

Keputusan Masyarakat Pengguna Jasa Layanan Keuangan Agen Perbankan Pemerintah

Widiya Avianti^{1*}, Dimas Hendrawan²

^{1,2} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti, Indonesia
E-mail: wdythea@gmail.com^{1*}, hendrawandimas0@gmail.com²

Article History:

Received: 28 Agustus 2025

Revised: 30 Oktober 2025

Accepted: 16 November 2025

Keywords:

Kualitas
Pelayanan, Lokasi Usaha,
Keputusan Penggunaan Jasa

Abstract: *A change in the number of transactions occurring at BRILink Rei Cell indicates that there are differences in consumers' decisions to use the service, which can be influenced by various factors, such as service quality and business location. This study uses a quantitative method, which consists of verifiable and descriptive types. This study involved 96 respondents, and the accidental sampling technique was used. The results show that, both partially and simultaneously, service quality and business location influence the decision to use BRILink Rei Cell services. This is indicated by a t-test significance value greater than 0.05 and a calculated F value greater than the table F value. The results show that improving service quality and business location can increase the choice of using services at BRILink Rei Cell. Therefore, BRILink Rei Cell is advised to consider improving both qualities so that more people will use their services.*

PENDAHULUAN

Akses layanan keuangan merata adalah suatu hal yang penting dalam mendukung perkembangan ekonomi berkelanjutan. Di Indonesia, berbagai program terus dijalankan untuk memperluas jangkauan layanan keuangan kepada masyarakat. Sebagai bentuk dukungan terhadap program pemerintah, Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang merupakan salah satu bank milik negara terbesar di Indonesia, menghadirkan layanan BRILink pada tahun 2015 (Marpaung et al., 2022). Layanan BRILink beroperasi berdasarkan aturan yang telah ditetapkan oleh pihak berwenang. Regulasi utama yang menjadi acuan adalah Peraturan OJK Nomor 19/POJK.03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam rangka Keuangan Inklusif. Melalui BRILink, BRI menggandeng agen sebagai mitra untuk memberikan layanan perbankan di wilayah-wilayah yang sulit dijangkau kantor cabang (Rokhmat et al., 2024).

Layanan ini juga berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan serta Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Kedua undang-undang tersebut menjadi dasar hukum yang memperkuat legalitas dan struktur operasional BRILink, sekaligus memastikan bahwa layanan ini berjalan sesuai aturan, melindungi nasabah, dan memberikan akses keuangan yang lebih merata bagi masyarakat luas (Rokhmat et al., 2024).



Sumber : (Laba et al., 2024)

Gambar 1 Pertumbuhan Agen BRILink

Meskipun jumlah agen BRILink terus meningkat dan sudah mencakup ribuan desa, banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memanfaatkan layanan ini. Keputusan pembelian atau penggunaan jasa dalam melakukan transaksi adalah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha jasa agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Proses ini merupakan bagian dari psikologi konsumen, yang membantu menjelaskan bagaimana seseorang akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk atau layanan (Ridzwan et al., 2021).

Keputusan untuk bertransaksi baik itu pembelian ataupun penggunaan jasa biasanya terbentuk dari pengalaman konsumen itu sendiri, mulai dari proses mengenal, memilih, menggunakan, hingga akhirnya berhenti menggunakan produk tersebut (Rokhmat et al., 2024). Menurut Tjiptono (2008) dalam Ridzwan et al. (2021) salah satu faktor yang mempengaruhi dalam bertransaksi adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai usaha untuk memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan untuk bertransaksi yaitu lokasi. Lokasi memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan strategi pemasaran maupun operasional suatu usaha. Keputusan dalam memilih lokasi akan berdampak pada berbagai aspek, seperti kemudahan akses, tingkat keterlihatan usaha, hingga persaingan di sekitarnya. Penempatan Agen BRILink di lokasi yang tepat dan strategis dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut dan mendorong pertumbuhan jumlah nasabah (Polapa et al., 2024). Karena itu, penting untuk memahami sejauh mana faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan Lokasi dapat memengaruhi keputusan masyarakat (Pitaloka & Avianti, 2023) dalam menggunakan layanan BRILink, khususnya di tempat tertentu seperti yang dikaji

Tabel 1 Jumlah Transaksi BRILink Rei Cell Cabang Patrol

Bulan (2024-2025)	Jumlah Transaksi	Keterangan
November	7.296	-
Desember	7.115	Terjadi penurunan dari bulan sebelumnya
Januari	6.260	Terjadi penurunan daari bulan sebelumnya
Februari	6.590	Terjadi kenaikan dari bulan sebelumnya
Maret	5.871	Terjadi penurunan dari bulan sebelumnya
April	6.131	Terjadi kenaikan dari bulan sebelumnya

Sumber : Loker BRILink Rei Cell Cabang Patrol

dalam penelitian ini yaitu BRILink Rei Cell cabang Patrol.

Tidak banyak penelitian sebelumnya telah dilakukan mengenai hubungan antara lokasi bisnis dan kualitas pelayanan dengan keputusan untuk menggunakan jasa BRILink. Karena itu, penelitian ini mengambil latar belakang Kp. Patrol Desa Lebakwangi Kecamatan Arjasari, yang memiliki demografi, perilaku pelanggan, dan akses ke layanan keuangan yang unik. Ada keyakinan bahwa kondisi sosial dan ekonomi masyarakat lokal dapat memengaruhi kinerja layanan BRILink. Fakta-fakta ini harus dipelajari lebih lanjut untuk menentukan apakah faktor-faktor kualitas pelayanan dan lokasi usaha memengaruhi keputusan masyarakat untuk bertransaksi (Avianti & Yusnita, 2023).

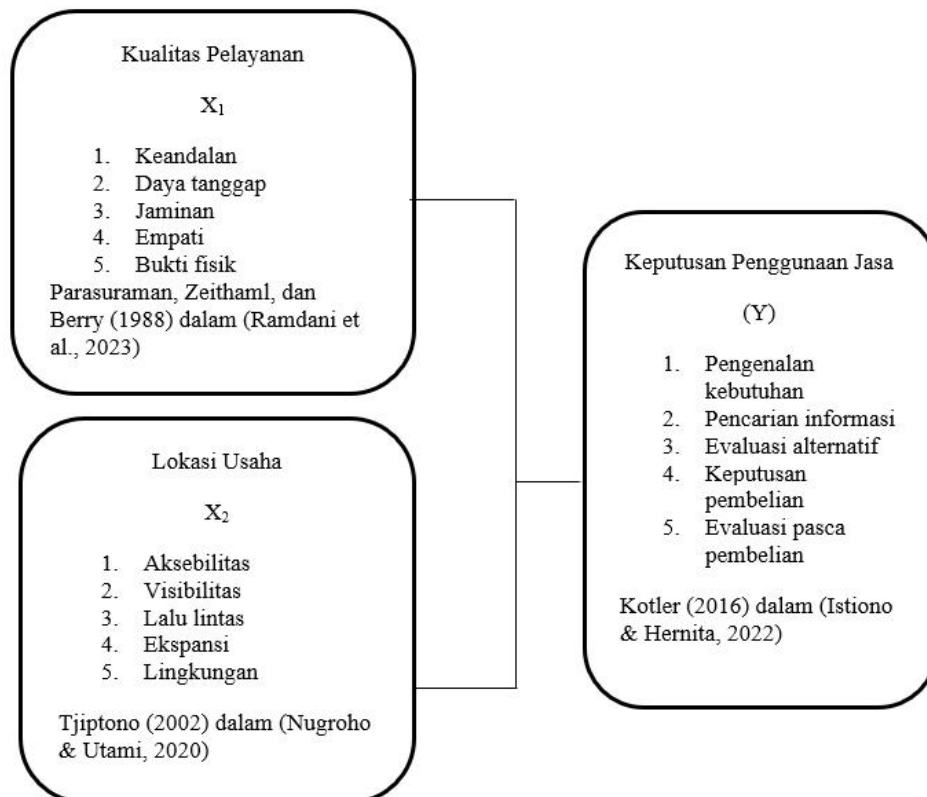
LANDASAN TEORI

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan suatu jasa. Menurut Lovelock & Wright (2007) dalam Woen & Santoso (2021) ketika perusahaan mampu memberikan layanan yang baik kepada konsumennya, hal tersebut akan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi, sekaligus mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam Ramdani et al. (2023), untuk menerapkan konsep kualitas layanan atau service quality, terdapat lima dimensi utama yang menjadi tolok ukur keberhasilan pelayanan jasa yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), bukti fisik (tangible). Hal ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya dari Ridzwan et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka akan meningkatkan jumlah transaksi di agen BRILink.

Lokasi usaha yang strategis dapat meningkatkan kemudahan akses bagi konsumen dan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam Handayani (2025) menegaskan bahwa strategi penempatan lokasi memiliki peran penting dalam memastikan produk dapat dijangkau dan tersedia di pasar pada waktu dan tempat yang tepat. Dalam konteks penggunaan jasa, hal ini menandakan semakin strategis lokasi usaha, semakin tinggi kemungkinan konsumen dalam menggunakan jasa. Menurut Tjiptono (2002) dalam Nugroho & Utami (2020) terdapat beberapa dimensi yang menjadi tolak ukur dalam menentukan lokasi usaha, diantaranya aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, ekspansi dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Biantoro (2021) dalam hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin strategis lokasi, semakin baik juga terhadap keputusan pembelian dan ketika lokasi kurang strategis maka semakin lemah terhadap keputusan pembelian.

Memberikan kualitas pelayanan yang baik serta menempatkan lokasi usaha di tempat yang strategis akan memicu tingkat penggunaan jasa yang tinggi. Kotler dan Keller (2016) dalam Solehudin et al. (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari elemen bauran pemasaran (marketing mix), khususnya dalam aspek distribusi produk atau jasa kepada konsumen. Menurut Kotler (2016) dalam Istiono & Hernita (2022) dimensi perilaku dalam proses keputusan penggunaan jasa dapat dianalisis melalui beberapa tahapan, diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, evaluasi pasca pembelian. Berdasarkan kajian literatur berkaitan dengan variabel X_1 , X_2 dan Y maka kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpotensi memberikan pengaruh

terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan jasa BRILink Rei Cell. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keputusan penggunaan jasa.



Sumber : Olah Data Peneliti 2025

Gambar 2 Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2018) dalam Asri & Julisman (2022) metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu variabel secara mandiri, baik satu maupun lebih, tanpa melakukan perbandingan atau mencari hubungan antar variabel. Sementara itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya melalui penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu. Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan ciri tertentu, yang oleh peneliti dijadikan sebagai dasar untuk diteliti lebih lanjut (Harnani et al., 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi di agen BRILink. Dalam penelitian ini digunakan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, karena proporsi populasi belum diketahui maka proporsi keberhasilan dalam populasi diasumsikan sebesar 0,5, dengan tingkat kepercayaan 95% sehingga didapat nilai Z sebesar 1,96, maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2) 0,5 \cdot 0,5}{0,01}$$

n = 96,04

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 96 responden. Jumlah ini dianggap memadai untuk menggambarkan kondisi populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini disampaikan paparan hasil data yang diperoleh serta analisis atau interpretasi dari hasil tersebut berdasarkan metode penelitian yang telah digunakan

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Pearson (*Product Moment*)

Correlations				
		Kualitas Pelayanan	Lokasi Usaha	Keputusan Penggunaan Jasa
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,453**	,493**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	96	96	96
Lokasi Usaha	Pearson Correlation	,453**	1	,387**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	96	96	96
Keputusan Penggunaan Jasa	Pearson Correlation	,493**	,387**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil olah data penulis 2025

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai pearson correlation sebesar 0,493 yang berada pada interval 0.40 – 0.599 dan nilai Sig. (2–tailed) 0,000 < 0,05, yang artinya terdapat hubungan terdapat hubungan positif yang cukup dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan jasa.
2. Variabel lokasi usaha memiliki nilai pearson correlation sebesar 0,387 yang berada pada interval 0.20 – 0.399 dan nilai Sig. (2–tailed) 0,000 < 0,05, yang artinya terdapat hubungan positif yang lemah namun signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan jasa.

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,416	1,839		4,031	,000
	<u>Kualitas Pelayanan</u>	,339	,084	,400	4,044	,000
	Lokasi Usaha	,210	,101	,206	2,079	,040

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber : Hasil olah data penulis 2025

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 7,416 + 0,339 X_1 + 0,210 X_2$$

Data tersebut merepresentasikan bahwa :

Nilai konstanta 7,416 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan lokasi usaha memiliki nilai konstanta 0 maka nilai keputusan penggunaan jasa adalah 7,416. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah 0,339, yang menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1%, nilai keputusan penggunaan jasa akan meningkat 0,339.

Uji parsial (t) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat. Nilai T tabel diperoleh dari tabel distribusi T dengan taraf kesalahan sebesar 5% dan $df (n (96) - k(2) - 1) = 93$ untuk pengujian dua pihak (*two tailed*) diperoleh nilai T tabel sebesar 1,661.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (t)

Table 1. Univariate Analysis (t)						
		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,416	1,839		4,031	,000
	<u>Kualitas Pelayanan</u>	,339	,084	,400	4,044	,000
	<u>Lokasi Usaha</u>	,210	,101	,206	2,079	,040

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber : Hasil olah data 2025

1. Kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} ($4,044 > 1,661$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
2. Lokasi usaha memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} ($2,079 > 1,661$) dan nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan penggunaan jasa.

Selanjutnya, tabel distribusi F dengan taraf kesalahan 5%, dengan jumlah variabel bebas (df_1) sebanyak 2, dan $df_2 = (n (96) - k(2) - 1) = 93$ untuk pengujian dua sisi, nilai F_{tabel} adalah 3,094.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	336,450	2	168,225	17,812	,000 ^b
	Residual	878,353	93	9,445		
	Total	1214,803	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

b. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil olah data 2025

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan persentase hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam hal ini kualitas pelayanan dan lokasi usaha; hasilnya menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga variabel kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh

signifikan secara bersamaan terhadap variabel keputusan penggunaan jasa.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,277 menunjukkan bahwa lokasi usaha dan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 27,7% terhadap keputusan penggunaan jasa; variabel lain di luar penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 72,3%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas

Tabel 6. Hasil Uji Koefien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 ^a	.277	.261	3,07322

a. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil olah data 2025

pelayanan BRILink Rei cell cabang patrol Kabupaten Bandung memiliki nilai rata-rata 4,14, yang berada pada tingkat yang lebih rendah daripada rata-rata.

Penilaian variabel lokasi usaha BRILink Rei cell cabang patrol Kabupaten Bandung oleh reponden memiliki nilai rata-rata 3,75 yang berada pada interval 3,40–4,19 yang termasuk ke dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap variabel yang diukur. Penilaian variabel keputusan penggunaan jasa BRILink Rei cell cabang patrol Kabupaten Bandung juga memiliki nilai rata-rata 4,18 yang berada pada interval 3,40–4,19 yang termasuk ke dalam kategori tinggi, yang menunjuk

Berdasarkan hasil olah data pada uji t, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai T hitung > T tabel ($4,044 > 1.661$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya keputusan pada hipotesis ini yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga berdasarkan kriteria pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung. Variabel lokasi usaha memiliki nilai T hitung > T tabel ($2,079 > 1.661$) dan nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ artinya keputusan pada hipotesis ini yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga berdasarkan kriteria pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung. Selanjutnya hasil pengolahan data menyatakan bahwa nilai F hitung > F tabel ($17,812 > 3,094$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan penggunaan jasa. Hasil perhitungan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa $R^2 = 0,277$, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi bisnis mempengaruhi variasi keputusan penggunaan jasa di BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung sebesar 27,7%, dan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi 72,3% dari total.

Hasilnya menunjukkan bahwa jika lokasi bisnis dan kualitas pelayanan baik, keputusan untuk menggunakan jasa akan lebih baik atau lebih baik. Ketika bisnis dapat memberikan layanan yang baik kepada pelanggannya, pelanggan akan kembali membeli sesuatu dari perusahaan tersebut, menurut Lovelock & Wright (2007) dalam Woen & Santoso (2021). Menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam Handayani (2025), strategi penempatan lokasi sangat penting untuk menjamin bahwa produk dapat dijangkau dan tersedia di pasar pada saat yang tepat. Dalam hal penggunaan jasa, ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi bisnis, semakin besar kemungkinan pelanggan akan menggunakan jasa tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Ridzwan et al., 2021), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan sangat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sesuatu. Dengan cara yang sama, penelitian yang dilakukan oleh Biantoro (2021) menemukan bahwa lokasi bisnis memengaruhi keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Kualitas layanan yang diberikan oleh BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung sangat baik. Responden paling suka kualitas pelayanan BRILink Rei Cell Cabang Patrol karena petugas selalu rapi dan sopan. Lokasi bisnis BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung termasuk dalam kategori tinggi (baik). Menurut responden, lokasi ini dianggap memiliki hubungan dengan lingkungan sekitar yang bersih dan rapi. Keputusan responden tentang menggunakan layanan BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung termasuk dalam kategori tinggi (baik). Lokasi bisnis BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung menerima nilai tertinggi, yang berarti bahwa saya merasa puas setelah menggunakan layanan BRILink Rei Cell. Lokasi bisnis dan kualitas layanan BRILink Rei Cell Cabang Patrol Kabupaten Bandung memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara parsial maupun secara bersamaan, terhadap keputusan mereka untuk menggunakan layanan BRILink Rei

DAFTAR REFERENSI

- Asri, S. K., & Julisman, I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Philips terhadap Minat Beli Konsumen pada Yogya Grand Majalengka. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 282–287.
- Avianti, W., & Yusnita, M. T. (2023). Implementasi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Diuk Coffee and Eatery Purwakarta. *Bulletin of Management and Business*, 4(1).
- Biantoro, R. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(1), 40–49.
- Handayani, P. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Anggota KPRI “Serba Usaha” Kecamatan Kota Sumenep . Universitas Trunojoyo Madura.
- Harnani, N., Amijaya, D. T., & Ahmadi, R. S. (2024). Kejenuhan Belajar Pengaruhnya terhadap Minat Belajar Mahasiswa Selama Pandemi Covid 19. *Techno-Socio Ekonomika*, 17(1), 61–71.
- Istiono, D., & Hernita, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Studi JNE Kabupaten Majalengka. *Jurnal Daya Saing*, 8(2), 271–276.
- Laba, Y., Kurniawan, A. P., & Meylano, N. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Agen BRILink Gratia di Kecamatan Nita Kabupaten Sikka. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 2(2), 54–65.
- Marpaung, J. E. P., Suharjo, B., & Asnawi, Y. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Petugas Agen Brilink (PAB) Terhadap Loyalitas Agen Brilink. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 144–158.
- Nugroho, N. T., & Utami, I. W. (2020). Pengaruh Modal, Lokasi Usaha, dan Kondisi Tempat Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang. *Excellent*, 7(1), 69–75.
- Pitaloka, E., & Avianti, W. (2023). Finance Peningkatan Pemahaman Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM Binaan Kedaireka: Edukasi Pelaku UMKM Binaan Kedaireka dari Aspek

-
- Manajemen Keuangan Usaha. Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Nusantara (JPPNu), 5(1), 8–15.
- Polapa, M. I., Boku, Z., & Lukum., A. (2024). Pengaruh Lokasi Dan Produk Terhadap Pendapatan Agen BRILink Pada Kabupaten Gorontalo. *Jambura Accounting Review*, 5(2), 132–144.
- Ramdani, A., Ningrat, N. K., & Hilman, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan pada Cafe Thsub Melalui Pendekatan Service Quality (Servqual) di Banjarsari Kabupaten Ciamis. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 1(1), 70–76.
- Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(1), 57–67.
- Rokhmat, K., Wahana, A., & ... (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus : Agen Brilink di Kecamatan Bulakamba). *Jurnal Ilmiah ...*, 2(4), 1072–1085.
- Solehudin, Hasan, H., Santosa, B., Utama, F. Y., Rahayu, I. A., Suprpto, A., Syofya, H., Wulandari, R., & Andaria, A. C. (2024). Dasar Kewirausahaan. *Cendekia Mulia Mandiri*.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146–163.