasiaan transaksi konsumen	X1.3	0,540	0,30	Valid
		Keyakinan akan jaminan keamanan	X1.4	0,499	0,30	Valid
2	Kemudahan Transaksi (X2)	Efesiensi waktu	X2.1	0,533	0,30	Valid
		Kemampuan melakukan transaksi	X2.2	0,644	0,30	Valid
		Kemudahan operasional	X2.3	0,527	0,30	Valid
		Fleksibel	X2.4	0,479	0,30	Valid
3	Kepercayaan Konsumen (X3)	Kehandalan	X3.1	0,744	0,30	Valid
		Kejujuran	X3.2	0,510	0,30	Valid
		Kepedulian	X3.3	0,572	0,30	Valid
		Kualitas pemasara untuk meningkatkan kepercayaan konsumen	X3.4	0,594	0,30	Valid
4.	Minat bertransaksi kembali (Y)	Akan bertransaksi kembali	Y1	0,569	0,30	Valid
		Akan merekomendasi	Y2	0,556	0,30	Valid
		Akan terus menggunakan	Y3	0,384	0,30	Valid
		Akan meningkatkan jumlah transaksi	Y4	0,536	0,30	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas terbukti bahwa seluruh item pernyataan yang dituangkan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid. Hal ini disebabkan karena nilai corrected item-total correlation (korelasi total) semua indikator penelitian lebih besar terhadap rkritis sebesar 0,30 pada tingkat kepercayaan 95% atau α 0,05.

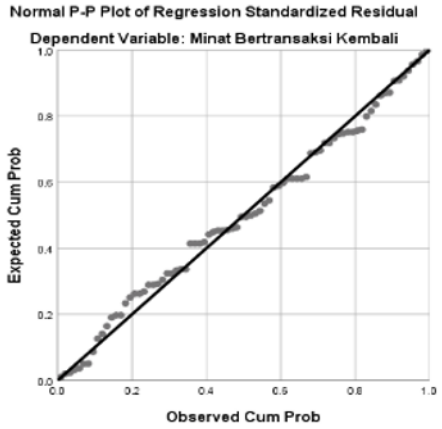
Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Instrument dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaann adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan melalui uji statistic cronbach alpa (α). Satu variabel dikatakan reliabel jika mengunakan nilai cronbach alpa (α) > 0,60. Sebaliknya, jika nilai cronbach alpa (α) < 0,60, maka variabel dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Intrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Alpha	Items
1	Keamanan Transaksi (X1)	0,730	0,60	Reliabel
2	Kemudahan Transaksi (X2)	0,742	0,60	Reliabel
3	Kepercayaan Konsumen (X3)	0,791	0,60	Reliabel
4	Minat Bertransaksi Kembali (Y)	0,719	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai cronbach alpha > 0,60. Maknanya, pada penelitian ini semua instrumen bersifat reliabel, hingga bisa dipercaya dan dapat digunakan seluruh poin pernyataannya untuk melanjutkan penelitian.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model linear berganda antara varabel bebas (independent), variabel terikat (dependent) atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas terdapat dalam grafik normal plot yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi normal regresi yang ditujukan pada gambar titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal penyebarannya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

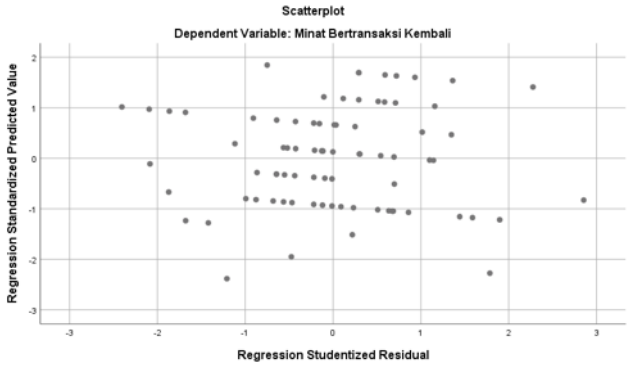
Uji multikolinearitas adalah uji asumsi klasik yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independent) dalam suatu model regresi. Suatu penelitian yang baik ditandai dengan tidak terjadinya multikolinearitas antar variabel bebas dan nilai tolerance dan nilai VIF (varian inflation factors) menjadi penentu dalam model regresinya. Kriteria sebuah model penelitian dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas adalah saat suatu model regresi mempunyai nilai tolerance lebih besar dari > 0,10. Sedangkan berdasarkan nilai VIF suatu data dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF lebih kecil dari < 10. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel Independent	Collinearity Statistic		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Keamanan Transaksi (X1)	0,791	1,390	Tidak ada Multikolinearitas
2	Kemuadahan Transaksi (X2)	0,711	1,406	Tidak ada Multikolinearitas
3	Kepercayaan Konsumen (X3)	0,984	1,016	Tidak ada Multikolinearitas

Dari tabel diatas dapat diketahui besarnya nilai korelasi antara variabel bebas (*independent*) yang ada. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa korelasi antara variabel-variabel *independent* memiliki VIF 1,390, 1,406, 1,016 < 10 dan nilai *tolerance* 0,791, 0711, 0,984 > 0,10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya variabel yang saling berhubungan atau korelasi antara variabel bebas.

Uji heterokedastisitas adalah bentuk uji asumsi klasik dengan tujuan untuk menguji bagaimana model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan grafik scatterplot yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, hasil uji heterokedastisitas menunjukan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena tidak ada pola yang jelas serta itik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji T digunakan untuk menguji signifikan hubungan antar variabel lingkungan kerja (X1) dan stres kerja (X2) benar-benar berpengaruh terhadap variabel produktivitas pegawai (Y). Hasil uji parsial (Uji T) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji T (Uji Parsia)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.059	1.464		.798	.428
	Keamanan Transaksi	.438	.098	.445	4.461	.003
	Kemudahan Transaksi	.232	.081	.289	2.879	.005
	Kepercayaan Konsumen	.220	.132	.142	2.664	.001

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi Kembali

Berdasarkan tabel hasil Uji T di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan koefisien regresi dengan Uji T adalah sebagai berikut:

1. Variabel keamanan transaksi (X_1) diperoleh nilai *Coefficient* sebesar 4,461 dan nilai sig. t sebesar 0,000 ≤ 0,05. Maka variabel keamanan transaksi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bertransaksi kembali (Y) pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali, dapat diterima. Dengan kata lain, bahwa hipotesis dapat diterima kebenarannya.
2. Variabel kemudahan transaksi (X_2) diperoleh nilai *Coefficient* sebesar 2,879 dan nilai sig. t sebesar 0,005 ≤ 0,05. Maka variabel kemudahan transaksi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bertransaksi kembali (Y) pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali, dapat diterima. Dengan kata lain, bahwa hipotesis dapat diterima kebenarannya.
3. Variabel kepercayaan konsumen (X_3) diperoleh nilai *Coefficient* sebesar 1664 dan nilai sig. t sebesar 0,001 ≤ 0,05. Maka variabel kepercayaan konsumen (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat bertransaksi kembali (Y) pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali, dapat diterima. Dengan kata lain, bahwa hipotesis dapat diterima kebenarannya.

Uji F bertujuan untuk mengidentifikasi model regresi apakah memiliki kelayakan (kuat) atau sebaliknya tidak layak (lemah) dalam menjelaskan variabel dependent dipengaruhi oleh variabel independent. Berikut uji ANOVA (analysis of varians) atau uji F penelitian pada lingkungan kerja dan stres kerja terhadap produktivitas pegawai sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128,012	3	42,617	21.269	.000[b]
	Residual	152,475	76	2,006		
	Total	280.487	79			

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi Kembalin

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi

Berdasarkan tabel di atas maka Fhitung 21,269 > Ftabel 3,20 pada taraf α = 0,05 atau F sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent. Dapat disimpulkan bahwa keamanan, kemudahan dan kepercayaan konsumen secara serempak berpengaruh terhadap minat bertransaksi kembali.

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel independent (keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen) terhadap variabel dependent (minta bertransaksi kembali), (Sugiyono, 2019). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676[a]	.456	.435	1.416

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi

b. Dependent Variable: Minat Bertransaksi Kembali

Berdasarkan hasil uji nilai koefisien determinasi (R2) yang dinotasikan dalam angka R square yaitu sebesar 0,456. Ini maknanya sebesar 45,6% minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini (keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen). Sedangkan untuk sisanya yakni sebesar 4,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat mempengaruhi minat bertransaksi kembali namun tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Minat Bertransaksi Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 4,461 dan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima, yang berarti semakin tinggi tingkat keamanan transaksi yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk kembali melakukan transaksi pada Agen BRILink.

Temuan ini menunjukkan bahwa aspek keamanan menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan layanan transaksi keuangan. Konsumen akan cenderung melakukan transaksi ulang apabila mereka yakin bahwa data pribadi, informasi keuangan, dan proses transaksi terlindungi dari berbagai risiko penyalahgunaan maupun tindak penipuan. Perasaan aman tersebut menciptakan kenyamanan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang digunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Jayadi et al. (2024) yang menyatakan bahwa keamanan transaksi merupakan kemampuan sistem untuk melindungi informasi serta mencegah terjadinya penyalahgunaan data selama proses transaksi. Keamanan tersebut meliputi perlindungan data pribadi, keamanan proses transaksi, kerahasiaan informasi, serta adanya jaminan keamanan dari penyedia layanan.

Temuan penelitian ini juga memperkuat penelitian Jayadi et al. (2024) yang menemukan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital. Semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar pula keinginan mereka untuk melakukan transaksi kembali. Dengan demikian, peningkatan sistem keamanan menjadi salah satu strategi penting bagi Agen BRILink dalam mempertahankan pelanggan.

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Minat Bertransaksi Kembali

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi kembali. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 2,879 dan nilai signifikansi **0,005**, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi mampu meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali menggunakan layanan Agen BRILink. Konsumen lebih menyukai sistem transaksi yang mudah dipahami, cepat digunakan, tidak memerlukan prosedur yang rumit, serta mampu menghemat waktu dalam bertransaksi. Semakin sederhana proses transaksi yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut.

Secara teoritis, hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Jayadi et al. (2024) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Kemudahan tersebut tercermin melalui efisiensi waktu, kemudahan operasional, kemampuan sistem dalam mendukung aktivitas transaksi, serta fleksibilitas penggunaan layanan.

Hasil penelitian ini juga mendukung berbagai penelitian mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi dan keputusan pengguna untuk terus menggunakan suatu layanan digital. Oleh karena itu, Agen BRILink perlu terus menjaga kemudahan prosedur transaksi agar pelanggan merasa nyaman dalam setiap aktivitas transaksi.

Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Bertransaksi Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi kembali. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar **0,001**, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap Agen BRILink, maka semakin tinggi pula keinginan mereka untuk kembali melakukan transaksi. Kepercayaan yang dimiliki konsumen muncul karena adanya keyakinan bahwa penyedia layanan memiliki integritas, mampu menjaga keamanan transaksi, memberikan informasi yang jujur, serta memberikan pelayanan yang konsisten.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Saripudin et al. (2021) yang mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan memiliki integritas dan mampu memenuhi kewajibannya sesuai harapan pelanggan. Kepercayaan tersebut dibangun melalui keandalan pelayanan, kejujuran, kepedulian terhadap pelanggan, serta kualitas layanan yang diberikan (Yonatan, 2021).

Temuan penelitian ini juga memperkuat berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan pada layanan jasa keuangan. Konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung melakukan transaksi berulang karena merasa risiko transaksi menjadi lebih kecil. Oleh sebab itu, Agen BRILink perlu mempertahankan kualitas pelayanan, transparansi informasi, dan profesionalisme petugas agar kepercayaan pelanggan terus meningkat.

Pengaruh Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, dan Kepercayaan Konsumen secara Simultan terhadap Minat Bertransaksi Kembali

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung

sebesar 21,269, yang lebih besar daripada Ftabel sebesar 3,20, serta nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis keempat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan transaksi kembali tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan merupakan kombinasi antara keamanan transaksi, kemudahan penggunaan layanan, dan tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman positif pelanggan selama menggunakan layanan Agen BRILink.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,456, yang berarti 45,6% variasi minat bertransaksi kembali dapat dijelaskan oleh variabel keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen. Sementara itu, 54,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. (Catatan: pada naskah hasil terdapat kekeliruan penulisan menjadi 4,5%; secara matematis yang benar adalah 54,4% karena 100% − 45,6% = 54,4%).

Besarnya kontribusi ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan merupakan determinan utama dalam meningkatkan minat pelanggan untuk terus menggunakan layanan Agen BRILink. Namun demikian, nilai koefisien determinasi yang belum mencapai 50% mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor lain yang memengaruhi minat bertransaksi kembali, seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, persepsi harga atau biaya transaksi, lokasi agen, promosi, kualitas hubungan dengan pelanggan, maupun citra perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan keamanan sistem transaksi, penyederhanaan proses layanan, serta penguatan kepercayaan konsumen merupakan strategi yang perlu diprioritaskan oleh Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong minat bertransaksi kembali secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat bertransaksi kembali pada Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Secara parsial, keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi kembali, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan konsumen, semakin besar kecenderungan mereka untuk kembali menggunakan layanan Agen BRILink. Kemudahan transaksi juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan, sehingga proses transaksi yang mudah, cepat, dan praktis mampu meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan transaksi ulang. Selain itu, kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi kembali, yang mengindikasikan bahwa keyakinan konsumen terhadap integritas, keandalan, dan kualitas layanan Agen BRILink menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Secara simultan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi kembali, sehingga ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjadi determinan penting dalam mendorong konsumen untuk terus menggunakan layanan Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali.

Berdasarkan hasil penelitian, Agen BRILink Attar Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali disarankan untuk terus meningkatkan keamanan transaksi melalui penguatan sistem verifikasi, perlindungan data pribadi konsumen, serta pemberian edukasi kepada nasabah mengenai pentingnya keamanan dalam bertransaksi. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan, terutama dari aspek kemudahan, kecepatan, dan keramahan dalam melayani konsumen, perlu terus dilakukan guna meningkatkan kepercayaan dan mendorong minat konsumen untuk melakukan transaksi kembali. Bagi konsumen, diharapkan dapat memanfaatkan layanan Agen BRILink Attar secara optimal dengan tetap menjaga keamanan data pribadi dan mematuhi prosedur transaksi yang telah ditetapkan. Kesadaran konsumen dalam menjaga kerahasiaan informasi pribadi juga menjadi bagian penting dalam menciptakan transaksi yang aman dan nyaman. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan memperluas cakupan objek penelitian serta menambah jumlah responden agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat bertransaksi kembali, seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, persepsi risiko,

maupun kualitas sistem, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan layanan Agen BRILink..

DAFTAR PUSTAKA

Adiwijaya, G. B. P. (2021). Kemudahan penggunaan, tingkat keberhasilan transaksi, kemampuan sistem teknologi, kepercayaan dan minat bertransaksi menggunakan mobile banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 15*(3), 135–153.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly, 27*(1), 51–90. https://doi.org/10.2307/30036519

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Sembilan). In Semarang, Universitas Diponegoro (p. 490). Universitas Diponegoro. https://slims.umn.ac.id//index.php?P=show_detail&id+19545

Jayadi, R., & Muslimin, M. (2024). Pengaruh keamanan dan kemudahan transaksi terhadap penggunaan. *Journal of Business Administration (JBA), 4*(2), 118–133.

Khairiyah. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Balikpapan dalam menggunakan produk dan jasa BRILink. *Journal of Management Studies, 14*(2), 147.

Mutiasari, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 11*, 542–550.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In Bandung Alf* (p. 143).

Sudarsono, H. (2020) Buku ajar: Manajemen Pemasaran. Jamber: Pustaka Abadi.

Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli ulang (*Studi kasus di e-commerce JD.ID). Jurnal Ilmiah Edunomika, 5*(2), 1200–1210. https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765

Yonatan, S. (2022). Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus pada Bank Papua Cabang Kepi). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik, 2*(1), 101–109. https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1.862