

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK BRILINK (STUDI KASUS KARYAWAN PT. TORGANDA
PERKEBUNAN KARYA PERDANA KECAMATAN
TAMBUSAI UTARA KABUPATEN ROKAN HULU
PROVINSI RIAU)**

SKRIPSI

OLEH :

**ROBERTUS SEPIANUS GIAWA
218320124**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/8/26

Access From (repositori.uma.ac.id) 4/8/26

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK BRILINK(STUDIKASUS KARYAWAN PT. TORGANDA
PERKEBUNAN KARYA PERDANA KECAMATAN
TAMBUSAI UTARA KABUPATEN ROKAN HULU
PROVINSI RIAU)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**ROBERTUS SEPIANUS GIAWA
218320124**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/8/26

Access From (repositori.uma.ac.id)4/8/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau)

Nama : Robertus Sepianus Giawa

NPM : 218320124

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Disetujui Oleh:


(Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, M.M.)

Pembimbing


(Ahmad Rafiki, BBA., MMgt, Ph.D)

Pemanding

Mengetahui:



(Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, S.E., M.Si.)

Dekan


(Dr. Fitriani Tobing S.E., M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk BRilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau" yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 Maret 2026



Robertus Sepianus Giawa
218320124

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robertus Sepianus Giawa
Npm : 218320124
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk BRilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau" Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di Medan

Pada tanggal : 16 Maret 2026

Yang menyatakan,



Robertus Sepianus Giawa

RIWAYAT HIDUP

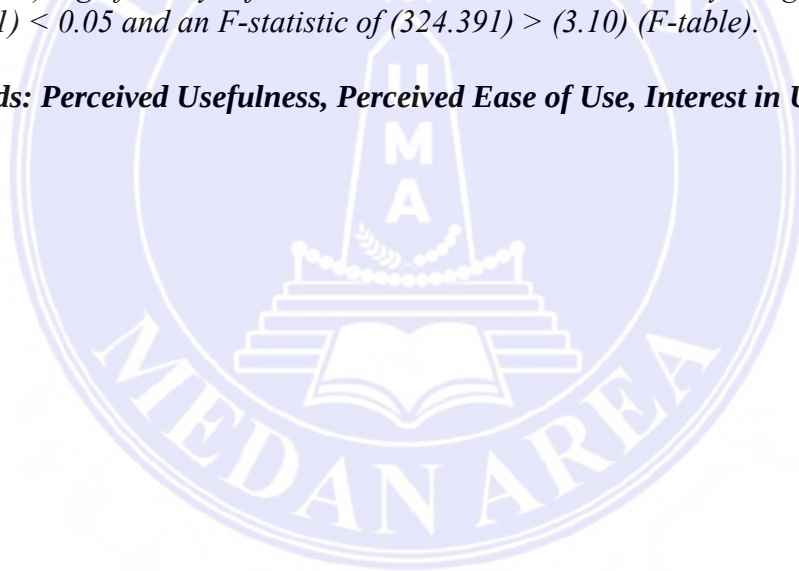


Nama	Robertus Sepianus Giawa
NPM	218320124
Tempat, Tanggal Lahir	Hilimbowo, 17 September 2002
Nama Orangtua:	
Ayah	Nifaogeli Giawa
Ibu	Yaniria Halawa
Riwayat Pendidikan	
SMP	SMP S Yadika Karya Perdana
SMA/SMK	SMA N 1 Tambusai Utara
Riwayat Studi di Uma	
Pengalaman Kerja	
No HP/WA	082283236085
Email	giawarobertus@mail.com

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on customer interest in using BRILink products. This research was conducted as a case study on employees of PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana, North Tambusai District, Rokan Hulu Regency, Riau Province. The research employs a quantitative method. The population includes all employees of PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana who utilize BRILink, with a sample size of 86 respondents selected through a probability sampling technique using accidental sampling. Data were analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression with a significance level of 0.05. The results of the study demonstrate that: (1) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on Interest in Use, indicated by a significance value of $(0.001) < 0.05$ and a t -statistic of $(5.873) > (1.663)$ t -table. (2) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Interest in Use, evidenced by a significance value of $(0.001) < 0.05$ and a t -statistic of $(5.381) > (1.663)$. (3) Simultaneously, Perceived Usefulness (X_1) and Perceived Ease of Use (X_2) significantly influence Interest in Use, as shown by a significance value of $(0.001) < 0.05$ and an F -statistic of $(324.391) > (3.10)$ (F -table).

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Interest in Use.



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau yang menggunakan BRilink, dan penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel adalah teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel 86 responden. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif dan analisis linear berganda dengan tingkat signifikan 0,05 dan mendapatkan hasil (1) Persepsi Manfaat berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Minat Menggunakan, Hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,001) < 0,05$ dan t-hitung $(5,873) >$ dibandingkan t-tabel $(1,663)$. (2) Persepsi Manfaat berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Minat Menggunakan, Hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,001) < 0,05$ dan t-hitung $(5,381) >$ dibandingkan t-tabel $(1,663)$. (3) Persepsi Manfaat (X1), dan Persepsi Manfaat (X2) secara serempak adalah signifikan terhadap Minat Menggunakan, Hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,001) < 0,05$ dan f-hitung $(324,391) >$ dibandingkan f-tabel $(3,10)$.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia kesehatan dan kebijaksanaan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini berjudul **Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau.**

Penelitian ini merupakan penugasan akhir untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana dan meraih gelar sesuai jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Kemudian ucapan terimakasih yang special penulis sampaikan kepada orangtua tercinta Bapak Nifaogeli Giawa dan Ibu Yaniria Halawa, keempat saudara kandung penulis dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, motivasi dan dukungan, baik secara materi maupun non-materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area. Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Sari Nuzulina Rahmadhani, S.E. Ak, M.Acc., selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Fitriani Tobing S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
5. Bapak Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM., Selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), Mmgmt, Ph.D, CIMA., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan serta arahan kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Alfito, SE, M.Si., selaku dosen sekretaris yang juga memberikan saran, arahan serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis yang juga senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih juga terkhusus kepada kedua kakak penulis kak Ledis dan kak Maris yang selalu support dan selalu menyemangati penulis serta selalu membantu mencukupkan biaya kuliah dari awal masuk hingga sampai selesai.
10. Sahabat OASIS yang sangat penulis kasihi, Abang dan kakak Rohani penulis kak Dessy, Bg richard, Bg Romi, dan Bg Alvaro dan juga buat Pak Gembala dan Ibu Gembala yang selalu membantu melalui doa, semangat, dan peduli kepada penulis beserta seluruh jemaat JKI *Green Pastures*.

11. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada penulis yaitu diriku sendiri, Robertus Sepianus Giawa. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski semua hal tidak berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah seringkali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga kedepannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Medan, 16 Maret 2026
Penulis,



Robertus Sepianus Giawa

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Minat Penggunaan	12
2.1.1 Pengertian Minat Penggunaan	12
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan	13
2.1.3 Indikator Minat Penggunaan	14
2.2 Persepsi Manfaat	15
2.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat	15
2.2.2 Indikator Persepsi Manfaat.....	16
2.3 Persepsi Kemudahan	16
2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan	16
2.3.2 Indikator-indikator Persepsi Kemudahan	17
2.4 Penelitian Terdahulu.....	18
2.5 Kerangka Konseptual	21
2.6 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2.1 Lokasi Penelitian	24
3.2.2 Waktu Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	25
3.4 Defenisi Operasional	27
3.5 Skala Pengukuran Data.....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.6.1 Wawancara	28

3.6.2	Kuesioner.....	28
3.7	Jenis dan Sumber Data	29
3.7.1	Jenis Data.....	29
3.7.2	Sumber Data	29
3.8	Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.8.1	Uji Validitas.....	30
3.9	Uji Asumsi Klasik	32
3.9.1	Uji Normalitas	32
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	33
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	33
3.10	Teknik Analisis Data	33
3.10.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.10.2	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.10.3	Uji Hipotesis	34
3.10.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1	Gambaran Umum PT.Torganda Perkebunan Karya Perdana	37
4.2	Hasil Penelitian	38
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden	38
4.2.2	Analisis Karakteristik Responden	39
4.3	Deskriptif Variabel.....	40
4.3.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Manfaat (X1).....	41
4.3.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X2). 45	
4.3.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat Menggunakan (Y) ... 49	
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.1	Uji Normalitas	53
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	55
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.4.4		56
4.5	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.6	Pengujian Hipotesis	58
4.6.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	58
4.6.2	Uji Signifikansi Serempak (Uji F).....	59
4.6.3	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.7	Pembahasan.....	61
4.7.1	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan	61
4.7.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	64
	DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peningkatan jumlah kantor bank umum	2
Tabel 1.2	Jumlah Agen BRILink di Indonesia.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian.....	24
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.3	Instrumen Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.5	Uji Validitas	30
Tabel 3.6	Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.1	Distribusi Jawaban Usia.....	39
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Manfaat (X1)	41
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X2)	45
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat Menggunakan (Y)	49
Tabel 4.6	Uji Kolmogorof-Smirnov.....	55
Tabel 4.7	Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	55
Tabel 4.8	Hasil Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.9	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	59
Tabel 4.10	Hasil Uji F Signifikansi Serempak (Uji-F)	60
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Volume dan Nilai Transaksi BRilink Di indonesia (2016 – 2019)..	4
Gambar 1.2	Data Transaksi Nasabah Brilink di PT.Torganda Karya Perdana.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1	Logo Perusahaan PT.Torganda	38
Gambar 4.2	Uji Normalitas dengan Histogram	53
Gambar 4.3	Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	54
Gambar 4.4	Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i>	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: KUESIONER	70
Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian.....	70
Lampiran 3: Hasil Pengolahan Data	77
Lampiran 4: Surat Izin Riset	86
Lampiran 5: Surat Persetujuan Riset.....	87
Lampiran 6: Surat Pengantar Selesai Riset	88
Lampiran 7: Surat Selesai Riset	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi bisnis di Indonesia saat ini mengalami peningkatan dibandingkan sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari optimisme pelaku bisnis dan dari jumlah Indeks Tendensi Bisnis yang meningkat sebesar 106 dibandingkan sebelumnya sebesar 101. Dengan kondisi tersebut, para pelaku bisnis akan terus meningkatkan volume bisnisnya sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Selain memperhatikan fokus bisnisnya, para pelaku bisnis juga harus memperhatikan ketatnya persaingan pada bisnis yang dijalankan. Peningkatan kondisi bisnis terjadi terutama pada sektor keuangan dan properti sementara kondisi terendah terjadi pada sektor pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan (Anwar, 2021).

Seiring berjalannya era globalisasi seperti saat ini, munculnya banyak pesaing menuntut setiap pelaku bisnis untuk selalu berupaya agar bisnis yang dijalankan tetap dapat bertahan sehingga tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Upaya ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien, sampai dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat.

Menurut (Masan et al., 2023) Strategi pemasaran adalah alat dasar yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan mencapai pengembangan keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui pasar, pasar yang di dalamnya ia berpartisipasi dan program-program yang digunakan untuk

melayani pasar sasarannya.

Dalam menghadapi persaingan, setiap pelaku bisnis menerapkan strategi pemasaran yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan bidang bisnis yang dijalankan. Tidak terkecuali dengan bisnis perbankan. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit atau pinjaman (Suryana & Susanto, 2022). Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan bank untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan membuat persaingan pada bisnis perbankan terus meningkat, baik pada produk maupun layanan perbankan yang ditawarkan. Banyak produk dan layanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Tabel 1.1
Peningkatan jumlah kantor bank umum

Tahun	2020	2023
Jumlah kantor bank	7.556	8.523

Sumber: Yuniarsih et al (2024)

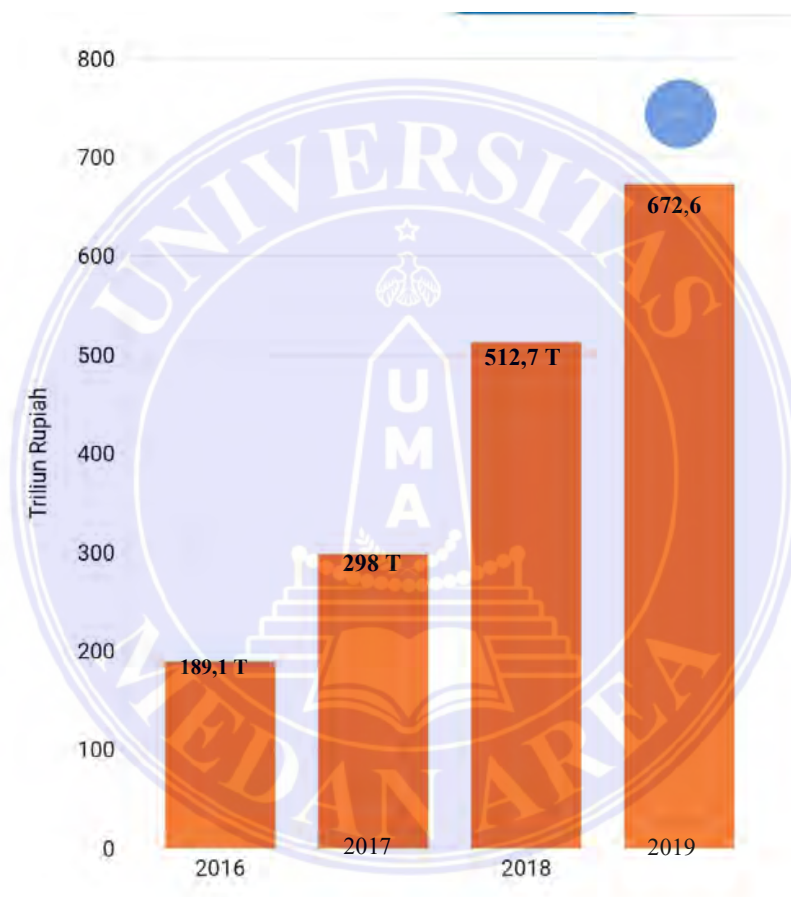
Berdasarkan Tabel di atas, peningkatan jumlah kantor bank umum juga terjadi pada tahun 2020 sebesar 7.556 dan pada tahun 2023 terjadi kenaikan sebesar 967 menjadi 8.523 (Yuniarsih *et al*, 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis perbankan terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai layanan transaksi perbankan.

Salah satu perbankan yang berdiri di Indonesia adalah Bank Rakyat Indonesia atau BRI. BRI adalah salah satu bank terkemuka di Indonesia yang memiliki beberapa keunggulan. Salah satu keunggulan BRI yang menjadikannya salah satu bank terkemuka di Indonesia yaitu, BRI memiliki jaringan layanan yang sangat luas, dengan lebih 8.523 unit kantor yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk daerah terpencil. Hal ini memungkinkan BRI untuk menjangkau masyarakat yang belum terlayani oleh layanan perbankan, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Keunggulan ini didukung oleh komitmen BRI dalam menyediakan akses layanan keuangan yang lebih baik bagi masyarakat, serta fokus pada pengembangan UMKM yang menjadi prioritas dalam strategi bisnisnya. Dengan demikian, BRI tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai mitra dalam pengembangan ekonomi lokal dan inklusi keuangan.

BRI juga terlibat pada program pemerintah yaitu Bank Tanpa Kantor atau Branchless Banking yang dikenal dengan BRILink. Salah satu keunggulan BRILink adalah memudahkan bank dalam melakukan jenis transaksi tertentu, seperti transfer, cek saldo, dan transaksi serupa lainnya, dengan menggunakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) yang nantinya akan dipinjamkan untuk para agen BRILink (Rokhmat et al., 2024).

Dengan BRILink, Bank Rakyat Indonesia menjalin kerjasama dengan nasabah untuk menjadi agen yang mampu melayani transaksi perbankan. Melalui BRILink, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan seperti penyetoran, penarikan, transfer, dan pembayaran tagihan. Dengan demikian, program ini

menawarkan produk dan layanan yang mana dalam menjalankan usahanya, memberikan kualitas terbaik, baik melalui layanan perbankan tanpa kantor maupun layanan bank dikantor. Sehingga kepercayaan terhadap bank (konsumen atau nasabah) akan menaik (Ana & Zunaidi, 2022).



Sumber : Databoks, (2019)

Gambar 1.1
Volume dan Nilai Transaksi BRILink Di Indonesia (2016 – 2019)

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa Volume transaksi BRILink terus mengalami peningkatan. Dalam tiga tahun, pertumbuhannya hampir mencapai empat kali lipat. Volume transaksi layanan keuangan digital PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. ini tercatat baru 2016 sebesar Rp 189,1 triliun, 2017 sebesar

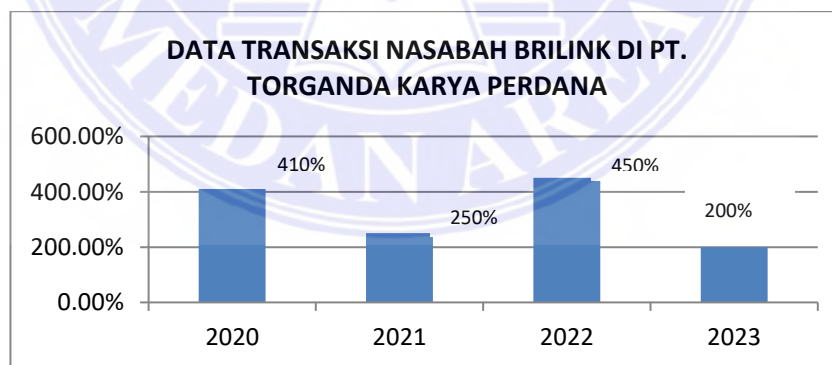
Rp 298 triliun, 2018 sebesar Rp 512,7 triliun, dan 2019 sebesar 672,6 triliun.

Tabel 1.2
Jumlah Agen BRILink di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Agen
1	2015	50.259
2	2016	84.550
3	2017	279.750
4	2018	401.550
5	2019	422.160
6	2020	458.000
7	2021	503.000
8	2022	550.000
9	2023	740.000
10	2024	1.060.000
11	2025	1.200.000

Sumber : Annual Report BRI (2015-2025)

Berdasarkan Tabel 1.2, terdapat peningkatan jumlah agen BRILink di Indonesia dari tahun 2015 sampai tahun 2022 dimana dapat terlihat jelas peningkatan agen BRILink di Indonesia dari 2015 sebanyak 50.259 agen hingga pada tahun 2025 sebanyak 1.200.000 agen.



Sumber: Sumatra Bisnis (2023)

Gambar 1.2
Data Transaksi Pelanggan Brilink di PT.Torganda Karya Perdana

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa transaksi pelanggan BRILink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab.

Rokan Hulu Provinsi Riau dari tahun 2020 -2023 mengalami fluktuasi. Bahkan dapat kita lihat dari peningkatan jumlah agen BRILink di Indonesia yang semakin meningkat di tahun terakhir, namun jumlah transaksi pelanggan BRILink di PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau pada tahun terakhir mengalami penurunan yang lebih rendah disbanding tiga tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat fenomena yang dialami pihak agen BRILink dan pelanggan.

Namun dilihat dari skala transaksi BRILink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau, bahwa minat dalam penggunaan BRILink masih dikatakan kurang, Hal ini dikarenakan biaya transaksi yang terbilang tinggi dan listrik yang terbatas pemakaiannya sehingga karyawan di daerah tersebut kurang merasakan manfaat dari BRILink. Bahkan karyawan di daerah tersebut kurang merasakan kemudahan dalam menggunakan BRILink dikarenakan sinyal atau jaringan yang kurang stabil serta keterbatasan waktu dan lokasi yang mengharuskan pelanggan untuk antri saat melakukan transaksi di karenakan banyaknya karyawan dan terbatasnya jumlah agen BRILink di daerah tersebut. Ini mengartikan masyarakat masih kurang minat melakukan transaksi digital.

Minat adalah rasa ketertarikan atau keinginan yang kuat terhadap sesuatu, yang mendorong seseorang untuk fokus atau bersemangat dalam mengejar hal tersebut. Minat penggunaan adalah keputusan akhir dari diri pelanggan, yang mana dalam konsep penelitian ini adalah pengguna teknologi, mengenai produk tertentu yang telah dipilih (Sukarno & Rasmini, 2024). Adapun menurut (Saputri et al., 2023)

indikator-indikator minat penggunaan (*behavioral intention*) adalah sebagai berikut: akan bertransaksi, akan merekomendasikan, dan akan terus menggunakan.

Dengan demikian akan diketahui juga lebih jauh terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang dalam penggunaan BRILink sebagai alat transaksi keuangan di PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau. Minat Penggunaan dipengaruhi oleh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan penggunaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim. Menurut Manfarisya (2022), persepsi manfaat merupakan sejauh mana tingkat berfikir atau kepercayaan seseorang bahwa saat menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya.

Kepercayaan memainkan peran penting dalam memengaruhi sikap seseorang terhadap adopsi teknologi baru. Jika mereka yakin bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan efisiensi atau produktivitas, mereka cenderung lebih terdorong untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika manfaatnya tidak terlihat jelas, mereka mungkin enggan untuk beradaptasi atau menerima perubahan tersebut.

Menurut Rahman (2022), persepsi kemudahan penggunaan adalah dimana seseorang percaya bahwa teknologi yang digunakan mudah dipahami. Kemudahan yang berarti perihai mudah. pengguna yang menganggap sistem mudah digunakan akan memanfaatkannya, maka kemudahan berarti harapan tidak akan ada banyak pekerjaan yang diperlukan untuk menggunakan sistem atas namanya.

Kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang yakin bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, mereka cenderung memanfaatkannya. Sebaliknya, jika mereka merasa sistem tersebut rumit, mereka kemungkinan besar akan menghindarinya. Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat kenyamanan dan kemudahan saat melakukan transaksi melalui layanan BRilink.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfani & Ariani, (2023) hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nurul Haqiqi et al., 2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital ovo.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Laloan et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Meileny & Wijaksana, 2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat juga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*.

Penelitian dari Nasih (2024), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Qris. Penelitian serupa dengan variabel yang sama yaitu (Mawardani & Dwijayanti, 2021), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Gopay, sehingga semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan Gopay, maka akan semakin tinggi juga minat menggunakannya.

Namun hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Farid & Laksmi, 2023), di mana penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-Money*. Dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Purwandari et al., 2022), menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking Bank Mandiri*.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan Pt. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau)”**.

1.2 Rumusan Masalah

BRilink memiliki banyak kegunaan, baik untuk pelanggan ataupun agen BRilink itu sendiri. BRilink merupakan salah satu system perbankan yang bisa membantu proses transaksi. Namun berdasarkan fenomena bisnis dan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu di atas, maka muncul permasalahan terkait pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat pelanggan. Fenomena yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu BRilink yang kurang memberikan manfaat serta kemudahannya kurang dirasakan oleh karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau dalam melakukan transaksi yang sering mengalami kegagalan dikarenakan jaringan yang kurang stabil serta listrik yang terbatas pemakaiannya. Karena itu penulis ingin membuktikan

secara empiris pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan BRILink.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, ada beberapa pertanyaan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRILink?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRILink?
3. Apakah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRILink?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah penelitian dan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRILink
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRILink
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRILink

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Bagi peneliti penelitian ini diharapkan menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih cara berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila kelak menghadapi masalah, terutama yang berhubungan dengan persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRilink.
- 2 Bagi masyarakat Sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRilink.
- 3 Bagi pihak lain dapat menjadi ilmu tambahan dan sebagai sarana informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan BRilink khususnya faktor manfaat dan kemudahan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat Penggunaan

2.1.1 Pengertian Minat Penggunaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 916), minat (*noun*) adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, seperti gairah, keinginan, atau memperhatikan. Secara umumnya minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Minat bersifat pribadi (*individual*) yang artinya, setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan orang lain.

Menurut Rachmawati (2022), Minat menggunakan didefinisikan sebagai bentuk keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan suatu teknologi. Minat mencerminkan tingkat ketertarikan seseorang pada suatu hal dan memiliki dorongan untuk mengetahui lebih lanjut dan akhirnya timbul keinginan untuk memiliki atau menggunakan produk tersebut. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat yaitu faktor internal yang berasal dari diri sendiri seperti keinginan, bakat dan ketertarikan serta faktor eksternal seperti pengaruh dari lingkungan sekitar (Afolo & Dewi, 2022).

Menurut Desvronita (2021), minat menggunakan dalam menggunakan suatu sistem, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk percaya diri dan terus menggunakan sistem tersebut. Minat pakai adalah keinginan atau alasan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu jika memiliki keinginan yang kuat untuk

melakukannya. Jika seseorang merasa puas dengan teknologi yang mereka gunakan ketika mereka menggunakannya, mereka akan terus menggunakannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang merasa puas dengan teknologi yang mereka gunakan, mereka akan mulai tertarik untuk menggunakannya (Asrizal & Nasution, 2021).

Dari definisi minat di atas dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan (*interest to use*) dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali objek tertentu. Minat yang digunakan adalah salah satu aspek psikotik manusia yang cenderung memberikan perhatian atau perasaan senang yang lebih besar terhadap objek-objek tersebut, dimana perasaan tersebut dapat mendorong seseorang untuk mencapai tujuan.

Minat seseorang dalam pengambilan keputusan pemakaian atau pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, keyakinan, manfaat dan resiko, yang kemudian menimbulkan ketertarikan untuk membeli dan menggunakan suatu produk (Rahman & Supriyanto, 2022).

2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan

Menurut Caroline (2021), ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat penggunaan yaitu sebagai berikut :

1. Persepsi Manfaat
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

2.1.3 Indikator Minat Penggunaan

Indikator di dalam penelitian ini menurut (Irvanto & Sujana, 2020), minat dapat di identifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional

Kecenderungan seseorang untuk membeli produk Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu dan terus menggunakan produk tersebut hingga masa mendatang.

2. Minat referensial

Minat referensial merupakan kecenderungan seseorang konsumen untuk mereferensikan atau merekomendasi produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

3. Minat preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk, preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk atau jasa yang dimintanya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang sama.

2.2 Persepsi Manfaat

2.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat

Menurut Ananda & Puspitasari (2024), persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi manfaat dengan penggunaan layanan dompet elektronik. Pada konteks penulisan dapat diartikan bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan dompet elektronik merupakan pandangan pengguna mengenai manfaat yang diperoleh oleh para pengguna dalam peningkatan kinerja pengguna karena menggunakan dompet elektronik.

Menurut Bangsa & Khumaeroh (2023), Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang mempercayai penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan menggunakan sebuah teknologi jika dirasa memiliki manfaat bagi dirinya, sebaliknya, jika seseorang merasa sebuah teknologi tidak memiliki manfaat, maka tidak akan menggunakan teknologi tersebut. Persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti (Wati, 2023).

Menurut Putra et al. (2024), persepsi manfaat menjadi suatu pengaruh yang cukup positif atas minat penggunaan sebuah teknologi. Oleh karena itu, berdasarkan pernyataan diatas persepsi manfaat juga menjadi tolak ukur minat penggunaan teknologi baru agar orang tidak merasa dirugikan saat menggunakannya. Persepsi manfaat merupakan pengguna yang memanfaatkan program tertentu untuk

mempercepat penyelesaian tugasnya. Performa dapat memberikan hasil lebih cepat dan memuaskan daripada tanpa menggunakan teknologi secara fisik maupun nonfisik (Rahmawati & Murtanto, 2023)

2.2.2 Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Kurniawan (2022), persepsi manfaat diukur dari beberapa indikator sebagai berikut :

1. Mempermudah transaksi suatu kondisi dimana kegiatan jual beli yang dilakukan dengan mudah.
2. Mempercepat transaksi suatu kondisi dimana proses jual beli dapat dilakukan dengan waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih banyak.
4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru dalam melakukan jual beli maka akan meningkatkan efisiensi saat melakukan transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja dari usaha

2.3 Persepsi Kemudahan

2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan

Menurut Natalie (2019), menyatakan persepsi kemudahan pengguna didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui

bahwapersepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan.

Kemudahan berarti perihal mudah. Pengguna yang menganggap sistem mudah digunakan akan memanfaatkannya, maka kemudahan berarti harapan tidak akan ada banyak pekerjaan yang diperlukan untuk menggunakan sistem atas namanya (Rahmawati & Murtanto, 2023). Persepsi kemudahaan penggunaan dapat diartikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi baru akan terbebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebuah keyakinan akan kemudahan dan seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Desita & Dewi, 2022).

Menurut Dewi et al. (2022), jika seseorang memiliki rasa percaya terhadap suatu teknologi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan maka individu tersebut akan menggunakan nya. Sebaliknya, jika individu tidak memiliki rasa percaya terhadap teknologi baru maka individu tersebut tidak akan menggunakannya.

Berdasarkan definisinya, kemudahan penggunaan itu soal seberapa yakin seseorang bahwa sesuatu itu gampang dipakai. Kalau orang merasa sistemnya mudah, mereka bakal pakai. Tapi kalau terasa ribet, ya mereka cenderung enggan menggunakannya. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan kemudahan penggunaan adalah seberapa mudah orang bisa bertransaksi dengan layanan BRilink.

2.3.2 Indikator-indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Chairunnisa (2023), mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari empat indikator:

1. Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*), suatu kondisi dimana seseorang atau pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru dapat dengan mudah dipelajari.
2. Mudah digunakan (*ease to use*), suatu kondisi dimana seseorang atau pelaku usaha percaya akan kemudahan penggunaan sistem yang baru.
3. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*), suatu kondisi dimana seseorang pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti.
4. Menjadi terampil (*become skillful*), suatu kondisi dimana seseorang atau pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru akan menjadi individu terampil dalam penggunaan teknologi.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk memperkuat penelitian. Berikut ini adalah ringkasan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah penelitian

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Akhyar, R. A., & Sisilia, K. (2023)	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)	Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Penggunaan Pembayaran (Y)	Persepsi Manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS.yang artinya variabel Persepsi

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Penggunaan.
2.	Natalia,O.,& Tesniwati i,R. (2021)	<i>The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City</i>	<i>Effect Of Perception Of Trust (X1), Perception Of Ease Of Use (X2), Perception Of Benefits (X3), Perception Of Risk (X4), Perception Of Service Quality (X5) Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City (Y)</i>	Persepsi kepercayaan, persepsi kenyamanan, persepsi risiko, persepsi kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking bank Mandiri di kota bekasi.
3.	Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO	Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO (Y)	Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pada Aplikasi OVO
4.	Yasmin, A. A., & Dirbawanto,N.D. (2022)	<i>The effect of perception of benefits, ease of use, risk and trust in customers interest in using BNI Mobile Banking (Study at Bank BNI 46 Tanjung Balai Branch Office)</i>	<i>effect of perception of benefits (X1), ease of use (X2), risk (X3), trust (X4), customers interest in using BNI Mobile Banking (Study at Bank BNI 46 Tanjung Balai Branch Office) (Y)</i>	Persepsi manfaat, kegunaan, kepercayaan, dan risiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen, nilai variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap minat pelanggan.
5.	Batubara,M.,Jannah, N., &Ritonga,A.L.(2023)	<i>The effect of perceived usefulness, ease of use and security on interest in using BSI Mobile services with trust as intervening variable (case study on UINSU Medan Student</i>	<i>Effect of perceived usefulness (X1), ease of use (X2), security (X3), interest in using BSI Mobile services with trust as intervening variable (case</i>	Manfaat yang berpengaruh secara parsial terhadap minat, Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada minat, Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, Kepercayaan

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			<i>study on UINSU Medan Student (Y)</i>	mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat
6.	Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO	Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Minat Menggunakan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO. Oleh karena itu OVO sebaiknya terus meningkatkan manfaat yang ditawarkan.
7.	Junaedi, E., & Neneng, N. (2023)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada PT. Bank Syariah Indonesia di Tangerang	Persepsi manfaat (X1), Kemudahan (X2), Kemudahan (X3), Minat Menggunakan (Y)	persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, keamanan, dan kemudahan berpengaruh secara sumultan dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BSI di Tangerang.
8.	Cahaya, Y. F., & Randa, P. M. (2025)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Brizzi Bri	Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), Minat Menggunakan (Y)	persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, persepsi kemudahan, berpengaruh positif terhadap minat, dan kepercayaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik BRIZZI
9.	Syafira Fadlillah, Ariyanto Aulia Jonet Nugroho, Khresna Bayu Sangka (2021)	Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada pelaku UMKM Binaan Bank Indonesia KPW Solo	Kemudahan (X1), Keamanan (X2), Minat Menggunakan QRIS (Y)	Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada Pelaku UMKM Binaan BI KPW Solo. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keamanan dan minat penggunaan QRIS

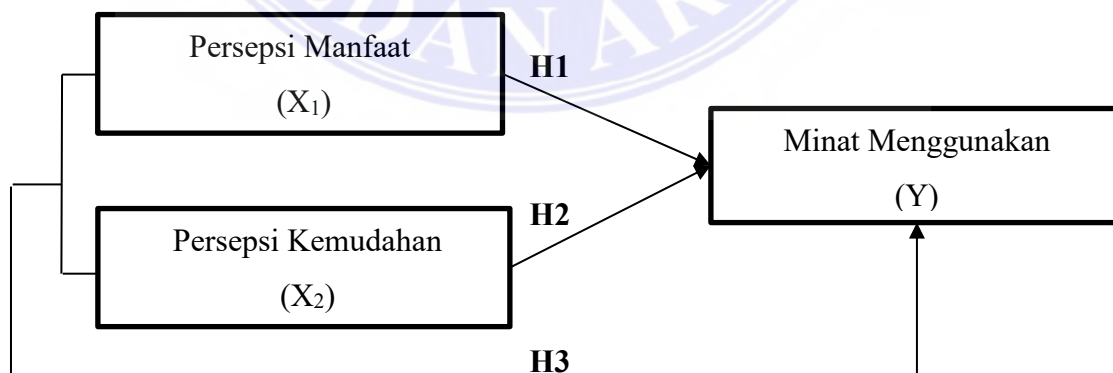
No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
10.	Silaen,M.F.,Manurung, S., &Nainggolan, C. D.(2021)	<i>Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris)</i>	<i>Benefit Perception (X1), Ease Perception (X2), Security (X3), Risk (X4), Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris) (Y)</i>	Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat merchant menggunakan QRIS, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang.

Sumber : Diolah Peneliti, (2025)

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan yang akan dicapai. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang menandai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiono: 2012).

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan BRIlink. Maka model kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Keterangan :

X1 = Persepsi Manfaat

X2 = Persepsi Kemudahan

Y = Minat Menggunakan

2.6 Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan pertanyaan yang penting karena hipotesis ini merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian, sebagaimana pendapat Sugiyono (2012), Hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Berdasarkan pengertian hipotesis diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1.** Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRilink
- H2.** Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRilink
- H3.** Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan BRilink

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (variabel dependen). Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang menggunakan pengumpulan data numerik dan teknik analitik untuk menguji hipotesis, menarik kesimpulan, dan memahami hubungan antar variabel yang diteliti. Menurut sumber ilmiah, penelitian kuantitatif umumnya dianggap sebagai metodologi ilmiah yang tidak memihak dan sistematis untuk mengumpulkan data yang dapat diukur, melakukan analisis statistik, dan menarik kesimpulan dari analisis data yang dihasilkan (Susanto et al., 2024)

Penelitian kuantitatif adalah metodologi penelitian yang menggunakan teknik ilmiah untuk mengumpulkan data numerik, melakukan analisis statistik, dan menarik kesimpulan berdasarkan temuan. Pemanfaatan metodologi penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti menguji hipotesis secara objektif, menarik generalisasi yang lebih luas tentang populasi, dan memberikan data empiris yang kuat untuk memperkuat kesimpulan mereka. Melalui pemanfaatan metodologi ini, para sarjana mampu memahami keterkaitan antar variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih metodis dan dapat diandalkan terhadap fenomena yang diteliti (Susanto, c. et al., 2024).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan data yang diambil dari lokasi tempat peneliti meneliti. Dalam penelitian juga harus mencantumkan dimana peneliti melakukan penelitian, karena setiap lokasi meskipun dengan penelitian yang sama tidak akan mendapatkan hasil yang sama pula. Penelitian ini dilakukan di PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2024 – Mei 2025. Berikut adalah uraian rencana waktu penelitian :

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2024			2025			2026	
		Okt	Sep	Des	Apr	Mei	Jul-Sep	Jan-Feb	Mar
1	Pengajuan Judul								
2	Penyelesaian proposal								
3	Revisi Proposal								
4	Seminar Proposal								
5	Penelitian								
6	Seminar Hasil								
7	Revisi Seminar Hasil								
8	Sidang Meja Hijau								

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau yang menggunakan BRilink yaitu sebanyak 598 karyawan yang dimana seluruh karyawan tersebut sudah memiliki ATM BRI.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel *probability sampling* karena teknik pengambilan sampel memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada populasi ini adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2015) teknik *accidental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Berdasarkan penjelasan di atas, maka kriteria yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu karyawan yang menggunakan BRilink sebagai alat transaksi yang berdomisili di PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau.

Maka peneliti melakukan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2017).

Rumus Slovin :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/8/26

Access From (repositori.uma.ac.id)4/8/26

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi = 598

e = *Error level* = 0,1 (10%)

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$e^2 = (0,1)^2 = 0,01$$

$$n = N \times e^2 = 598 \times 0,01 = 5,98$$

$$n = 1 + N \times e^2 : 1 + 5,98 = 6,98$$

$$n = \frac{598}{6,98} = 85,7$$

$$n = 85,7 = 86$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebanyak 85,7 responden, maka dibulatkan menjadi 86 responden.

3.4 Defenisi Operasional

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
Persepsi Manfaat (X1)	Menurut Sukmawati & Kowanda (2022), Persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna	1. Mempermudah transaksi 2. Mempercepat transaksi 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi 4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi	<i>Likert</i>
Persepsi Kemudahan (X2)	Menurut Natalie & Listen (2021) menyatakan persepsi kemudahan pengguna didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.	1. Mudah untuk dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Jelas dan mudah dimengerti 4. Menjadi terampil terampil dalam penggunaan teknologi.	<i>Likert</i>
Minat Konsumen (Y)	Menurut Prakosa & Wintaka (2020), Minat menggunakan didefinisikan sebagai bentuk keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan suatu teknologi.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah peneliti, (2024)

3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan *skala likert*. *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena (Putri et al., 2022). Dimana dalam setiap jawaban responden akan diberikan skor sebagai berikut:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)4/8/26

Tabel 3.3
Instrumen Skala *Likert*

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Putri et al, (2022)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

3.6.1 Wawancara

Dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang diteliti.

3.6.2 Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel-variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner. Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket memiliki kelebihan yaitu mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya, serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Menurut Cahyadi & Pratama (2022), berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

3.7.2 Sumber Data

Menurut Cahyadi & Pratama (2022), Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari para responden yang terpilih pada karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau. Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan melakukan wawancara singkat kepada responden baik.
- b. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari literatur buku untuk teori-teori, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional serta data mengenai penggunaan BRilink yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ramadhan et al (2024), uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Kuesioner dapat dikatakan mempunyai kevalidan jika pertanyaan yang diajukan peneliti mampu untuk mengungkapkan jawaban dari rumusan masalah suatu penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan awal penelitian. Apabila hasil dari kuesioner menghasilkan data yang tidak relevan maka kuesioner tersebut mempunyai validitas yang rendah.

Validnya suatu kuesioner dapat diakui apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut valid. Apabila nilai r hitung $\leq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut tidak valid. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

Tabel 3.4
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,740	0,361	Valid
	X1.2	0,670	0,361	Valid
	X1.3	0,582	0,361	Valid
	X1.4	0,593	0,361	Valid
	X1.5	0,576	0,361	Valid
	X1.6	0,666	0,361	Valid
	X1.7	0,650	0,361	Valid
	X1.8	0,619	0,361	Valid

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X2.1	0,739	0,361	Valid
	X2.2	0,800	0,361	Valid
	X2.3	0,560	0,361	Valid
	X2.4	0,744	0,361	Valid
	X2.5	0,686	0,361	Valid
	X2.6	0,576	0,361	Valid
	X2.7	0,633	0,361	Valid
	X2.8	0,609	0,361	Valid
Minat Menggunakan	Y.1	0,525	0,361	Valid
	Y.2	0,521	0,361	Valid
	Y.3	0,538	0,361	Valid
	Y.4	0,613	0,361	Valid
	Y.5	0,669	0,361	Valid
	Y.6	0,728	0,361	Valid
	Y.7	0,501	0,361	Valid
	Y.8	0,628	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2025 (SPSS)

Berdasarkan hasil uji validitas yang dipaparkan pada Tabel 3.4 di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung $\geq r$ tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut adalah valid dan layak untuk digunakan sebagai instrument penelitian ini.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuesioner. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ maka, dinyatakan *reliable* atau valid. Sebaliknya jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka, dinyatakan tidak *reliable* atau tidak valid.

Tabel 3.5
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,697 > 0,6	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,763 > 0,6	Reliabel
Minat Menggunakan	0,814 > 0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2025 (SPSS)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang di paparkan Tabel 3.5 di atas dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudaha (X2), dan Minat Menggunakan (Y) dinyatakan “*Reliabel*” karena nilai Cronbach’s Alpha >0,6.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) (Pranata et al., 2024). Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menguji mengenai ada atau tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik. Hasil pengujian hipotesis yang baik adalah pengujian yang tidak melanggar tiga asumsi klasik, dimana ketiga asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen, keduanya mempunyai distribusi wajar atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan uji histogram, uji *kolmogorov-smirnov*, dan normal p-plot.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi maka dilakukan dengan melihat nilai toleransi 0,1 dan sebaliknya, Sebab *Variance Inflasi Factor* (VIF) < 10 menunjukkan jika data tidak mempunyai masalah multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glejser dan uji Scatterplot.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan kuantitatif yang merupakan data berupa angka-angka. Proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Prosedur pengolahan data dalam penelitian ini akan dimulai dengan memilah data ke dalam variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji, nilai variabel tersebut akan dimasukkan dalam uji SPSS (*statistical program for social science*).

3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur intensitas pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu persepsi manfaat, penggunaan terhadap minat konsumen.

Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Pelanggan

α = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Persepsi Manfaat

X_2 = Kemudahan

3.10.3 Uji Hipotesis

Menurut Aryani (2022), uji hipotesis merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan. Uji hipotesis adalah pengujian yang dicoba untuk bertujuan mencari tingkatan signifikan paling tinggi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dicoba dengan cara analisis regresi berganda, disebabkan terdapatnya variabel independen yang lebih dari satu.

3.10.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk pengujian regresi secara parsial (uji t) dilakukan guna

mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Toleransi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dengan batasan:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Dari sini dapat diketahui seberapa besar variabel dependen akan mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya akan dijelaskan

oleh sebab-sebab lain diluar model. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen (Ghozali, 2018).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRilink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau, maka hipotesis pertama diterima.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRilink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau, maka hipotesis kedua diterima.
3. Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRilink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau, maka hipotesis ketiga diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian terlihat bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan BRilink. Mengingat Persepsi Manfaat berpengaruh cukup besar terhadap Minat menggunakan BRilink, maka itu

disarankan agar BRilink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau perlu meningkatkan manfaat dari BRilink itu sendiri seperti menambahkan program reward bagi pelanggan dan merancang fitur yang tetap memberikan manfaat meskipun dalam kondisi akses terbatas, seperti transaksi *offline* yang dapat disinkronkan nanti ketika koneksi tersedia sehingga dapat meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakan BRilink untuk bertransaksi.

2. Menurut hasil penelitian terlihat juga bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan untuk meningkatkan Minat pelanggan Menggunakan BRilink pada PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kec. Tambusai Utara Kab. Rokan Hulu Provinsi Riau. Mengingat Persepsi Kemudahan juga berpengaruh terhadap peningkatan minat pelanggan dalam menggunakan BRilink, maka itu disarankan agar kemudahan dalam menggunakan BRilink semakin ditingkatkan seperti meningkatkan kecepatan serta stabilitas sistem untuk mengurangi kendala saat melakukan transaksi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel yang tidak disertakan dalam penelitian ini seperti persepsi keamanan, biaya transaksi, kualitas produk, dan kualitas layanan yang bisa mempengaruhi Minat Menggunakan. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan penelitian dengan mengambil sampel dari berbagai daerah serta membandingkan antara pengguna baru dan pengguna lama BRilink untuk melihat perbedaan persepektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Alfani, R., & Ariani, K. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris). *Edunomika*, 08(01), 1–8. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11256>
- Ana, D. E., & Zunaidi, A. (2022). Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 167–188.
- Ananda, A. D., & Puspitasari, E. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Risiko Penggunaan Dompot Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pengguna Jasa Pengurusan Transportasi Laut. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1498–1516. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3853>
- Anwar, H. (2021). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (Kur) Terhadap Peningkatan Profitabilitas Peternak Sapi Pada Kelompok Tani Sipatuo Di Desa Baru Kecamatan Sinjai Tengah. *Institut Agama Islam (Iai) Muhammadiyah Sinjai*, July, 1–23.
- Arif Miftahun Nasih, V. G. & S. R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 1–15. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Aryani, M. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Produk Umkm Sate Tanjung Di Dusun Prawira Kec. Tanjung Kabupaten Lombok Utara). *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(2), 113. <https://doi.org/10.33394/vis.v10i2.8919>
- Asrizal Efendy Nasution, & Nasution, S. M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 2021, Hal 142- 155, 2(: Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya dan Kemudahan, keinginan konsumen), 14 pages. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/jurnal tm metopen/5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya 2021.pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/jurnal%20tm%20metopen/5.%20Pengaruh%20Kualitas%20Pelayanan%20Faktor%20Emosional%20Biaya%202021.pdf)
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopeepay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–67. <http://jibaku.unw.ac.id>

- Cahyadi, U., & Pratama, A. A. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran Pada PT. Dodol Bhineka Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Kalibrasi*, 20(1), 23–31. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.20-1.1102>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Caroline, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *Keunis*, 9(2), 160. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>
- Chairunnisa, S. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran Digital QRIS (Studi Kasus pada GenBI Komisariat Universitas Medan Area)*. 1–74. https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/19721/1/188320131_SilviraChairunnisa-Fulltext.pdf
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- Dewi, E., Pambudi, J. E., & Priyatna, E. H. (2022). Minat Menggunakan Dompot Digital Ovo: Kemudahan Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan. *Digital Business Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6598>
- Farid, M., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *Jurnal UII*, 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Kurnia Rahman, A. F. S., & Supriyanto, S. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1–21. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INASJIF/article/view/4739>
- Kurniawan, M. R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Study Kasus pada Pengguna E-Money Mahasiswa Universitas Lampung). *Skripsi Tidak Diterbitkan*, 73.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan*

- Akuntansi*, 11(02), 375–386. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>
- Manfarisya, N. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*.
- Masan, C. D., Fanggidae, R. E., Kurniawati, M., & Bunga, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Angkasa Baru Kota Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 4(4), 857–862.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Natalie, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 830–838.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Pranata, I. P. Y., Cita Ayu, P., & Andayani W, R. D. (2024). Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Di Kota Denpasar. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 269–282. <https://doi.org/10.32795/hak.v5i1.4549>
- Purwandari, R., Setiawan, H., & Sastrawinata, H. (2022). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank Mandiri KC Palembang Arief. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 135–143. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb/article/view/5461>
- Putra, M. W., Manajemen, M., Ekonomi, F., Islam, U., & Agung, S. (2024). *Pengaruh Perceived Benefits and Trust Terhadap Minat dalam Menggunakan QRIS dengan Financial Literacy sebagai Variabel Moderasi pada Gen X dan Generasi Milenial di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur*.
- Putri, R. S. R., Wiryaningtyas, D. P., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1125. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2164>
- Rachmawati, E. W. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet), Gaya Hidup Serta Purchase Intention Terhadap Perilaku

- Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid – 19. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Rahman, A. F. S. K. (2022). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI METODE PEMBAYARAN PADA MASA PANDEMI (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)*. 1–135.
- Rahmawati, A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>
- 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. <https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jipm/article/view/389%0Ahttps://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jipm/article/download/389/349>
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Saputri, I. H., Rizky, K., & Wardani, N. (2023). Analisis Penerimaan Minat Terhadap Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (DANA) di Kota Palembang dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 12(3), 1601–1612.
- Sukarno, H. F., & Rasmini, M. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Minat Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Kemampuan Berwirausaha Pada Mahasiswa Peserta Wmk Universitas Padjadjaran. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 497. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1014>
- Suryana, D., & Susanto, R. (n.d.). *Mekanisme Penyaluran Kredit Cicilan Uang Pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Ahung*. 1–14.
- Wati, D. M. (2023). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). *Perbankan Syariah*, 28. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/31765>
- Yuniarsih, T., & Sulistiyowati, L. N. (2024, September). Analisis Pengaruh Bopo, Ldr, Dan Bi Rate Terhadap Npl Pada Bpr Konvensional Di Sidoarjo Yang Terdaftar Di Ojk (2020-2023). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).

LAMPIRAN

Lampiran 1: KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK
BRILINK (STUDI KASUS KARYAWAN PT. TORGANDA PERKEBUNAN
KARYA PERDANA KECAMATAN TAMBUSAI UTARA KABUPATEN
ROKAN HULU PROVINSI RIAU)”.**

Salam Sejahtera,

Perkenalkan nama saya Robertus Sepianus Giawa, Saya Mahasiswa dari Universitas Medan Area Program Studi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK BRILINK (STUDI KASUS KARYAWAN PT. TORGANDA PERKEBUNAN KARYA PERDANA KECAMATAN TAMBUSAI UTARA KABUPATEN ROKAN HULU PROVINSI RIAU)”. Oleh karena itu saya mohon bantuan Bapak/Ibu Saudara/i dan teman-teman untuk berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu, Saudara/i dan teman-teman, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Robertus Sepianus Giawa

Keterangan Jawaban

STS = Sangat Tidak Setuju

N = Tidak Setuju

KS = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian

Persepsi Manfaat (X1)

x1p1	x1p2	x1p3	x1p4	x1p5	x1p6	x1p7	x1p8
5	4	4	5	5	5	4	3
4	3	4	5	5	4	4	4
4	5	3	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	2	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4

4	5	5	5	4	5	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	3	4	4	5	4	4
4	3	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4	3	4
4	4	5	4	4	3	3	4
4	4	5	4	4	5	3	3
4	4	5	5	5	3	3	3
3	4	5	4	5	5	4	4
3	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4
4	3	3	4	4	4	5	4

Persepsi Kemudahan (X2)

x2p1	x2p2	x2p3	x2p4	x2p5	x2p6	x2p7	x2p8
4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	3	4	4	5	5
5	4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	4	2
4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	3	4	4	5
5	4	4	5	4	3	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	4
3	3	4	4	5	4	4	5
4	5	4	3	5	4	4	4
3	4	3	4	5	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5

Minat Menggunakan (Y)

x2p1	x2p2	x2p3	x2p4	x2p5	x2p6	x2p7	x2p8
4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	3	4	4	5	5
5	4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	4	2
4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4

4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	3	4	4	5
5	4	4	5	4	3	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	4
3	3	4	4	5	4	4	5
4	5	4	3	5	4	4	4
3	4	3	4	5	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5

Lampiran 3: Hasil Pengolahan Data

Uji Validitas dan Realibilitas

Tabel 3.4
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,740	0,361	Valid
	X1.2	0,670	0,361	Valid
	X1.3	0,582	0,361	Valid
	X1.4	0,593	0,361	Valid
	X1.5	0,576	0,361	Valid
	X1.6	0,666	0,361	Valid
	X1.7	0,650	0,361	Valid
	X1.8	0,619	0,361	Valid
Persepsi Kemudahan	X2.1	0,739	0,361	Valid
	X2.2	0,800	0,361	Valid
	X2.3	0,560	0,361	Valid
	X2.4	0,744	0,361	Valid
	X2.5	0,686	0,361	Valid
	X2.6	0,576	0,361	Valid
	X2.7	0,633	0,361	Valid
	X2.8	0,609	0,361	Valid
Minat Menggunakan	Y.1	0,525	0,361	Valid
	Y.2	0,521	0,361	Valid
	Y.3	0,538	0,361	Valid
	Y.4	0,613	0,361	Valid
	Y.5	0,669	0,361	Valid
	Y.6	0,728	0,361	Valid
	Y.7	0,501	0,361	Valid
	Y.8	0,628	0,361	Valid

Tabel 3.5
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,697 > 0,6	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,763 > 0,6	Reliabel
Minat Menggunakan	0,814 > 0,6	Reliabel

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-25	66	76.7	76.7	76.7
26-35	13	15.1	15.1	91.9
36-45	5	5.8	5.8	97.7
46-55	1	1.2	1.2	98.8
56-65	1	1.2	1.2	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Tabel 4.2
Distribusi Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	36	41.9	41.9	41.9
Perempuan	50	58.1	58.1	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Manfaat (X1)

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Sistem pembayaran yang sederhana meningkatkan	0	0	9	10.5	14	16.3	30	34.9	33	38.4	4.01	SS

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
	kenyamanan dalam bertransaksi.												
2	Konsumen lebih memilih platform yang menyediakan berbagai metode transaksi yang mudah.	1	1.2	8	9.3	20	23.3	28	32.6	29	33.7	3.88	SS
3	Proses transaksi yang cepat meningkatkan kepuasan pelanggan.	1	1.2	8	9.3	17	19.8	25	29.1	35	40.7	3.99	SS
4	Konsumen cenderung menghindari transaksi yang memerlukan banyak langkah atau verifikasi.	0	0	9	10.5	14	16.3	33	38.4	30	34.9	3.98	S
5	Konsumen lebih tertarik untuk bertransaksi jika mendapatkan promo atau cashback.	0	0	6	7.0	16	18.6	32	37.2	32	37.2	4.05	SS

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
6	Program loyalitas yang menawarkan keuntungan tambahan meningkatkan minat transaksi	0	0	9	10.5	14	16.3	39	45.3	24	27.9	3.91	S

7	Kemudahan akses ke sistem penggunaan produk mempercepat proses transaksi.	0	0	6	7.0	19	22.1	38	44.2	23	26.7	3.91	S
8	Platform transaksi yang responsif dan minim kendala teknis meningkatkan efisiensi penggunaan.	0	0	13	15.1	12	14.0	34	39.5	27	31.4	3.87	S

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X2)

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Konsumen merasa nyaman jika sistem atau aplikasi transaksi memiliki petunjuk yang jelas	0	0	15	17.4	8	9.3	32	37.2	31	36.0	3.92	S
2	Platform yang intuitif membuat pengguna baru lebih cepat memahami cara penggunaannya.	1	1.2	5	5.8	18	20.9	31	36.0	31	36.0	4.00	SS
3	Konsumen lebih memilih layanan yang tidak memerlukan banyak langkah dalam penggunaannya.	0	0	7	8.1	17	19.8	34	39.5	28	32.6	3.97	S
4	Aplikasi atau sistem yang user-friendly meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi.	0	0	6	7.0	17	19.8	35	40.7	28	32.6	3.99	S

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
5	Konsumen lebih nyaman menggunakan platform dengan tampilan informasi yang jelas dan sederhana.	0	0	12	14.0	13	15.1	31	36.0	30	34.9	3.92	S
6	Instruksi yang mudah dipahami mengurangi kesalahan dalam penggunaan sistem transaksi.	0	0	11	12.8	15	17.4	35	40.7	25	29.1	3.86	S
7	Konsumen merasa lebih percaya diri menggunakan suatu sistem setelah terbiasa dengan penggunaannya.	0	0	6	7.0	19	22.1	34	39.5	27	31.4	3.95	S
8	Platform yang mendukung pembelajaran mandiri memungkinkan pengguna menjadi lebih terampil dengan cepat.	0	0	9	10.5	19	22.1	25	19.1	33	38.4	3.35	SS

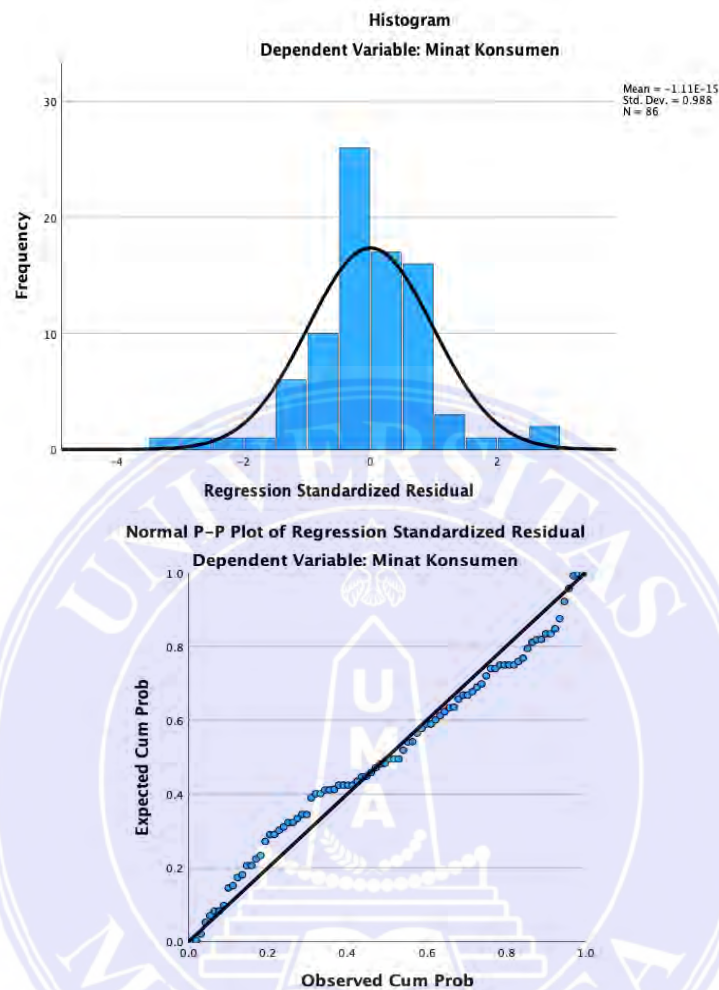
Tabel 4.5

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat Menggunakan (Y)

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Konsumen memiliki keinginan kuat untuk melakukan transaksi setelah melihat penawaran yang menarik.	2	2.3	5	5.8	13	15.1	46	53.5	20	23.3	3.90	S

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean	Skala
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
2	Kemudahan proses pembayaran meningkatkan minat konsumen untuk melakukan transaksi.	0	0	8	9.3	15	17.4	31	36.0	32	37.2	4.01	SS
3	Konsumen cenderung merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain jika merasa puas.	0	0	10	11.6	15	17.4	28	32.6	33	38.4	3.98	SS
4	Testimoni positif dari orang lain memengaruhi minat konsumen dalam memilih suatu produk.	0	0	9	10.5	18	20.9	26	30.2	33	38.4	3.97	SS
5	Konsumen lebih memilih merek tertentu dibandingkan merek lain yang sejenis.	0	0	9	10.5	15	17.4	39	45.3	23	26.7	3.88	S
6	Loyalitas terhadap suatu merek membuat konsumen enggan berpindah ke merek lain.	0	0	14	16.3	15	17.4	30	34.9	27	31.4	3.81	S

7	Konsumen tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut sebelum melakukan transaksi.	0	0	11	12.8	15	17.4	30	34.9	30	34.9	3.92	SS
8	Inovasi produk yang menarik mendorong konsumen untuk mencoba hal baru.	0	0	10	11.6	12	14.0	39	45.3	25	29.1	3.92	S



Tabel 4.6
Uji Kolmogorof-Smirnov

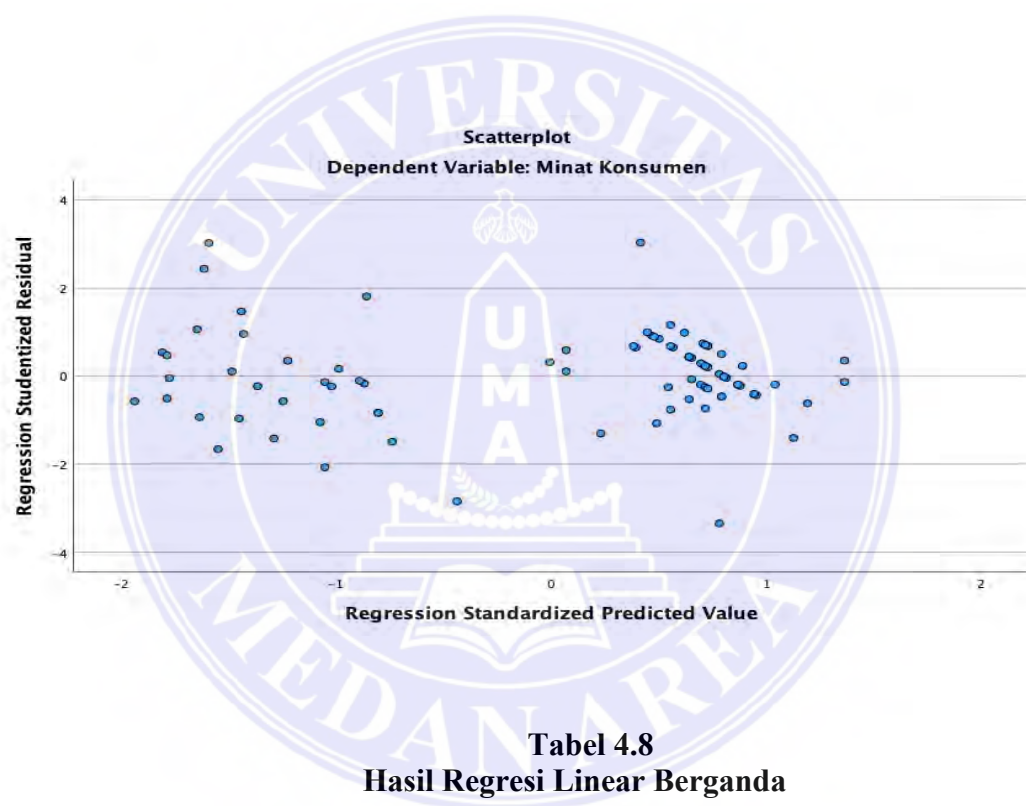
One-sample Kolmogorof-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	2.07037489
Most Extreme Differences	Absolute	0.09
	Positive	0.082
	Negative	-0.09
Test Statistic		0.09
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0.085

Tabel 4.7
Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficients^a

Model		Collinerity Statistick	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)		
	X1	186	5.385
	X2	186	5.385



Tabel 4.8
Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	1.799	1.188		1.514	.134
	Persepsi manfaat	.500	.085	.504	5.873	<.001
	Persepsi kemudahan	.437	.081	.462	5.381	<.001

Tabel 4.9
Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.799	1.188		1.514	.134
	Persepsi manfaat	.500	.085	.504	5.873	<.001
	Persepsi kemudahan	.437	.081	.462	5.381	<.001

Tabel 4.10
Hasil Uji F Signifikansi Serempak (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2847.989	2	1423.994	324.391	<.001 ^b
	Residual	364.348	83	4.390		
	Total	3212.337	85			

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.887	.884	2.095

Lampiran 4: Surat Izin Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.ekonomi.uma.ac.id E-Mail: ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 2201/FEB/01.I/VII/2025

Lamp. : -

Perihal : Surat Pengantar Izin Riset

09 Juli 2025

Kepada Yth,
PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara-saudari, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

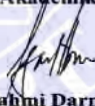
Nama : Robertus Sepianus Giawa
NPM : 218320124
Program Studi : **Manajemen**
Judul : **Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau)**

Untuk diberi izin mengambil data pada kantor/instansi yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research / Survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan
Kabid. Pembelajaran dan Sistem
Informasi Akademik



Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc





Lampiran 5: Surat Persetujuan Riset



PT. TOR GANDA

KANTOR : JL. ABDULLAH LUBIS NO. 26 TELP. (061) 4151950 (HUNTING) FAX. (061) 4156378 MEDAN 20153 PO. BOX. 1656

- PERKEBUNAN SIBISA MANGATUR - TORGAMBA
- PERKEBUNAN RANTAU KASAI - TAMBUSAI
- PERKEBUNAN TAHUN GANDA - AEK KORSIK
- PERKEBUNAN PANGKATAN - AEK NABARA

Nomor : TG-KP/UMA/Pers/223/P/VII/2025
Hal : Persetujuan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UNIVERSITAS MEDAN AREA
di
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat pengantar dengan nomor : 2201/FEB/01.1/VII/2025, perihal Perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi Saudara Robertus Sepianus Giawa dengan judul, **"Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan PT. Tor Ganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau)"**

Perlu Kami sampaikan beberapa hal :

1. Pada prinsipnya Kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut ditempat Kami
2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik
3. Waktu pengambilan data dilakukan selama satu bulan setelah tanggal ditetapkan.

Demikian surat ini Kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Perk. Karya Perdana, 10 Juli 2025



Kepala Personalia

Lampiran 6: Surat Pengantar Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
 Website: www.ekonomi.uma.ac.id E-Mail: ekonomi@uma.ac.id

Medan, 01 Agustus 2025

Nomor : 2502/TEB/01.1/VIII/2025
 Lamp. : -
 Perihal : Surat Pengantar Selesai Riset

Kepada Yth,
 Bapak/Ibu
Pimpinan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana
Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu
Provinsi Riau
 di -
 Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan surat selesai riset kepada mahasiswa kami yang telah melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Robertus Sepianus Giawa
 NPM : 218320124
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brilink (Studi Kasus Karyawan PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau)**" Kegiatan pengumpulan data berlangsung di **PT. Torganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di tempat Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Fitriani Tobing, SE, M.Si



Lampiran 7: Surat Selesai Riset



PT. TOR GANDA

KANTOR : JL. ABDULLAH LUBIS NO. 26 TELP. (061) 4151950 (HUNTING) FAX. (061) 4156378 MEDAN 20153 P.O. BOX. 1656

- PERKEBUNAN SIBISA MANGATUR - TORGAMBA
- PERKEBUNAN TAHUAN GANDA - AEK KORSIK

- PERKEBUNAN RANTAU KASAI - TAMBUSAI
- PERKEBUNAN PANGKATAN - AEK NABARA

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
 Nomor : TG-KP/UMA/Ket/ 260 /P/VIII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Selamat

Jabatan : Kepala Personalia

Alamat : Perk. Karya Perdana, Kcc. Tambusai Utara, Kab.Rokan Hulu

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Robertus Sepianus Giawa

NPM : 218320124

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Managemen

Perguruan Tinggi : Universitas Medan Area

Telah selesai melakukan penelitian di PT. Tor Ganda Perkebunan Karya Perdana selama 1 bulan, terhitung mulai Juli sampai dengan Agustus 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Produk Brillink (Studi Kasus Karyawan PT. Tor Ganda Perkebunan Karya Perdana Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau)”

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Perk. Karya Perdana, 13 Agustus 2025



Selamat
Kepala Personalia