Jurnal Administrasi Bisnis Nommensen (JABN)
Vol. 1. No. 1, 2024
(p-ISSN XXXX-XXXX; e-XXXX-XXXX)

Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan Brizzi Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Kesawan Medan

[1]Okta Berlianti Zendrato, [2]Rut Onike Lubis

[1]Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia
[2]Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia
E-mail : [1]oktaberlianti98zendrato@gmail.com , [2]rut.lubis@student.uhn.ac.id

Diajukan : 02/Mei/2024
Direvisi : 05/ Mei/2024
Diterima : 10/Mei/2024

ABSTRACT

This study purpose to determine how much influence E-Service Quality has on the satisfaction of using Brizzi which focuses on PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kesawan Medan.

The type of research used is descriptive quantitative. The population in this study is the customers of Bank BRI KCP Kesawan Medan as much 600 who use Brizzi. The sampling technique in this research is non-probability sampling with snowball sampling. The number of samples selected using the Slovin formula were 86 respondents. The technique of collecting data is by distributing questionnaires distributed through Google Form.

The results of this study indicate that there is a positive and significant effect between the independent variable E-service Quality on the dependent variable satisfaction with the use of Brizzi. This is indicated by the tcount value of 9.470 > t-table of 1.98827 and a significant value of 0.000 <0.05. While the value of the coefficient of determination (R) is 0.516 (51.6%). This shows that the influence of E-service Quality on the decision to use Brizzi at PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, KCP Kesawan Medan is quite good. While the remaining 48.4% is explained by other variables such as trust, price and promotion. Therefore, it is recommended to the BRI KCP Kesawan Medan to continue to improve the quality of service in providing services to customers, such as by providing fast service, being willing to respond to customer requests and providing clear information.

Key word: E-Service Quality, Brizzi, User Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi yang berfokus pada PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kesawan Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank BRI KCP Kesawan Medan sebanyak 600 yang menggunakan Brizzi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *snowball sampling.* Jumlah sampel yang terpilih dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 86 responden. Teknik pengumpulan data dengan pembagian kuisioner yang disebar melalui Google Form.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen *E-service Quality* terhadap variabel dependen Kepuasan penggunaan Brizzi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,470 > t_{tabel} sebesar 1,98827 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,516 (51,6%). Ini menunjukkan bahwa pengaruh E-service Quality terhadap kepusan penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, KCP Kesawan Medan cukup baik. Sedangkan sisanya sebesar 48,4% dijelaskan oleh variabel lain seperti kepercayaan, harga dan promosi. Oleh karena itu disarankan kepada pihak BRI KCP Kesawan Medan agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, seperti dengan memberikan pelayanan yang cepat, bersedia menanggapi permintaan nasabah dan memberikan informasi yang jelas.

Kata kunci: *E-Service Quality, Brizzi, Kepuasan Penggunaan*

PENDAHULUAN

Saat ini, Kemajuan teknologi mengakibatkan perubahan gaya hidup masyarakat dan disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat. Kemajuan teknologi tidak hanya memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas perbankan, tetapi juga mengubah cara dalam bertransaksi. Penggunaan teknologi modern sebagai pembayaran *non-cash* baik secara domestik maupun secara internasional yang mengarah pada penggunaan yang semakin efesien, aman, cepat dan nyaman. Awal mula perkembangan teknologi dimulai dari era komputerisasi pada tahun 1960-an, dilanjutkan pada era teknologi informasi yang dimulai pada awal tahun 1970 atau disebut masa revolusi, era manajemen perubahan pada yang berfokus pada sistem informasi. Hal ini disebabkan karena manusia menuntut untuk bisa lebih efektif dan efesien dalam beraktifitas yang dibantu oleh teknologi informasi.

Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan berlomba-lomba melakukan inovasi dan membuat perusahaan harus terjun ke media elektronik untuk memudahkan para konsumen untuk mengetahui produk yang dapat membantu pembayaran dalam dunia internet yang melalui teknologi. Dalam meningkatkan kualitas perusahaan saat ini dunia perbankan menyediakan produk yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi non tunai atau uang elektronik. Uang elektronik berbasis *chip* sangat mudah digunakan untuk transaksi pembayaran di toko retail dengan

menggunakan EDC atau transaksi yang membutuhkan kecepatan seperti dimoda transportasi jalan tol, kereta, bus umum,

parkir dan lain-lain. Dengan uang elektronik berbasis *chip,* maka transaski pembayaran berlangsung cepat, mudah dan aman.

Uang elektronik (*e-money*) adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini melibatkan pengguna jaringan internet seperti system penyimpanan harga digital. *Electronic money* merupakan jenis layanan yang memudahkan nasabah melakukan transaksi pembayaran dimana saja dan kapan saja tanpa membawa uang tunai.

Sebagai mana telah diketahui bahwa Bank BRI menghadirkan produk *elektronik money* (*e-money*) yaitu Brizzi yang merupakan alat pembayaran yang memiliki nilai uang berdasarkan jumlah yang disimpan oleh pemiliknya pada media elektronik. Brizzi adalah sebuah produk uang elektronik atau *e-money* berbentuk kartu diterbitkan oleh BRI untuk melayani dan memproses transaksi secara digital.

Brizzi sebagai instrumen pembayaran elektronik memberikan manfaat sebagai alternatif pembayaran khususnya untuk pembayaran yang bersifat mikro dan ritel. Hadirnya Brizzi dalam dunia perbankan memberikan banyak manfaat baik untuk Bank itu sendiri maupun kepada masyarakat. Brizzi memberikan kemudahan dalam transaksi pembayaran secara elektronik, sedangkan bagi bank Brizzi dapat meningkatkan pendapatan berbasis komisi.

Adapun manfaat yang dihadirkan oleh Brizzi yaitu: 1) kartu Brizzi sudah bisa digunakan sebagai alat pembayaran. 2) tidak lagi pusing memikirkan uang kembali saat melakukan pembayaran. 3) sebagai media bayar di transportasi umum dan media bayar di minimarket. 4) kartu Brizzi bisa di *Top-Up* atau diisi ulang melalui seluruh *e-channel* BRI (*ATM, SMS Bangking BRI, Internet Bangking BRI)* dan di EDC yang bekerja sama dengan Brizzi (*indomaret dan bank manapun yang bergabung dijaringan ATM bersama*

maupun ATM Prima dan Jaringan ATM link).

Banyaknya lembaga yang menawarkan produk elektronik money, menyebabkan konsumen semakin sulit untuk menentukan pilihan. Oleh karena itu, BRI dalam menghadirkan produk Brizzi seharusnya mengetahui apa kebutuhan dan apa keinginan konsumen, kemudian berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah tersebut. Dengan adanya Brizzi dapat mempermudah pembayaran secara non-tunai yaitu dapat melakukan transaksi pembayaran pembelajaan seperti di toko ritel (Alfamidi, Alfamart), pembayaran E-tol, pembayaran Parkir, Bus, tempat bermain Anak dll.

Exsecutive Vice President Bank Rakyat Indonesia (BRI) Arif Wicaksono mengatakan bahwa BRI terus berupaya mendorong peningkatan transaksi dengan menggunakan uang elektronik Brizzi. Dia mengatakan, hingga maret tahun 2019 ini, total transaksi dengan menggunakan Brizzi sudah mencapai Rp 1,94 triliun. Dengan jumlah yang sudah diketahui, pihak BRI akan terus berusaha meningkatkan manfaat penggunaan Brizzi.

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara lansgung. *E-service quality* dapat meningkatkan pengguna Brizzi sehingga kepuasan kepada pengguna semakin meningkat. Saat ini pengguna Brizzi masih sangat sedikit dibandingkan dengan penggunaan produk lain seperti produk tabungan dan penggunaan Brimo. Penggunaan produk Brizzi masih sedikit karena masyarakat masih belum mengetahui sebesar apa manfaat Brizzi dalam kehidupan sehari hari. Saat ini data yang telah diperoleh peneliti pada PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kesawan Medan, jumlah pengguna Brizzi sebanyak 600 pengguna.

Industri perbankan menyediakan berbagai fasilitas dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan para pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa".

Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk, sebaliknya jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi kemudian hari.

Dari hasil pendahuluan yang telah didapatkan peneliti, jumlah masyarakat yang menggunakan Brizzi sebanyak 600 pengguna, maka penulis tertarik memahami dan mempelajari tingkat *E-service Quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Kesawan Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Pemasaran diidentifikasikan sebagai suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai individu dan kelompok lainya. Pemasaran merupakan kegiatan mempromosikan dan menjual produk/jasa. Dalam pemasaran ada proses panjang untuk menentukan siapa target promosi dan seperti apa bentuk promosinya. Marketing juga berperan untuk mempromosikan bisnis atau produk/jasa pada perusahaan, tujuan adanya pemasaran ini agar masyarakat sebagai target konsumen dari bisnis tersebut dapat mengenal produk apa saja yang dijual dalam perusahaan dengan demikian dapat meningkatkan laba dan potensi penjualan dalam perusahaan.

Malau (2018:1) mengatakan bahwa pemasaran adalah “seni dan sains tentang kepuasan pelanggan”. *American Marketing Association* mendefinisikan bahwa pemasaran adalah “suatu aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, memberi dan menawarkan pertukaran nilai terhadap pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat luas”. Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa untuk mengetahui keinginan pelanggan dapat diterapkan dengan konsep pemasaran. Agar produk yang dihasilkan sukses di pasar, maka pemasaran memahami konsep bagaimana membuat dan menawarkan yang benar-benar

diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi kepuasan mereka.

Dengan adanya pemasaran kita memandang manajemen pemasaran (*marketing manajemen*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih,mempertahankan,mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Konsep Inti Dalam Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009:12) mengemukakan ada 3 konsep inti dalam pemasaran yaitu:

1. Kebutuhan
   Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan makanan, udara, dan air, pakaian dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup.
2. Keinginan
   Tingkat keinginan didasarkan dengan kebutuhan dari pelanggan. Kebutuhan yang semakin meningkat mempengaruhi keinginan semakin besar.
3. Permintaan
   Permintaan akan produk yang diinginkan oleh pelanggan semakin meningkat. Keinginan akan produk-produk tertentu didukung oelh kualitas dari sebuat produk/jasa yang di pasarkan.

E-Service Quality

E-Service Quality (kualitas layanan) merupakan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat melalui jaringan internet sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pemeblian dan distribusi secara efektif dan efesien. *E-service quality* dikembangkan dalam hal kualitas pelayanan yang bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan melalui sistem elektronik. Pelayanan yang baik mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan mampu memberi tingkat kepedulian pelanggan dalam memilih sebuah produk atau jasa. Wibowo (2017:4) menyatakan bahwa *service*/pelayanan adalah "sebuah strategi komunikasi kepada konsumen sebagai strategi pemasaran dalam bentuk memasarkan produk baik barang ataupun jasa". Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan

pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan.

Pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan tergantung dari pihak instansi yang melakukan pelayanan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan maka semakin kuat perusahaan untuk tetap mempertahankan pelangannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:143) mengemukakan bahwa kualitas adalah "totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau bersirat". Tingginya volume penjualan produk disebabkan adanya tindakan pelayanan yang terarah dan mampu memberi kepuasan kepada konsumen secara langsung maupun secara tidak lansgung.

Kualitas layanan berbasis online (*E-service quality)* sangat penting sebagai penentu sangat penting sebagai penentu kesuksesan atau gagalnya dari pedagang elektronik, dimana *E-service quality* menunjukan bagaimana suatu situs *E-commerce* melayani dan memfasilitasi belanja, pemesanan, dan pengiriman secara online. Hal ini bertujuan untuk terjadinya pengerjaan yang efektif dan efisien.

Indikator *E-Sevice Quality*

Indikator adalah sebuah ciri, karakteristik, atau ukuran yang menunjukan perubahan pada fenomena. Indikator dapat digunakan untuk mengevaluasi keadaan, mengukur suatu hal, atau menilai perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu.

Menurut Herfika dan Abdullah (dalam William 2020:1989) mengemukakan lima indikator *E-service quality* yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik)
   Bukti fisik yaitu bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan, baik dari sisi fisik tampilan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung hinga penampilan karyawan.
2. *Reliability* (kehandalan)
   Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang

dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)
   Adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.
4. *Assurance* (jaminan)
   Assurance merupakan jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik dan pengetahuan yang dimiliki sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.
5. *Empaty* (empaty)
   Kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan pelanggan dan menghargai pelanggan dan dapat memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

Kepuasan (*Saticfaction*)

Pelanggan dalam suatu perusahaan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk dalam perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan produk perusahaan tersebut

Kotler dan Keller (2009:139), menyatakan bahwa : Kepuasan (*saticfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspetasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekpetasi, pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspetasi, pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi ekspetasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atau kinerja produk tergantung pada banyak factor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:116) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah "konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer yang mampu mewujudkan tujuan organisasi".

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan

pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, dan mampu membeli produk ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono & Chandra (2019:204) mengemukakan kepuasan adalah "perasaan baik yang anda miliki ketika mencapai sesuatu atau ketika sesuatu yang anda inginkan terjadi". Dalam pengertian ini menemukan bahwa loyalitas dan kepuasan memiliki hubungan sangat memperkuat secara positif satu sama lain.

Indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat yang didapat atau manfaat yang dirasakan
   Seseorang dapat merasakan bagaimana manfaat dan apa yang didapat dari suatu produk.
2. Harga dari produk yang di jual
   Kesesuaian harga dan manfaat kualitas yang didapat dari produk.
3. Kualitas produk
   Kualitas produk dapat memberi kepuasan kepada pengguna.
4. Kualitas pelayanan
   Bagaiaman kualitas pelayanan dapat memberi pengaruh kepada pengguna produk.

Uang Elektronik

Uang elektonik (*e-money)* merupakan sebuah inovasi untuk kebutuhan transaksi pembayaran yang bersifat mikro (retail). Transaksi menggunakan *E-money* tidak berkaitan dengan rekening nasabah di Bank, karena perolehan kartu *e-money* tidak memerlukan data atau *personal identification number*.

Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan sebagai instrument pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relative murah karena pada

umumnya nilai uang yang disimpan ditempatkan pada suatu tempat tertentu yang mampu diakses cepat secara *offline,* aman dan murah.

BRIZZI

Brizzi merupakan uang elektronik pengganti uang tunai yang berfungsi sebagai alat pembayaran. Uang elektronik berbasis *chip* sangat mudah digunakan untuk transaksi pembayaran di toko retail dengan menggunakan EDC atau transaksi yang membutuhkan seperti dimoda transportasi jalan tol, bus umum, parkir dll. Produk uang elektronik milik BRI ini menggunakan unregistered yang bisa diidentifikasi berdasarkan nomor pemegang kartu adalah pihak yang menggunakan uang elektronik BRI (Brizzi)**.**

Sesuai Surat Edaran (Nomor:SE.65-DIR/RPT/10.2019:2) Brizzi adalah:

a. Produk uang elektronik yang diterbitkan oleh BRI dengan menggunakan teknologi *chip,*
b. Brizzi termasuk jenis unregistered,
c. Secara umum Brizzi berbentuk kartu, namun menutup kemungkinan akan terbit model selain kartu.

Teknik Penggunaan Brizzi

Brizzi merupakan produk yang diperoleh pada Bank BRI diseluruh Indonesia. Brizzi diciptakan untuk mempermudah transaksi pembayaran secara elektronik. untuk memperoleh Brizzi dapat dilakukan pembelian pada BRI terdekat dengan harga yang sangat terjangkau dan tidak menguras isi dompet yang ingin memiliki Brizzi.

Layanan Pembayaran Brizzi

Seperti layaknya produk kartu *e-money* lainnya, kartu Brizzi dilengkapi teknologi (*Radio Frequency Identification*) RFID yang memungkinkan pengguna atau pemilik kartu untuk melakukan transaksi pembayaran dengan menempelkan kartu ke mesin pembaca dan transaksi bisa langsung diproses.

Melalui Brizzi, kita bisa melakukan berbagai jenis pembayaran dan transaksi ditempat berlogo Brizzi, seperti:

1. Pembayaran Tol.

   Cara bayar Tol dengan menggunakan Brizzi yaitu:

- Cek saldo Brizzi apakah cukup untuk perjalanan, apabila belum makan lakukan Top-Up
- Selalu bawa Brizzi pada saat perjalanan dengan saldo cukup
- Ketika masuk gerbang Tol tempelkan Brizzi direader mesin GTO
- Transaksi berhasil, saldo Brizzi akan berkurang sesuai biaya Tol kemudian pintu terbuka otomatis.

2. Pembayaran parkir TPE
   Cara bayar parkir danTPE dengan kartu Brizzi
   - Menempelkan Brizzi pada Terminal Parkir Elektronik
   - Memilih tipe atau jenis kendaraan
   - Memasukan plat nomor kendaraan serta perkiraan kamar parkir
   - Setelah munculkonfirmasi harga, pilih tanda checklist dan struk akan keluar sebagai bukti pembayaran.
3. Pembayaran transportasi umum (Kereta, Trans Metro Deli Medan dll).

   Pembayaran transportasi umum dengan menggunakan Brizzi dapat dilakukan denngan menggesek kartu Brizzi pada alat bantu yang telah disediakan di atas transportasi.
4. Pembayaran SPBU
5. Pembelanjaan toko retail (Indomaret, Alfamasrt, Alfamidi, dll).
   - Siapkan kartu dengan nominal yang cukup, kasir akan memberitahu nominal pembayaran yang harus disiapkan
   - Berikan kartu Brizzi BRI pada kasir untuk melakukan pembayaran
   - Jika berhasil, maka mesin EDC pada kasir akan mengeluarkan bukti pembayaran
   - Kasir akan memberikan barang yang telah dibeli, struk dan kartu kembali.
6. Pembayaran wahana hiburan atau restoran.

Ketentuan Penggantian Brizzi Rusak

7. Jika Brizzi sama sekali tidak bisa dibaca oleh reader/EDC,

maka Brizzi tersebut termasuk rusak.

8. Nasabah dapat mengajukan penggantian Brizzi rusak ke unit kerja BRI dan sisa saldo dikartu lama juga ikut.
9. Saldo yang diganti adalah gabungan saldo kartu dan saldo tertunda yang tercantum pada *host* bukan berdasarkan pengakuan nasabah.
10. Brizzi dengan kondisi fisik bengkok, patah, terpotong, atau sejenisnya dapat dilakukan dengan penggantian dengan syarat 16 digit nomor kartu yang terbaca dengan lengkap dan jelas serta kartu diterima oleh unit kerja.
11. Terdapat biaya bagi nasabah yang melakukan penggantian Brizzi rusak. Besaran biaya diatur pada ketentuan terpisah.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian.

Adapun hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Terdapat pengaruh *E-service quality* terhadap kepuasan Penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, KCP Kesawan Medan.

H_a : Tidak terdapat pengaruh *E-Service quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, KCP Kesawan Medan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas yakni *E-service quality* dengan variabel terikat yakni keputusan pembelian dalam hal ini keputusan penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kesawan Medan, yang beralamat di Jln. Jend. Ahmad Yani No.104, Kesawan, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Brizzi di BRI KCP

kesawan Medan yang berjumlah 600 nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Brizzi di PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kesawan Medan. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sehingga sampael 86 dengan menggunakan tipe *nonprobability sampling* dengan jenis *snowball sampling. Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan sistem jaringan responden. Mulai dari mewawancarai responden/ melakukan pembagian angket kemudian, responden tersebut akan menunjukkan responden lain dan responden lain tersebut akan menunjukkan responden berikutnya. Hal ini dilakukan secara terus menerus sampai dengan terpenuhinya jumlah anggota sampel yang diinginkan oleh peneliti. Artinya, ketika penelitian memperoleh satu orang responden yang dianggap layak sebagai sumber data, maka selanjutnya akan menggali informasi kepada responden tersebut untuk memperoleh responden yang lain sebagai sumber data selanjutnya.

Analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat berdasarkan data penelitian. Suatu perhitungan variabel disebut signifikan secara sistematis apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah krisis (daerah dimana H_0 ditolak). Namun sebaliknya disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam (daerah dimana H_0 diterima). Uji hipotesis yang dilakukan adalah sebagai berikut: Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Apakah variabel *E-service quality* mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel kepuasan penggunaan. Disebut signifikan jika hasil uji t < 0,05. Uji

ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Artinya *E-serivice quality* berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan Brizzi.
b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a diterima variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Artinya *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan Brizzi.

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur kadar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas/terikat. Nilai koefisien berkisaran anatara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 mendekati satu, maka dapat dikatakana bahwa pengaruh variabel bebas (*E-service quality*) adalah besar terhadap variabel terikat (kepuasan penggunaan). Sebaliknya jika R^2 semakin mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, merupakan Bank BUMN terbesar yang dimiliki Pemerintah Republik Indonesia. Awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia. Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang

mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960, dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru tersebut, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

BRIZZI

Sehubungan dengan adanya tuntutan kebutuhan bisnis khusunya dalam sistem pembayaran bernominal kecil (*mikro payment*) serta mendukung gerakan Nasional Non Tunai yang dirancangkan oleh Bank Indonesia, maka diperlukan pengembangan produk uang elektronik berbasis *chip*. Uang elektronik berbasis *chip* sangat mudah digunakan untuk transaksi pembayaran di toko retail dengan menggunakan EDC atau transaksi yang membutuhkan kecepatan seperti di moda transportasi jalan tol, kereta, bus umum, parkir dan lain-lain. Dengan

hadirnya uang elektronik berbasis *chip,* maka transaksi pembayaran berlangsung cepat, mudah dan aman.

- Desain kartu



Gambar 1. Desain kartu Brizzi

- Keunggulan Brizzi

1. Cara aktivasi kartu Brizzi gampang dilakukan, cukup melakukan *Top Up* pertama, kartu akan aktif secara otomatis
2. *Top Up* Brizzi dapat dilakukan secara online dengan mudah menggunakan perangkat Brizzi
3. Penggunaan dana tersedia di Brizzi tidak dikenakan biaya bunga Bank
4. Penggunaan Brizzi yang mudah cukup menempelkan kartu pada reader transaksi pembayaran selesai
5. Tidak ada biaya administrasi bulanan yang dikenakan.
6. Tidak ada batasan umur dalam kepemilikan Brizzi.

Uji Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk membuktikan hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuisoner. Hasil pengolahan data dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Liniear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	ig.
			Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.34	3.380		3.653	00
	E-Service	47	.050	.719	9.470	00

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil penelitian yang diolah dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 2. analisis data dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Rumus **Y = a+bx**

Dimana

Y = Kepuasa konsumen
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
x = *E-service quality*

Dengan hasil **Y= 12,347 + 0,437X**

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai *constanta* adalah 12,347, artinya jika tidak terjadi perubahan

variabel *E-service quality* maka kepuasan penggunaan Brizzi pada PT Bank BRI KCP Kesawan Medan sebesar 12,347.

2. Nilai koefisien *E-service Quality* adalah 0,437, artinya jika *E-service Quality* (X) meningkat sebesar 1% maka kepuasan pada Nasabah Bank BRI KCP Kesawan Medan meningkat sebesar 0,473.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk melihat pengaruh dari *E-service quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi. Untuk melihat hasil dari uji t dapat dilihat dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai $t_{tabel.}$ Nilai t_{tabel} dapat diketahui dari tabel distribusi dengan perhitungan t (a/2;n-1)= t (0,025;85)= 1,98827. Dan nilai t_{hitung} ketahui dengan perhitungan melalui SPSS, dengan hasil t_{hitung} = 9,470. Sesuai dengan kriteria:

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Artinya *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan Brizzi.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Artinya *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan Brizzi.

Pernyataan sumber dari hasil uji coba SPSS tampak pada tabel berikut:

Tabel 3.

Uji t (parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.34	38		.65	00
	E-Service	47	.5	.7	.47	00

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil penelitian yang diolah dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 3. maka variabel *E-service Quality* (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah penggunaan Brizzi (Y). Hal ini terlihat dari signifikan E-service quality (X) 0,000 < 0,05, dan nilai t_{tabel} = t (a/2;n-1)= t (0,025;85)= 1,98827. Dari perhitungan tersebut nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} (9.470 ≥ 1,98827) Hal ini terlihat dari kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya *E-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan penggunaan Brizzi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Adapun hasil dari nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719[a]	.516	.511	2.4848

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality

Sumber: Hasil penelitian yang diolah dengan SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4. diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *R Square* sebesar 0,516 dinyatakan baik, karena data dalam pengujian dapat menjelaskan keadaan dan hubungan antara variabel bersifat positif. Nilai *R square* tersebut adalah kemampuan dalam menjelaskan data, berarti variabel *E-service quality* sebagai variabel bebas dapat menjelaskan sebesar 51,6% terhadap variabel kepuasan pengguna sebagai variabel terikat. Sedangkan sisanya sebesar 48,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel kepercayaan, harga, dan promosi..

Pembahasan Hasil Penelitian

Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari variabel independen yaitu variabel *E-service Quality* pada Bank BRI KCP Kesawan Medan. Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan penggunaan Brizzi pada Bank BRI KCP Kesawan Medan.Untuk mendapatkan semua hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat dilakukan dengan bantuan SPSS dimana tabulasi jawaban responden dimasukkan pada SPSS untuk melakukan pengujian. Langkah yang dapat dilakukan yaitu membuka terlebih dahulu SPSS dan tabulasi jawaban responden setelah itu di uji secara satu persatu sesuai dengan analisis data masing masing.

Dari uji validitas X dan Y pada tabel 4.5 dan 4.6 yang diperoleh setelah menguji dengan bantuan SPSS semua item dari variabel E-service quality dan kepuasan penggunaan memperoleh hasil nilai di atas r_{tabel} dan dinyatakan valid. Sesuai dengan kriteria jika r_{hitung} > dari r_{tabel} maka dinyatakan valid, dan begitu sebaliknya. Untuk mendapatkan hasil nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui distribusi r_{rabel} dengan menggunakan df=N-2 artinya, N=jumlah sampel dan 2=yang ditetapkan distribusi pada

umumnya. Pada uji validitas tingkat terendah dari *E-service quality* yaitu 0,450 sampai dengan 0,726 dan dengan validitas kepuasan penggunaan (Y) yaitu 0,481 sampai dengan 0,698. Dengan hasil yang didapat disimpulkan bahwa seluruh uji validitas lebih besar dari r_{tabel} (0,2120). Selanjutnya pada uji reliabilitas baik hasil reliabilitas X maupun reliabilitas Y pada tabel 4.7 dan 4.8 menunjukkan hasil yang reliabel dengan pengujian secara bersama sama dari keseluruhan item pertanyaan. Dimana kriteria, jika hasil reliabilitas lebih besar dari *Cronbach Alpha* maka dinyatakan reliabel begitu sebaliknya, dari pengaruh *E-service quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi.

Hasil uji asumsi klasik keseluruhan yang didapat menunjukkan bahwa uji normalitas dan uji heteroskedastisitas secara umum normal pada pengaruh *E-service quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi. Hal yang dapat dianalis apakah normal atau tidak dapat lihat pada tabel 4.34 dimana hasil perhitungan bantuan SPSS memberi hasil normalitasnya dengan kriteria jika hasil normalitas > 0,05 maka hasil dinyatakan normal begitu sebaliknya. Dengan hasil *Kolmogorov-smirnov* **Asymp. Sig. (2-tailed)** dengan hasil 0,06 menunjukkan bahwa asumsi klasik normal terhadap variabel kepuasan (0,06 ≥ 0,05). Dengan melihat pada tabel 4.34 serta pada gambar 4.3 dengan kiteria Melihat *Normal Probability Plot* akan membentuk garis diagonal. Apabila ditribusi normal maka *p-plot* data akan mengikuti garis diagonal. Selanjutnya pada gambar 4.4 dengan heteroskedastisitas dengan kriteria Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk uji hipotesis saya mulai dari perhitungan uji regresi linear sederhana dengan hasil perhitungan dengan nilai *constanta* sebesar 12,347 dan nilai koefisien sesar 0,437 dan memenuhi standar dasar pengambilan keputusan. Selanjutnya dengan pengujian parsial (uji t) dapat dijelaskan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Dengan menggunakan perbandingan antara t_{hitung} 9,470 > dari t_{tabel} 1,98827 sehingga dapat diketahui bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya *E-service* quality sebagai variabel bebas sacara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Brizzi. Berdasarkan hasil uji t ditunjukkan bahwa variabel *E-service Quality* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna yang dibuktikan dengan nilai

signifikan 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-service Quality* memang merupakan salah satu penyebab mengapa para pengguna puas. Selanjutnya dari hasil uji determinasi R memperoleh nilai *R square* sebesar 0,516 dan dinyatakan baik karena data menjelaskan keadaan dan hubungan antara variabel bersifat positif.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nur Fitri Partiwi (2015) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan memiliki pengaruh yang baik terhadap minat konsumen menggunakan Brizzi. Selain itu, oleh peneliti Dewi Rinjani (2019) yang menyatakan bahwa *E-service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dalam penggunaan Brizzi. Dan Dimas Setio Wibowo juga melakukan penelitian yang menyatakan bahwa Faktor-Faktor yang mempengaruhi permintaan kartu Brizzi yaitu promosi dan keamanan. Kedua hal tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan kartu Brizzi.

Angka-angka dari hasil uji menjukkan bahwa setiap pernyataan yang digunakan untuk mengukur hubungan antara *E-service Quality* dengan kepuasan pengguna sudah mewakili persetujuan responden bahwa yang membuat mereka puas terhadap produk Brizzi adalah *E-service Quality*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Bank BRI KCP Kesawan Medan, peneliti mengambil keputusan dari penelitian mengenai Pengaruh *E-service Quality* terhadap kepuasan penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, KCP Kesawan Medan. Dengan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *E-service Quality* berpengaruh berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI KCP Kesawan Medan dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t). Nilai positif dan lebih besar dari nilai t_{tabel} yang telah ditentukan pada signifikan 0,05%. Hal ini ditunjukkan dengan dengan nilai t_{hitung} (9,470) > dari nilai t_{tabel} (1,98827) dengan signifikan 0,00. Maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel *E-service Quality* dengan Kepuasan Nasabah penggunaan Brizzi dan menunjukkan signifikan.

Rekomendasi Kebijakan

Saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil pembahasan penelitian adalah :

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-service quality* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Brizzi. Untuk itu Bank BRI KCP Kesawan Medan disarankan agar terus meningkatkan Kualitas Pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, seperti dengan memberikan pelayanan yang cepat, bersedia menanggapi permintaan nasabah dan memberikan informasi yang jelas, karena hal ini merupakan faktor-faktor yang harus diberikan kepada nasabah dalam hal pelayanan.
2. Selain itu Pihak BRI dapat meningkatkan kualitas Brizzi serta manfaat yang lain untuk meningkatkan daya tarik nasabah terhadap penggunaan Brizzi.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain serta memperluas ruang lingkup penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Kasmir, (2017), "*Customer Services Excellent*", Cetakan 1, Ed 1, Rajawali, Jakarta.

Malau, Herman, (2018), "Manajemen Pemasaran", Alfa Beta, Bandung

Noor, Juliansyah, (2011). Metodologi Penelitian, Edisi 1, Kencana, Jakarta.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, (2019). Surat Edaran Nomor: SE. 65 – DIR/RPT/10/2019 Tentang BRIZZI, Model 54, www.bri.co.id

Siagian, Nalom, (2021), Statistik Dasar, Kultura Media, Surakarta

Siagian, Nalom, (2022), Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat, Literasi Nusantara Abadi.

Siagian, Nalom, (2024), Analisis Kualitas Produk dan Minat Berwirusaha dalam Rangka Pengembangan Usaha Batik Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Onan Ganjang Kabupaten Humbang Hasundutan, JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) (eISSN: 2614-8854) Volume 7, Nomor 3, Maret 2024 (3154-3161).

Sugiyono, (2019), "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif", Alfabeta Bandung.

Suparman, Vina Islani, Et Al, (2019). "*Service Excelle*", Edisi 1, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, (2019). "*Service Quality* Dan *Satisfaction*", Edisi 4, ANDI, Yogyakarta.

_____, dan Anastasia Diana, (2020). "Kepuasan Pelanggan- Konsep Pengukuran dan Strategi", Edisi 1, ANDI, Yogyakarta

Wibowo, Ari Herianto, (2017). "Pelayanan Konsumen", Parama Publishing, Yogyakarta

Winarni, Endang Widi, (2018),"Teori dan Pratik Penelitian kuantitatif Kualitatif", Edisi 1, Bumi Aksara, Jakarta.

Yusuf, A Muri, (2014). "Metodologi Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, Dan Penelitian Gabungan", Edisi 1, Kencana, Jakarta.

Hendarsyah, Decky, (2016). "Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Volume 5, Nomor 1, hal 9, STIE Syariah Bengkalis, Riau.