

**PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAAN  
PELANGGAN TERHADAP HUBUNGAN KERJASAMA  
JANGKA PANJANG BANK PENYELENGGARA  
AGEN LAKU PANDAI DIKAJI DALAM  
PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH*  
(Studi Pada Agen BRILINK Kota Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Oleh :**

**DEA AGUSTIN  
NPM : 1951020043**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN  
INTAN LAMPUNG  
1445 H/2024 M**

**PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAAN  
PELANGGAN TERHADAP HUBUNGAN KERJASAMA  
JANGKA PANJANG BANK PENYELENGGARA  
AGEN LAKU PANDAI DIKAJI DALAM  
PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH*  
(Studi Pada Agen BRILINK Kota Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh :

**DEA AGUSTIN  
NPM : 1951020043**

**Pembimbing Akademik I: Dr. Ahmad Habibi,S.E.,M.E  
Pembimbing Akademik II: Zulaikah,M.E**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN  
INTAN LAMPUNG  
1445 H/2024**

## ABSTRAK

Pihak BRI merasa kesulitan dalam pengawasan terhadap posisi agen BRILink yang sering berpindah tempat usaha bahkan bisa tiba-tiba pindah sampai antar kabupaten dan sulit mensekukan materi komunikasi pada agen BRILink, dimana para agen BRILink saling berlomba membuat branding sendiri dengan alasan untuk lebih menarik perhatian konsumen. Rumusan masalah ini Apakah reputasi, kepercayaan dan kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial dan simultan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai dan Implementasi Tinjauan *Maqashid Syariah* dalam penerapan Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap hubungan kerjasama jangka panjang antar bank penyelenggara agen laku pandai dan Implementasi tinjauan *Maqashid Syariah* dalam penerapan agen laku pandai BRILink Kota Bandar Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Sumber data ini adalah data primer. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan kuisioner dalam skala likert. Metode analisis menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f), kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian dan analisis data dalam penelitian ini bahwa secara parsial dan simultan reputasi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan kerjasama jangka panjang bank penyelenggara agen laku pandai di BRILink Kota Bandar Lampung. *Maqashid Syariah* adalah koridor terkait yang mendasari pengembangan sistem, praktik, dan bahkan produk perbankan dalam agen BRILink Kota Bandar Lampung.

Kata kunci: Reputasi, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, BRILink *Maqashid Syariah*.

## ABSTRACT

*The problems that occurred with several BRILink agents in the city of Bandar Lampung were the crime of robbery, fraud in transactions with modes that did not match the nominal transferred via BRILink and Hypnotism. The formulation of this problem is whether reputation, trust and customer satisfaction partially and simultaneously influence the Long-term Inter-Bank Cooperation Relationship between Laku Pandai Agents and the Implementation of Maqashid Syariah Review in the implementation of Laku Pandai Agents BRILink in Bandar Lampung City. The purpose of this study was to determine Reputation, Trust and Customer satisfaction has a partial and simultaneous effect on long-term cooperative relationships between banks providing clever behavior agents and the implementation of Maqashid Syariah review in the application of clever behavior agents BRILink Bandar Lampung City.*

*The method used in this research is quantitative research with associative characteristics. This data source is primary data. The research sample was 100 respondents who were taken using a questionnaire on a Likert scale. The analytical method uses validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis testing (*t* test and *f* test), then the data is processed using the SPSS 25 application.*

*The results of the research and data analysis in this study show that partially and simultaneously the variables of reputation, trust and customer satisfaction have a positive and significant effect on the long-term cooperative relationship of the bank that runs the clever agent at BRILink, Bandar Lampung City. Maqashid Syariah is a related corridor that underlies the development of banking systems, practices and even products within BRILink agents in Bandar Lampung City*

*Keywords: Reputation, Trust, Customer Satisfaction, BRILink Maqashid Syaria*



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Leknol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dea Agustin  
NPM : 1951020043  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji Dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Agen BRILINK Kota Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, Januari 2024



Dea Agustin  
1951020043



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Lektorn H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030*


**SURAT PERSETUJUAN**

**Judul : Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Diteliti Dalam Perspektif Maqushid Syariah (Studi Pada Agen BRILINK Kota Bandar Lampung**

**Nama : Dea Agustin  
NPM : 1951020043  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**  
  
**Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**  
**NIP. 197905142003121003**

**Pembimbing II**  
  
**Zulaikah, M.E.**  
**NIP. 199104192019032014**

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

  
**Any Eliza, S.E., M.S., Akt.**  
**NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Lektol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704050

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji Dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Agen BRILINK Kota Bandar Lampung)”** disusun oleh **Dea Agustini, NPM.1951020043** Program Studi **Perbankan Syariah** telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal **Senin, 18 Desember 2023**

**TIM PENGUJI**

**Ketua Sidang : H.Supaajo, M.H**

**Sekretaris : Oza Restianita, S.EL, M.E**

**Penguji I : Ersi Sisdianto, M.Ak**

**Penguji II : Zulaikah, M.E**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Nurris Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA**

**NIP. 197009262008011008**

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. Atas segala nikmat-Nya sehingga penulis mampu menyajikan hasil penelitian yang semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Dengan lafal *Bismillah* dan rasa syukur serta kerendahan hati, penulis persembahkan hasil ini kepada :

1. Kedua orangtua saya yang menjadi alasan saya untuk selalu bertahan disetiap langkah, Ibu tercinta Hamsiah yang telah melahirkan saya ke dunia ini dan tiada hentinya mendoakan, menyayangi, serta memotivasi. Ayahanda tersayang Rohmat yang sangat saya kagumi yang selalu memberikan motivasi, dukungan moril dan materil serta kasih sayang yang tak terhingga. Terimakasih atas segalanya, tanpa kalian saya tidak bisa melangkah sampai di titik ini.
2. Dua Kakak kandung saya yang selalu ada dan selalu memberikan semangat dan dukungan. M. Bahreni, Siti Rahmadiyah, S.Pd serta Kakak Ipar saya Alex Priyanto, S.Pd. Terimakasih atas dukungan kalian sudah membantu proses perkuliahan adekmu ini hingga lulus.
3. Ponakan kecil saya bernama Nadhif Prima Firdaus terimakasih sudah menghibur dan canda tawa yang menjadi bahagia.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Dea Agustin, dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 17 Agustus 2001. Penulis merupakan anak terakhir dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Rohmat dan Ibu Hamsiah. Berikut riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis :

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Tanjung Gading Kota Bandar Lampung lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2013
2. Sekolah Menengah Pertama (SMPN) 12 Bandar Lampung lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2016
3. Sekolah Menengah Kejuruan (SMKN) 4 Bandar Lampung lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2019
4. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2019



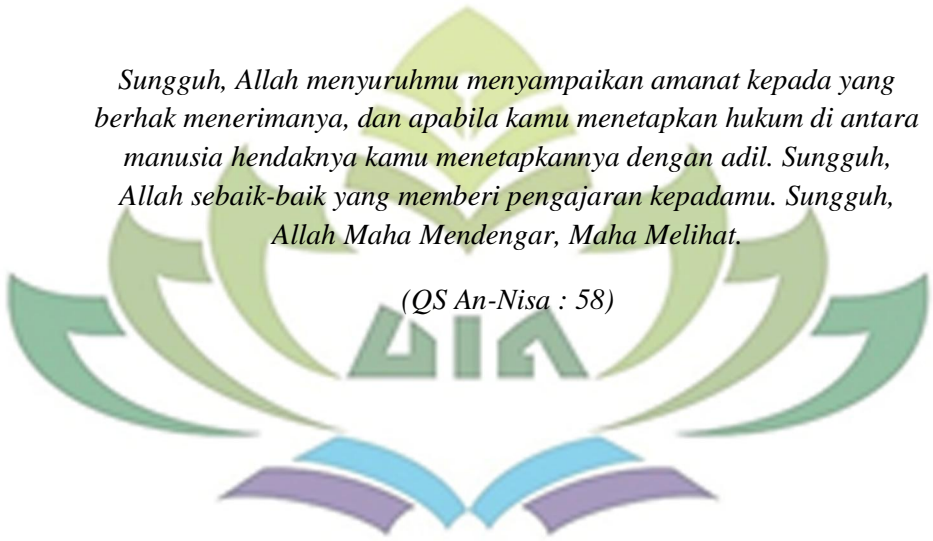
## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

سَمِيعًا بَصِيرًا

*Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.*

(QS An-Nisa : 58)



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji Dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Agen BRILINK Kota Bandar Lampung)”** dapat diselesaikan .Shalawat beriring salam senantiasa kita sampaikan kepada nabi besar kita, Muhammad SAW, Para sahabat dan pengikutnya. Skripsi ini di tulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program sarjana satu (S1), Program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa juga dihanturkan Terima Kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto., M.M, Akt., C.A Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak., Akt Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ahmad Habibi,S.E.,M.E Selaku Pembimbing Akademik I yang dengan sabar memberikan pengarahan, bantuan, saran dan bimbingan.
4. Ibu Zulaikah,M.E Selaku Pembimbing Akademik II yang dengan sabar memberikan pengarahan, bantuan, dan bimbingan.

5. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama perkuliahan.
6. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mempertemukan penulis dengan banyak jendela dunia.
7. Seluruh angkatan 2019 khususnya untuk Perbankan Syariah Kelas D, yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu namanya yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dukungan selama proses perkuliahan hingga proses skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan waktu, dan kemampuan yang dimiliki dalam menulis skripsi ini. Untuk itu kepada para pembaca dapat memberikan saran yang membangun guna melengkapi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, ..... 2024

Penulis:

Dea Agustin

NPM: 1951020043

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Fokus dan Subfokus Penelitian .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
G. Penelitian Terdahulu Yang Relefan.....	14
H. Sistematika Penulisan.....	21

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Agensi ( <i>Agency Theory</i> ) .....	22
B. Reputasi .....	24
C. Kepercayaan .....	27
D. Kepuasan Pelanggan.....	32
E. Hubungan Kerjasama Jangka Panjang .....	35
F. <i>Branchleas Banking</i> .....	36
G. <i>Maqashid Syariah</i> .....	40
H. Kerangka Berfikir.....	45

I. Pengajuan Hipotesis .....	47
------------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	55
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	56
C. Populasi, Teknik dan Sampel Penelitian.....	56
D. Definisi Operasional Variabel.....	61
E. Metode Analisis Data.....	66
F. Pengujian Hipotesis.....	70

### **BAB IV HASIL, ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	73
B. Analisis Data.....	85
C. Pembahasan.....	102

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	117
B. Rekomendasi .....	117

<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>118</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>
----------------------	------------

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Agen BRILink Kota Bandar Lampung.....	6
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Penentuan Waktu Penelitian.....	55
Tabel 3.2 Perkembangan Jumlah BRILink.....	57
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert .....	61
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel .....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja .....	75
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Perbulan .....	75
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Reputasi (X1) .....	76
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Kepercayaan (X2).....	78
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (X3) .....	80
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Hubungan Kerjasama Jangka Panjang (Y) .....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi.....	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan..	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Hubungan Kerjasama Jangka Panjang .....	88
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	89
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	93
Tabel 4.17 Ouput Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda .....	94
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Parsial (Uji T).....	96
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	99
Tabel 4.20 Hasil Nilai R Square .....	100
Tabel 4.21 Proporsi Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen.....	101

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 (Kerangka Berfikir Secara Parsial)..... 46





**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1.1 Surat Izin Riset Fakultas .....	123
Lampiran 1.2 Surat Balasan Izin Riset dari Bank BRI Kanwil Kota Bandar Lampung .....	123
Lampiran 1.3 Kuisisioner Penelitian .....	124
Lampiran 1.4 Nama Data Responden .....	132
Lampiran 1.5 Tabulasi Data .....	134
Lampiran 1.6 Karakteristik Responden .....	135
Lampiran 1.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel .....	136
Lampiran 1.8 Deskriptif Statistik .....	139
Lampiran 1.9 Uji Validitas (X1,X2,X3 Dan Y).....	138
Lampiran 1.10 Uji Reliabilitas (X1,X2,X3 Dan Y) .....	139
Lampiran 1.11 Uji Asumsi Klasik .....	140
Lampiran 1.12 Analisis Regresi Linear Berganda .....	143
Lampiran 1.13 Uji Hipotesis .....	143
Lampiran 1.14 Koefisien Determinasi .....	144
Lampiran 1.15 Dokumentasi Kuisisioner Penelitian .....	145
Lampiran 1.16 Surat Keterangan Turnitin .....	146

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Langkah awal untuk memahami judul skripsi ini dan untuk terhindar dari kesalahpahaman, maka penulis menjelaskan beberapa kata yang menjadi sub tema dalam judul skripsi ini. Judul skripsi yang dimaksudkan adalah "Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji dalam Perspektif *Maqashid Syariah* (Studi Agen Brilink Kota Bandar Lampung)". Adapun uraian pengertian dari beberapa kata yang terdapat dalam judul proposal ini yaitu, sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh

Pengaruh dalam penelitian disebut dengan akibat asosiatif, yaitu menemukan perkaitan nilai antar variabel<sup>1</sup>. Sedangkan dalam variabel penelitian ini pengaruh berarti seberapa besar hubungan antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen).

#### 2. Reputasi

Reputasi adalah seberapa jauh pihak distributor tersebut dipercaya oleh orang-orang dan perusahaan lain dalam lingkungan bisnisnya<sup>2</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa penting bagi mitra kerja untuk mengetahui track record dari perusahaan yang akan bekerjasama dengan mereka. Keinginan sebuah perusahaan untuk bermitra dengan perusahaan lain terkadang didasari oleh pengalaman perusahaan yang lainnya dalam lingkungan industri bersangkutan.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, „ Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D", (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2019), h.444.

<sup>2</sup> Priadhi Harry Ramdhany, “Hubungan Hukum Antara Bank Dengan Agen Laku Pandai (Branchless Banking) Dalam Pelaksanaan Perantara Keuangan (Financial Intermediary) Dihubungkan Dengan Prinsip Kepercayaan (Fiduciary Principle),” *Aktualita (Jurnal Hukum)* 2, no. 2 (2019): 455–72, <https://doi.org/10.29313/aktualita.v2i2.4841..>

### 3. Kepercayaan

Kepercayaan menurut adalah suatu harapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui kata-kata, tindakan atau keputusan bertindak oportunistik<sup>3</sup>. Artinya ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati.

### 4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Penelitian yang dilakukan oleh Risma (2016)<sup>4</sup> membuktikan bahwa kepuasan baik dalam bentuk ekonomi misalnya aspek *financial* maupun non ekonomi misalnya kepuasan akan pelayanan yang diberikan akan berdampak pada hubungan kerjasama kepuasan. Pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan pun menjadi hal krusial karena menyangkut akan tingkat kepuasan mitra kerja.

### 5. Hubungan Kerjasama Jangka Panjang

Hubungan kerjasama Jangka Panjang dapat diartikan sebagai pembangunan aliansi dan kemitraan, serta bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan yang telah disepakati<sup>5</sup>. Secara umum hubungan yang ingin dicapai berupa kedalaman dan kedekatan antara perusahaan dengan mitra.

---

<sup>3</sup> Susetyo Darmanto Dian Rakhmawati, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Kepercayaan Dan Kerjasama Tim Terhadap Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri Industri Kayu Brumbung Satu Jawa Tengah)," Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen 29, no. 1 (2014): h 83.

<sup>4</sup> Risma Mutia Taat, "Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen", 2016,h.50.

<sup>5</sup> Gede sada Wijaya, "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Debitur Melalui Kepercayaan Dan Komitmen Relasional Pada PT Bank Negara Indonesia" 10, no. 2 (2015),h.30.

## 6. Layanan Keuangan Tanpa Kantor (Laku Pandai)

Laku Pandai singkatan dari Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif, yaitu program penyediaan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya melalui kerjasama dengan pihak lain (agen bank) dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi<sup>6</sup>.

## 7. Agen Brilink

BRILink adalah produk keagenan milik bank dimana pihak-pihak yang bergabung menjadi rekanan bank dapat memanfaatkan *biller* atau *merchant* bank untuk melayani kebutuhan transaksi nasabah atau non nasabah dan memperoleh keuntungan dengan konsep pembagian komisi (*Sharing Fee*)<sup>7</sup>.

## 8. Maqashid Syariah

*Maqashid Syariah* berarti tujuan dan rahasia yang telah ditetapkan syari' pada setiap hukum-Nya berarti tujuan yang ditetapkan syariat untuk kemaslahatan manusia. Maka *maqashid syari'ah* berarti kandungan nilai yang menjadi tujuan pensyariaan hukum<sup>8</sup>.

Berdasarkan uraian penegasan judul diatas yang bertujuan agar mempermudah pemahaman, juga untuk mengarahkan pada pengertian yang jelas sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, maka dapat ditegaskan bahwa judul penelitian adalah kajian yang menganalisis bagaimana Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji dalam

---

<sup>6</sup> Prani Sastiono and Chaikal Nuryakin, "Inklusi Keuangan Melalui Program Layanan Keuangan Digital Dan Laku Pandai Financial Inclusion: Case Study of LKD and Laku Pandai Program," *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 19, no. 2 (2019): 242–62, h.30.

<sup>7</sup> Herman Ahmadi, "Analisis Penerapan Brilink Di Bank Bri Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion," *Inventory: Jurnal Akuntansi* 2, no. 1 (2018): 211, <https://doi.org/10.25273/inventory.v1i2.2441>, h.25.

<sup>8</sup> Sandy Rizki Febriadi, "Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Bidang Perbankan Syariah," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2017): 231–45, <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2585>, h.33.

Perspektif *Maqashid Syariah* Pada Agen Brilink Kota Bandar Lampung.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Kondisi dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan ini selain disebabkan oleh perkembangan internal dunia perbankan, juga tidak lepas dari pengaruh perkembangan di luar dunia perbankan, seperti sektor ril dalam perekonomian, politik, hukum, dan sosial. Otoritas jasa keuangan (OJK) menegaskan, sampai saat ini kondisi kesehatan bank secara umum masih bagus dari 188 bank, sebagian besar memiliki rating II atau bagus dan hanya sekitar 10 persen yang rating III atau standar. Industri perbankan pada masih tumbuh. Kredit tumbuh 4,18 persen. Dana tumbuh sekitar 4,5 persen. Bank melakukan inovasi-inovasi baru dalam meningkatkan produk dan jasa perbankan serta meningkatkan pelayanan jasa bank<sup>9</sup>.

Dengan adanya daya saing yang tinggi mendorong para pelaku bisnis di bidang perbankan untuk terus melakukan terobosan dan inovasi agar perusahaan yang dikelola mampu berkembang dan bertahan untuk mencapai tujuan perusahaan, salah satu lembaga bank di Indonesia yaitu bank BRI<sup>10</sup>. Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank terbesar yang ada di Indonesia milik pemerintah. Bank BRI didirikan pada tanggal 16 Desember 1895 di Purwokerto.

Pemerintah Indonesia menrancangkan program Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) melalui Otoritas Jasa Keuangan (*The Financial Services Authority*)/OJK, dengan melahirkan program Keuangan Inklusif sekaligus dengan dasar hukumnya yaitu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2022 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor

---

<sup>9</sup> Dela Mulyasari, "Mekanisme Transaksi BRILink (Studi di desa sidokter kecamatan bumi ratu nuban lampung tengah)", Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2019.h.56

<sup>10</sup> Mardani, "Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia", (Jakarta: Kencana, 2015), Cet. 1, h.50

Dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai)<sup>11</sup>. Salah satunya yaitu Bank BRI menjalin kerjasama dengan nasabah untuk menjadi agen yang dapat melayani transaksi perbankan. Inovasi layanan channel tersebut adalah BRILink. Cara kerjanya adalah dengan menggunakan fitur EDC Mini ATM dan aplikasi digital dari BRILink.

Sesuai dengan apa yang telah diuraikan di atas, untuk membangun sistem distribusi yang baik dan efisien dapat dilakukan melalui hubungan kerjasama yang bersifat jangka panjang<sup>12</sup>. Hubungan kerjasama yang berkualitas tentu akan mendukung tercapainya tujuan akhir dari program Laku Pandai ini. Menurut Zineidin ada beberapa fungsi dalam kualitas hubungan kerjasama diantaranya adalah kooperasi, kemampuan dan kinerja karyawan, sumberdaya fisik, kualitas distribusi dan penentuan harga produk, pembagian informasi, pengalaman, harapan konsumen dan kepuasan<sup>13</sup>

Permasalahan yang terjadi beberapa agen BRILink di kota Bandar Lampung dari eksternalnya yaitu berdasarkan wawancara salah satu karyawan BRILink yang terkena perampokan BRILink sejumlah 18 Juta. Pelaku perampokan menggunakan bersenjata api (Senpi). Leni Oktavia mengatakan, perampokan terjadi di Hari Jumat bulan November 2022 dan uang tunai digasak pelaku sebesar Rp 18 Juta dengan modus awal ingin transfer sejumlah 10juta<sup>14</sup>. Selain itu permasalahan internal berdasarkan wawancara dari salah satu pegawai Bank BRI Kanwil Kota Bandar Lampung bagian penanganan BRILINK mengatakan bahwa kendala saat ini terhadap Agen BRILink yaitu pengawasan terhadap posisi agen

---

<sup>11</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “*Buku Saku Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka keuangan Inklusif*”, (Jakarta: Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan, 2019), h.107

<sup>12</sup> Ahmadi, “*Analisis Penerapan Brilink Di Bank Bri Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion*”, *Inventory: Jurnal Akuntansi* 2, no. 1 (2018): 211, <https://doi.org/10.25273/inventory.v1i2.2441.h.30>

<sup>13</sup> Mosad Zineldin and Valentina Vasicheva, “*Strategic Alliances, Total Relationship Management (TRM) and 5 QS - Why Most of the Marriages and Strategic Alliances Are Not Sustainable?*,” *Nang Yan Business Journal* 2, no. 1 (2014): 140–50, <https://doi.org/10.2478/nybj-2014-0034>.

<sup>14</sup> Wawancara dengan Leni Oktavia, pada tanggal 23 Februari 2023, pukul 13.00 WIB

BRILink yang sering berpindah tempat usaha bahkan bisa tiba-tiba pindah sampai antar kabupaten. Pihak Bank BRI kesulitan melacak para agen BRILink yang berjumlah lebih dari 30ribuan di Kota Bandar Lampung karena mesin EDC Konvensional belum dilengkapi dengan GPS. Kendala yang kedua sulitnya menyeragamkan materi komunikasi pada agen BRILink , dimana para agen BRILink saling berlomba membuat branding sendiri dengan alasan untuk lebih menarik perhatian konsumen<sup>15</sup>.

Namun keberadaan agen BRILink ini akan sangat membantu bagi nasabah yang kesulitan mengakses lokasi kantor bank. BRILink merupakan salah satu inovasi pemasaran yang bagus oleh bank BRI, karena dengan adanya BRILink baik nasabah maupun agen BRILink akan sama-sama diuntungkan. Secara tidak langsung keberadaan BRILink telah membantu mendorong kemajuan ekonomi nasional karena telah menciptakan UMKM baru bagi masyarakat. Keagenan BRILink semakin hari semakin bertambah banyak yang tersebar di berbagai kota di Indonesia salah satunya di Bandar Lampung. Dibuktikan dengan data jumlah agen BRILink lima tahun terakhir di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah agen BRILink 5 tahun terakhir**

No	Tahun	Jumlah BRILink Kota Bandar Lampung
1	2018	1426
2	2019	1808
3	2020	2336
4	2021	2337
5	2022	3478

*Sumber: Data Publikasi Bank BRI Kanwil Kota Bandar Lampung*

Adapun faktor yang mendukung hubungan kerjasama jangka Panjang diantaranya Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan. Reputasi bank atau perusahaan, merupakan persepsi

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Yulianto staf BRILink Kanwil Kota Bandar Lampung pada tanggal 21 Desember 2023 Pukul 12.30 WIB

yang dibangun dari kinerja sumber daya manusia di perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Dengan adanya kasus perampokan dan penipuan yang terjadi pada agen BRILink Kota Bandar Lampung akan berdampak pada reputasi perusahaan.

Kasus yang terjadi pada reputasi perusahaan dilansir oleh Medinas Lampung News yaitu. Hendra Gunawan (HG) oknum Karyawan tetap PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang Teluk Betung Kota Bandar Lampung dengan jabatan sebagai Mantri (marketing) diduga melakukan penggelapan dan penipuan terhadap Antoni Harun warga Candi Mas Natar Senilai 1,5 Milyar<sup>16</sup>. Permasalahan lainnya berdasarkan wawancara kepada pihak Bank BRI Kanwil Bandar Lampung bidang penanganan BRILink mengatkan banyaknya Agen-Agen BRILink palsu dimana mereka memakai merk agen BRILink, padahal mereka bukan merupakan agen BRILink resmi. Ketika terjadi kesalahan yang tidak sesuai dengan prosedur ketentuan dari pihak Bank BRI maka akan merugikan beberapa pihak lainnya terutama nama baik perusahaan Bank BRI itu sendiri<sup>17</sup>.

Untuk memenuhi reputasi yang positif dan berkepanjangan, dibutuhkan tenaga kerja yang terampil dan memiliki kemampuan untuk menciptakan, membangun, dan memelihara hubungan yang baik antar konsumen maupun perusahaan lain. Reputasi bank perlu diperhatikan bagi nasabah calon agen BRILink karena dengan reputasi bank yang baik atau buruk akan berpengaruh terhadap konsumen yang akan menggunakan jasa dari bank tersebut<sup>18</sup>.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Joko Cahyono yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

---

<sup>16</sup> <https://Lampung.tribunnews.com>, diakses hari Rabu, 12 Juli 2017, pukul 10:49 WIB

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Yulianto staf BRILink Kanwil Kota Bandar Lampung pada tanggal 21 Desember 2023 Pukul 12.30 WIB

<sup>18</sup> Taat, “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen.”, Yogyakarta, *Journal Hukum Ekonomi*, no.2 (2016), h.10



Perusahaan” mengatakan reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan kerja sama jangka panjang<sup>19</sup>.

Selain reputasi bank, kepercayaan ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati juga merupakan salah satu faktor yang akan menentukan keputusan nasabah untuk menjadi agen BRILink. Permasalahan yang terjadi pada kepercayaan perusahaan berdasarkan wawancara oleh pihak BRI Kanwil Kota Bandar Lampung mengatakan adanya monopoli oleh beberapa pihak pemilik agen BRILink sehingga saat ini BRI membatasi kepemilikan agen BRILink jadi 1 orang hanya boleh memiliki maksimal 5 mesin EDC BRILink<sup>20</sup>. Dari permasalahan tersebut dapat dipahami bahwa kepercayaan yang dimaksud suatu upaya yang diberikan oleh Pihak BRI ke Agen BRILink guna mencapai keselarasan tujuan bersama yang diinginkan sehingga akan mendatangkan citra positif bagi perusahaan<sup>21</sup>.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Risma Taat yang berjudul “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Laku Pandai dan Agen” kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan kerja sama jangka panjang.<sup>22</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan instrument faktor yang mempengaruhi hubungan kerja sama jangka panjang. Kepuasan pelanggan haruslah dipertahankan dan ditingkatkan dalam

---

<sup>19</sup> Cahyono et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan.”, *Jurnal Ekonomi* no 3 (2010) h.35

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Yulianto staf BRILink Kanwil Kota Bandar Lampung pada tanggal 21 Desember 2023 Pukul 12.30 WIB

<sup>21</sup> Dian Rakhmawati, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Kepercayaan Dan Kerjasama Tim Terhadap Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri Industri Kayu Brumbung Satu Jawa Tengah).”, *Jurnal Manajemen*, no.2(2019), h.20

<sup>22</sup> Taat, “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen.” *Jurnal Manajemen*,no (2016,)h.15

melakukan pelayanan kepada para nasabah. Permasalahan yang terjadi dalam kepuasan pelanggan berdasarkan wawancara pihak BRI Kanwil Kota Bandar Lampung bidang penanganan BRILINK mengatakan Biaya Administrasi dalam penggunaan jasa BRILink yang tidak sesuai ketentuan tarif resmi dari pihak BRI berdasarkan jumlah transaksinya tapi pihak BRI tidak bisa mengawasi 30ribuan lebih para Agen BRILink<sup>23</sup>. Dengan adanya perbedaan tarif yang terlalu mahal sehingga berdampak ketidakpuasan konsumen dalam tarif para agen BRILink. Kepuasan baik dalam bentuk ekonomi misalnya aspek finansial maupun non ekonomi misalnya kepuasan akan pelayanan yang diberikan akan berdampak pada hubungan kerjasama. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik nasabah akan merasa puas dan akan menciptakan loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Jika nasabah mendapatkan pelayanan yang baik melebihi yang mereka harapkan maka kepercayaan nasabah terhadap bank juga akan meningkat<sup>24</sup>. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Supertini yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang” kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan kerja sama jangka panjang<sup>25</sup>.

Dari permasalahan diatas ditinjau dari *maqashid syariah* berdasarkan tujuannya yaitu *Hifdzh al-mal* (melindungi harta) bahwa untuk menjaganya, syariat Islam mengharamkan umatnya memakan harta manusia dengan jalan yang batil sehingga setiap transaksi dengan nominal lebih dari 10juta maka diarahkan

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Yulianto staf BRILink Kanwil Kota Bandar Lampung pada tanggal 21 Desember 2023 Pukul 12.30 WIB

<sup>24</sup> Anindya Dwiana Putri and Rahayu Tri Astuti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang),” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 2 (2017): 1–10, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr.h.10>

<sup>25</sup> Ni Putu Sri Supertini, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama jangka panjang,” *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 61, <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201.h.18>

langsung ke kantor Bank BRI setempat untuk menghindari kejahatan penipuan maupun perampokan karena Allah SWT mengharamkan membunuh manusia tanpa alasan yang dibenarkan oleh Islam.

Dalam Islam memberi tuntunan untuk menjalankan bisnis utamanya dalam interaksi sesama manusia sebagai partner kerja, dan hendaklah dalam menjalankan bisnis untuk melakukan hubungan baik kepada rekan bisnis kita dengan jalinan kerjasama yang kokoh tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan. Apabila hubungan baik sudah terjaga maka akan menimbulkan adanya kepercayaan nasabah. Dengan kepercayaan tersebut nasabah akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain secara terus menerus yang akhirnya menuju kepada peningkatan jumlah nasabah.

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Maidah [5]:2 yaitu

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Terjemahnya: “*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran*”

Ayat diatas menunjukkan bahwa yang dimaksudkan Islam adalah adanya kerja sama dalam pekerjaan-pekerjaan yang baik dan berguna bagi masyarakat sedangkan pekerjaan-pekerjaan yang menyebabkan tersebarnya kerusakan, kebatilan dan dosa, bukan hanya tidak baik bekerja sama, namun hal itu juga dilarang. Usmani (2014) mengatakan bahwa hadirnya *maqashid syariah* dipandang mampu mewujudkan pencapaian agama ketika diintegrasikan dalam filosofi perbankan syariah. Pemahaman tentang *maqashid al-syariah* menjadi penting agar kiranya bisa memberikan penilaian dan mengambil sikap dalam setiap transaksi, kejadian, hal, dan keadaan yang terus berkembang dalam konteks ekonomi, keuangan, dan bisnis. Harapannya, agar

seluruh elemen-elemen yang memiliki kepentingan dalam entitas bisa menjadi bagian yang integral dalam aktivitas entitas terkait

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang timbul didalam proses keagenan BRILink di dalam pengambilan keputusan untuk menjadi agen BRILink melalui judul **Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji dalam Perspektif *Maqashid Syariah* Pada Agen Brilink Kota Bandar Lampung.**

## C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

### 1. Fokus

Berdasarkan latar belakang masalah di atas agar penelitian tidak meluas, maka peneliti perlu membatasi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu penelitian yang difokuskan pada judul Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji dalam Perspektif *Maqashid Syariah* Pada Agen Brilink Kota Bandar Lampung.

### 2. Sub Fokus

Dengan subfokusnya dalam Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Dikaji dalam Perspektif *Maqashid Syariah* Pada Agen Brilink Kota Bandar Lampung” yaitu:

- a. Pengaruh Reputasi Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Brilink Kota Bandar Lampung
- b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Brilink Kota Bandar Lampung

- c. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai Brilink Kota Bandar Lampung
- d. Implementasi Tinjauan *Maqashid Syariah* dalam penerapan Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung ?
2. Apakah Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung ?
3. Bagaimana Implementasi Tinjauan *Maqashid Syariah* dalam penerapan Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada pada latar belakang, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung.
2. Untuk Mengetahui Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung.

3. Untuk Mengetahui Implementasi Tinjauan *Maqashid Syariah* dalam penerapan Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung.

## **F. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang dapat diambil bagi semua pihak yang berkepentingan. Selain itu di harapkan mempunyai kegunaan teoritis untuk mengembangkan ilmu lebih lanjut maupun kegunaan praktis menyangkut pemecahan permasalahan yang aktual. Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis
  - a. Bagi Mahasiswa/i Jurusan Perbankan Syariah, penelitian ini memberikan informasi dan kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan terutama penelitian yang berkaitan dengan analisis variabel hubungan kerjasama jangka panjang dalam Laku Pandai dalam perpesktif *maqashid syariah*
  - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan, serta memberikan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan teori perbankan syariah
2. Secara Praktis
  - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
  - b. Menjadi salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.
  - c. Sebagai bahan rujukan atau referensi mengenai perbankan syariah, khususnya mengenai Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Laku Pandai dan Agen Dikaji dalam

Perspektif *Maqashid Syariah* Pada Agen Brilink Kota Bandar Lampung

**G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan dijadikan sebagai acuan perbandingan untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan terkait dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Risma (2016)	“ Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Laku Pandai dan Agen “	<p><b>Reputasi</b> pengaruh yang signifikan terhadap hubungan kerjasama jangka panjang antar bank penyelenggara Laku Pandai dan agen.</p> <p><b>Kepercayaan</b> pengaruh yang signifikan terhadap hubungan kerjasama jangka panjang antar bank penyelenggara Laku Pandai sehingga</p> <p><b>Ketergantungan</b> pengaruh positif signifikan atau searah terhadap hubungan kerjasama jangka panjang antar bank penyelenggara Laku Pandai dan agen.</p> <p><b>Komunikasi</b> positif terhadap hubungan kerjasama jangka panjang antar bank penyelenggara Laku Pandai dan agen.</p> <p><b>Kepuasan</b> pengaruh yang positif atau searah terhadap variabel dependennya.</p> <p><b>Komitmen</b> pengaruh positif signifikan atau searah terhadap hubungan kerjasama jangka panjang antar bank</p>

			penyelenggara Laku Pandai dan agen <sup>26</sup>
2	Ahmadi (2018)	Analisis Penerapan Brilink di Bank BRI Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong <i>Financial Inclusion</i>	Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlangsungan layanan BRILink pada PT BRI (persero), Tbk Kantor Cyabang Madiun Cukup baik, serta adanya hambatan dalam penerapan BRILink ada pada Lokasi Agen dan Transaksi yang dilakukan agen mengalami kendala. <sup>27</sup>
3	Ghonimah Zumroatul Ainiyah dkk (2021)	“Analisis Penerapan Agen46 Sebagai Penyedia Layanan Keuangan Tanpa Kantor ( <i>Branchless Banking</i> ) dan Upaya Pendorong <i>Financial Inclusion</i> ”	Hasil Penelitian menunjukkan Agen46 sebagai penyedia layanan tanpa kantor untuk inklusi keuangan. Keberadaan Agen46 sangat bermanfaat bagi masyarakat Banjarnegara dalam memenuhi jasa keuangannya <sup>28</sup>
4	Aster Kusumawati (2015)	“Tanggung Jawab Agen Kepada Nasabah Penyimpan Dan Simpanannya Terhadap Layanan Perbankan Branchless Banking (Ditinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/Pojk.03/2014 Tanggal 19 November 2014 Tentang Layanan	Hasil Penelitiannya adalah bahwa keberadaan nasabah penyimpan sangatlah penting dalam dunia perbankan dan perekonomian, karena itulah pemerintah memberikan perlindungan hukum kepada data nasabah penyimpan dan simpanannya, tetapi apabila kita telaah lebih lanjut, ternyata masih ada peraturan yang belum mengatur lebih jelas kepada pihak-pihak yang seharusnya patut atau wajib

<sup>26</sup> Taat, “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen”, *Jurnal Hukum Ekonomi*, 2016, h.15

<sup>27</sup> Ahmadi, “Analisis Penerapan Brilink Di Bank Bri Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion.”, *Jurnal Ekonomi*, 2018, h.20

<sup>28</sup> Ghonimah Zumroatul Ainiyah, Fadilah Nurkholik, and Eling Ri Kurniati, “Analisis Penerapan Agen46 Sebagai Penyedia Layanan Keuangan Tanpa Kantor (*Branchless Banking*) Dan Upaya Pendorong Financial Inclusion,” *Medikonis* 12, no. 2 (2021): 20–32, <https://doi.org/10.52659/medikonis.v12i2.41>.



		Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif”	untuk merahaskan data nasabah dan simpanannya, dalam hal ini agen sebagaimana dimaksud di Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Apabila hak dan kewajiban agen serta sanksinya diatur secara jelas, maka layanan <i>branchless banking</i> yang diselenggarakan bank akan dapat mudah di terima oleh masyarakat karena masyarakat akan merasa aman dan nyaman terutama dalam menggunakan layanan <i>branchless banking</i> khususnya untuk menyimpan dananya pada agen dan untuk mewujudkan keuangan inklusif di Indonesia <sup>29</sup>
5	Ratnawati (2021)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Agen BRILink pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Sukamulia, Agen Ulong Khasbi Pratama di Desa Gapuk Kec. Suralaga	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Agen Brilink Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Sukamulia, Agen Ulong Khasbi Pratama Di Desa Gapuk Kecamatan. Suralaga. Jenis penelitian ini menggunakan Metodologi penelitian kualitatif yang bersifat senomenologis yaitu berusaha memahami arti peristiwa yang terjadi di lapangan dan situasi tertentu untuk mendapatkan data yang kongkrit maka peneliti perlu mengadakan pendekatan

<sup>29</sup> Aster Kusumawati, “Tanggung Jawab Agen Kepada Nasabah Penyimpan Dan Simpanannya Terhadap Layanan Perbankan,” *Universitas Brawijaya*, no. November 2014 (2015).h.10

			peneliti, kehadiran peneliti, sumber data, metode pengumpulan data, metode analisa data, dan keasahan data. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa syarat perjanjian keagenan terdiri dari agen perorangan, memiliki sumber penghasilan kegiatan usaha tetap, dan memiliki surat legalitas usaha. Tahap perusedur dan pengisian formulir, peyerahan dokumen, pemeriksaan dokumen, putusan persetujuan kerjasama dan peyerahan sertifikat agen. POJK dan Bank BRI tidak memasukan syarat kecakapan untuk calon agen BRILink <sup>30</sup>
--	--	--	---

Sumber : Data Diolah Tahun 2023

Dari tabel penelitian terdahulu diatas, bahwasannya memiliki perbedaan dan persamaan sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Risma Mutia Taat pada tahun 2016 yang berjudul “ Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Laku Pandai dan Agen”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama membahas Agen Laku Pandai, Hubungan Kerjasama , dan Inklusi Keuangan. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis hanya menggunakan 3 variabel yaitu reputasi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan dikaji dalam perspektif *maqashid syariah* pada agen BRILink Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian

---

<sup>30</sup> Ratnawati, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Agen Brilink Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Sukamulia, Agen Ulong Khasbi Pratama Di Desa Gapuk Kecamatan. Suralaga,” *Al-Watsiqah: Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah* 12, no. 02 (2021): 64–70, <https://doi.org/10.51806/al-watsiqah.v12i02.18>.

sebelumnya menggunakan 6 variabel yaitu reputasi, kepercayaan, ketergantungan, kepuasan, komitmen dan komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran tingkat partisipasi agen dalam penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan kendala yang dihadapi agen dalam melaksanakan transaksi. Hasil temuan lapangan menyatakan bahwa tingkat partisipasi agen dalam penyaluran KUR sangat rendah dan tingginya angka kendala yang dihadapi agen berupa jaringan *provider* yang tidak stabil.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Herman Armadi tahun 2018 yang berjudul “Analisis Penerapan Brilink di Bank BRI Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong *Financial Inclusion*”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama membahas agen BRILink dan Inklusi keuangan. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel yaitu reputasi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan dikaji dalam perspektif *maqashid syariah* pada agen BRILink Kota Bandar Lampung, Sedangkan penelitian sebelumnya mendeskripsikan hambatan yang ada dalam implementasi BRILink PT. BRI (Persero), Tbk. Kantor Cabang Madiun bisa mendorong inklusi keuangan di Madiun dan meningkatkan pelatihan penggunaan mesin EDC
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ghonimah Zumroatun Ainiyah, Fadilah Nurkholik dan Eling Ri Kurniati tahun 2021 berjudul “Analisis Penerapan Agen46 Sebagai Penyedia Layanan Keuangan Tanpa Kantor (*Branchless Banking*) dan Upaya Pendorong *Financial Inclusion*”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan dan penelitian ini sama-sama membahas Agen Laku Pandai. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel yaitu reputasi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan dikaji dalam perspektif *maqashid*

*syariah* pada agen BRILink Kota Bandar Lampung. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas untuk mengetahui peran dari Agen46 dalam aplikasinya sebagai layanan keuangan tanpa kantor untuk memenuhi kebutuhan keuangan Komunitas. Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan dalam hal ini penelitian merupakan data primer dengan melakukan wawancara dan observasi pada Agen46 di wilayah tersebut Kabupaten Banjarnegara sesuai dengan kriteria penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling, Hasil penelitian ini menunjukkan peran Agen46 sebagai penyedia layanan kantor cabang layanan perbankan untuk inklusi keuangan. Keberadaan agen46 sangat bermanfaat bagi masyarakat Banjarnegara untuk memenuhi kebutuhan jasa keuangannya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Aster Kusumawati tahun 2015 berjudul “Tanggung Jawab Agen Kepada Nasabah Penyimpan Dan Simpanannya Terhadap Layanan Perbankan Branchless Banking (Ditinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/Pojk.03/2014 Tanggal 19 November 2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif)”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan dan penelitian ini sama-sama membahas Agen Laku Pandai. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel yaitu reputasi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan dikaji dalam perspektif *maqashid syariah* pada agen BRILink Kota Bandar Lampung. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas variabel Tanggung Jawab Agen dengan ditinjau dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/Pojk.03/2014 Tanggal 19 November 2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Hasil Penelitiannya adalah bahwa keberadaan nasabah penyimpan sangatlah penting dalam dunia perbankan dan

perekonomian, karena itulah pemerintah memberikan perlindungan hukum kepada data nasabah penyimpan dan simpanannya, tetapi apabila kita telaah lebih lanjut, ternyata masih ada peraturan yang belum mengatur lebih jelas kepada pihak-pihak yang seharusnya patut atau wajib untuk merahasiakan data nasabah dan simpanannya, dalam hal ini agen sebagaimana dimaksud di Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ratnawati tahun 2021 berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Agen BRILink pada PT Bank Rakyat Indonesia TBK. Unit Sukamulia, Agen Ulong Khasbi Pratama di Desa Gapuk Kec. Suralaga”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan dan penelitian ini sama-sama membahas Agen Laku Pandai. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel yaitu reputasi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan dikaji dalam perspektif *maqashid syariah* pada agen BRILink Kota Bandar Lampung. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas Jenis penelitian ini menggunakan Metodologi penelitian kualitatif yang bersifat fenomenologis. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa syarat perjanjian keagenan terdiri dari agen perorangan, memiliki sumber penghasilan kegiatan usaha tetap, dan memiliki surat legalitas usaha. Tahap perusedur dan pengisian formulir, peyerahan dokumen, pemeriksaan dokumen, putusan persetujuan kerjasama dan peyerahan sertifikat agen. POJK dan Bank BRI tidak memasukan syarat kecakapan untuk calon agen BRILink

## **H. Sistematika Penulisan**

Penulisan ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari : Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab V Penutup.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan membahas tentang penegasan judul, latarbelakang masalah, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Menguraikan teori-teori yang dijadikan dan penelitian terdahulu yang diterapkan di bab I maka didapat kerangka pemikiran konseptual. Di akhir bab ini terdapat hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Menguraikan waktu dan penelitian, jenis dan sifat penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel dan metode analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Menguraikan tentang deskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis data.

### **BAB V PENUTUP**

Menguraikan tentang simpulan atas hasil bahasan data penelitian serta rekomendasi.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori ini mulai dikembangkan oleh Jensen dan Meckling sejak tahun 1976. Menurut Endrianto mengatakan teori keagenan menjelaskan bahwa hubungan keagenan antara satu orang atau lebih *principal* dengan *agent* guna melakukan tindakan atas nama prinsipal melalui proses pendelegasian wewenang pengambilan keputusan oleh agen.<sup>31</sup>

Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai terkait dengan pendekatan teori keagenan sebagai *based theory*. Hubungan *agency* ini muncul ketika salah satu pihak (*principal*) memberikan suatu amanah kepada pihak lain (*agent*) untuk bertindak sesuai dengan kepentingan *principal* dan melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Kontrak kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kontrak kerja antara pihak bank sebagai pemberi wewenang (*Principal*) dengan pihak agen BRILink sebagai pihak pelaksana (*Agent*). Hasil ini menunjukkan bahwa ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati juga merupakan salah satu faktor yang akan menentukan keputusan nasabah untuk menjadi agen BRILink.

Teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara *principal* dan *agent*. Teori agensi asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pertentangan kepentingan yang dapat terjadi salah satunya karena pihak perusahaan ingin tercapainya tingkat kepuasan yang

---

<sup>31</sup> Endrianto, W. "Analisa Pengaruh Penerapan Basel Dan Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Risiko Pada PT." Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Universitas Indonesia, 2010. Hal 83

selalu meningkat dan memaksimumkan kemakmurannya sedangkan agent juga ingin memaksimumkan kemakmurannya sendiri melalui kontrak kompensasi. Masalah keagenan juga akan terjadi jika antara pihak pelaksana (*agent*) dan pemilik bank atau perusahaan (*principal*) mempunyai sikap atau pandangan yang berbeda terhadap resiko<sup>32</sup>

Hubungan kerjasama Jangka Panjang sebagai pembangunan aliansi dan kemitraan, serta bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan yang telah disepakati. Secara umum hubungan yang ingin dicapai berupa kedalaman dan kedekatan antara perusahaan dengan agen. Hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan perusahaan dan agen baik dalam konteks produk dan diharapkan bahwa saling ketergantungan akan bernilai bagi perusahaan dalam jangka panjang. Nilai ketergantungan ini akan membuat mereka berusaha untuk saling membangun dan menjaga atribut-atribut yang berharga pada hubungan kerjasama mereka<sup>33</sup>.

Masalah keagenan yang terjadi antara *principal* dengan *agent* lebih banyak disebabkan oleh perbedaan tujuan antar keduanya. Benturan kepentingan yang tercipta diharapkan tidak memberikan efek negatif terhadap keberlangsungan perusahaan. Komunikasi yang efektif dan efisien yang terjalin antara *agent* dan *principal* dapat mengurangi efek negatif diantara keduanya. Mengacu pada mandat yang diberikan oleh *principal* kepada *agent* diharapkan membawa perusahaan ke arah kemajuan. *Principal* menginvestasikan dananya tentu dengan tujuan agar mendapat pengembalian yang sesuai, oleh karena itu sudah selayaknya agar agent mempertanggung-jawabkan segala tindakannya berkaitan dengan modal investasi *principal*.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> *Ibid.* hal 73

<sup>33</sup> Gede sada Wijaya, "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Debitur Melalui Kepercayaan Dan Komitmen Relasional Pada PT Bank Negara Indonesia" 10, no. 2 (2015),h.30.

<sup>34</sup> Denies Priantinah, Eksistensi Earnings Manajemen Dalam Hubungan Agen – Prinsipal, Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia, Vol. VI. No. 2 – Tahun 2018, H. 23



Dalam konsepsi Islam ada kejelasan mengenai hubungan yang berkaitan dengan suatu bentuk kerjasama antara *agent* dan *principal*. Bentuk relasi tersebut muncul dari konsep dasar amanah dalam kerangka kemutlakan tunggal atas kuasa ilahi. Dalam Teori *Agency* nilai dasar yang terkandung yaitu pendelegasian wewenang dan pertanggungjawaban<sup>35</sup>.

Dalam alquran terdapat ayat yang secara langsung mengikuti sesuai perjanjian yang telah disepakati, dimana firman Allah dalam Q.S. Al-Mā'idah/5: 1 mengatakan:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu”

## B. Reputasi

### 1. Pengertian Reputasi

Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. Sebab baik buruk dalam reputasi perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan memang suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik akan sangat berharga. Beberapa isu penting dalam manajemen reputasi dan pandangan masyarakat tentang reputasi<sup>36</sup>

Reputasi didefinisikan sebagai seberapa jauh pihak perusahaan tersebut dipercaya oleh agen dan perusahaan lain dalam lingkungan bisnisnya. Seringkali keinginan agen untuk menjalin hubungan dengan pihak perusahaan dalam jangka panjang dapat timbul berdasarkan atas pengalaman perusahaan lain atau agen lain. Reputasi dapat dengan

<sup>35</sup> Elfianto, “Agency Theory Dalam Perspektif Syariah” E-Journal Universitas Taman Siswa Padang,no.2(2020), h.33

<sup>36</sup> Syaf Tri Yulandra and Rice Haryati, “Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam,” Matua Jurnal 2, no. 4 (2020): 295–306, <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/221>,h.34.

mudah ditransfer antar perusahaan dan memperkuat kredibilitas perusahaan<sup>37</sup>. Suatu perusahaan yang memiliki reputasi baik dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan perusahaan lain. Banyak perusahaan yang memperhatikan faktor reputasi karena reputasi yang baik merupakan aset dalam menjalin suatu hubungan kerjasama.

Menurut Doney dan Cannon mengatakan reputasi perusahaan berhubungan dengan sejarah atau riwayat perusahaan terutama dalam hubungannya dengan pihak lain sehingga dengan riwayat perusahaan yang baik akan menambah kepercayaan pengecer terhadap perusahaan sebagai supplier dan bersedia membina hubungan dengan perusahaan tersebut. Pembinaan dan hubungan baik perusahaan dengan agen juga dipengaruhi oleh setiap aksi, tindakan, kegiatan maupun kata-kata yang dilakukan dan diucapkan oleh organisasi atau supplier maupun orang-orang yang ada di organisasi tersebut.<sup>38</sup>

Reputasi perusahaan adalah hasil evaluasi secara keseluruhan yang didapat dari pengalaman langsung selama berhubungan dengan pihak perusahaan, dari sudut pandang customer sebagai salah satu stakeholder, terhadap produk dan layanan perusahaan termasuk di dalamnya aktivitas komunikasi, dan interaksinya dengan perwakilan dari pihak perusahaan. Variabel reputasi perusahaan diukur dengan menggunakan skala Likert<sup>39</sup>

Menurut Fombrun bahwa reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, atau pun pelayanan yang mereka dapatkan, reputasi yang baik

---

<sup>37</sup> Doney, Patricia M & Joseph P Cannon, 1997, "An Examination of the Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship", Journal of Marketing, p.h.35

<sup>38</sup> Laurentius Christian Oktavianus et al., "Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi 13, no. 2 (2022): 218–27, <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022>, h.220.

<sup>39</sup> Andi Iswadi and Rahayu Tiastity, " Analisis Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi" ,Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan 15 (2015): h.26.

akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki<sup>40</sup>

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah nama baik/citra perusahaan yang dapat membuat agen yakin akan perusahaan tersebut. Selain itu juga berarti persepsi agen konsumen yang meliputi kemampuan perusahaan dalam menyediakan dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis, karena baik dan buruk dalam reputasi perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan tersebut.

## 2. Indikator Reputasi

Indikator - indikator yang ditampilkan dalam variabel reputasi perusahaan bersumber pada Miles dan Covin ,Doney, Cannon , dan Morgan Hunt (dalam Jurnal Marlien dan Tri)<sup>41</sup> yaitu :

1. Kredibilitas adalah kemampuan perusahaan untuk dapat diyakini oleh partner kerja baik secara tulisan/lisan.
2. Keandalan adalah gambaran ketangguhan perusahaan baik dalam hal pelayanan maupun produk yang dihasilkan.
3. Nama baik perusahaan adalah sesuatu yang dimata pihak lain terutama agen memiliki hal yang positif.

## C. Kepercayaan

---

<sup>40</sup> Fombrun, C.J., Gardberg, N.A. and Sever, J.M.(2000). *The reputation quotient: a multiple stakeholdermeasure of corporate reputation. Journal of Brand Management*, 7(4),h. 241

<sup>41</sup> Marlien and Tri Darmayanti, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Hubungan Jangka Panjang,” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 13, no. 2 (2006),h 178.

## 1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan menurut Costabile didefinisikan sebagai persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Sedangkan menurut Ziaullah, Feng dan Akhter kepercayaan adalah fundamental elemen yang penting dimana seseorang tersebut akan melakukan transaksi dengan orang lain. Dengan adanya hal tersebut membuat orang lebih merasakan tingkat resiko kesalahan yang akan diterima oleh seorang pelanggan kecil<sup>42</sup>.

Kepercayaan adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang agen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Ciri utama terbentuknya kepercayaan adalah persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman. Variabel kepercayaan pelanggan diukur dengan menggunakan skala *Likert*<sup>43</sup>

Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa mitra kerja akan melakukan tindakan yang positif. Artinya ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati<sup>44</sup>. Bahwa kepercayaan merupakan keyakinan akan tindakan positif dari pihak yang dipercaya. Kepercayaan agen dilandasi keyakinan bahwa pihak distributor tidak akan melakukan tindakan negatif yang akan merugikan agen.

---

<sup>42</sup> Yulandra and Haryati, "Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam.", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, no.2 (2018),h.50

<sup>43</sup> *Ibid.*h. 298

<sup>44</sup> Taat, "Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen.", *Jurnal Ekonomi*, no.2 (2018),h.30

Sementara itu berdasarkan Larzere dan Huston bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai *credibility* dan *benevolence*. Kredibilitas (*credibility*) dapat dikatakan sebagai harapan pada pernyataan partner kerja baik lisan maupun tulisan untuk dapat dipercayai dan diyakini. Sedangkan *benevolence* adalah suatu keadaan dimana satu partner memperhatikan kesejahteraan partner lain dan selalu memotivasi serta mengajak bekerjasama. Lebih jauh lagi menurut Maver, Davis dan Schoorman yang menyatakan bahwa kepercayaan berdasarkan kepada pengharapan dimana pihak lain itu memiliki apa yang kita harapkan, maka jelas sangat diperlukan sikap percaya diantara kedua belah pihak. Sikap percaya itu menjadi sangat penting untuk dibicarakan karena kepercayaan adalah dasar dari suatu hubungan kerjasama seperti dinyatakan oleh Hawest, Mast dan Swan bahwa karakteristik yang fundamental dalam suatu hubungan yang sukses antara pembeli dan penjual adalah kepercayaan<sup>45</sup>

## 2. Indikator Kepercayaan

Konsumen memiliki keyakinan terhadap *integritas*, *benevolence*, *competency* dan *predictability*. Dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

- a. *Integritas* adalah kejujuran dan kemampuan menepati janji dari pihak yang dipercaya (Agen). *Integritas* berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan Agenl dalam menjalankan bisnisnya. *Integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliabilty*).
- b. *Benevolence* (kebaikan hati) adalah perhatian dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pelanggan oleh bertransaksi jasa BRIlink. Kebaikan hati merupakan kemauan agen dalam memberikan kepuasan

---

<sup>45</sup> Marlien and Darmayanti, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Hubungan Jangka Panjang" Jurnal Ekonomi, no.2 (2020),h.34"

yang saling menguntungkan antara dirinya dengan pelanggan. Agen bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan Pelanggan. Benevolence meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

- c. *Competency* adalah kemampuan pihak penyelenggara Laku Pandai untuk melaksanakan kebutuhan dari Agen. Dalam hal ini, bagaimana Agen mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. *Competency* meliputi pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan
- d. *Predictability* adalah konsistensi perilaku oleh penjual. Kemampuan penjual untuk memberikan kepastian akan bertransaksi di agen, sehingga konsumen dapat mengantisipasi dan memprediksi tentang kinerja penjual. *Predictability* meliputi citra diri dari penjual, risiko atau akibat yang mampu diprediksi dan konsistensi<sup>46</sup>

### 3. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata shadiq ‘orang yang jujur’ berasal dari kata shidq ‘kejujuran’. Kata shiddiq adalah bentuk penekanan (*mubalaghah*) dari shadiq dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai ruhani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Restika Firdayanti, “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online,” *Journal of Social and Industrial Psychology* 1, no. 1 (2012): 1–7, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>.

<sup>47</sup> Toto Tasmara, “*Membudayakan Etos Kerja Islami*”, (Gema Insani Press, Jakarta, 2002),h.10

Perilaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas. Kejujuran dan integritas bagaikan dua sisi mata uang. Seseorang tidak cukup hanya memiliki keikhlasan dan kejujuran, tetapi dibutuhkan juga nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Akibatnya, mereka siap menghadapi risiko dan seluruh akibatnya dia hadapi dengan gagah berani, kebanggaan, dan penuh suka cita, dan tidak pernah terpikirkan untuk melemparkan tanggung jawabnya kepada orang lain.<sup>48</sup>

Jujur dan terpercaya (amanah) adalah akhlak yang harus ada dalam bisnis. Amanah artinya dapat “dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel”. Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya. Sedikit atau banyak, tidak mengambil lebih banyak daripada yang ia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan, *fee*, jasa atau upah buruh<sup>49</sup>.

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan<sup>50</sup>.

Pelaku bisnis yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak di akhirat bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada'. Sedangkan mereka semua di akhirat tidak memiliki tempat melainkan di surga. Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW bersabda: *“Dari Abu Sa’id r.a. dari Rasulullah SAW. Bersabda. ‘Seorang pebisnis yang yang jujur lagi amanah, maka ia akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada’.”* (H.R. Turmuzi)<sup>51</sup>.

---

<sup>48</sup> Ibid, h 81

<sup>49</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*”, (Pustaka Setia, Bandung, 2013), h. 69

<sup>50</sup> Kwat Ismanto, “*Manajemen Syari’ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari’ah*”, (Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009),h. 35.

<sup>51</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, Op. Cit, h. 294

Sikap amanah sangat erat kaitannya dengan cara dirinya mempertahankan prinsip dan kemudian bertanggung jawab untuk melaksanakan prinsi-prinsipnya tersebut dengan tetap menjaga keseimbangan dan melahirkan nilai manfaat yang berkesuaian. Prinsip merupakan fitrah paling pendasar bagi harga diri manusia. Menunaikan amanah dengan sebaik-baiknya merupakan ciri seorang professional<sup>52</sup>.

Dalam kepercayaan terdapat dimensi *reliable*. Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91 berbunyi:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ  
جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُعَلِّمُ مَا تُفْعَلُونَ

Artinya: *“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”*.<sup>53</sup>

## D. Kepuasan Pelanggan

### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

<sup>52</sup> Toto Tasmara, Op. Cit, hlm. 95.

<sup>53</sup> Ridwan, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses 12 Maret 2016



Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” yang artinya cukup baik, memadai. Dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai.<sup>54</sup>

Kepuasan adalah sesuatu yang dapat memberikan hasil sama atau melampaui harapan dari pelanggan. Kepuasan adalah hal yang dapat dirasakan dari banyak aspek seperti layanan tenaga penjualannya ataupun dari produknya atau disebut sebagai kepuasan menyeluruh. Kepuasan menyeluruh pada perusahaan adalah dapat timbul karena adanya pengalaman bertransaksi dengan suatu perusahaan yang menurut evaluasi telah memberikan kepuasan atau pelayanan terbaik sehingga memberikan reaksi positif dari pembelinya. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan dari agen atas perusahaan akan menimbulkan sikap senang atas transaksi itu dan memberikan dampak besar atas kelangsungan usaha atau hubungan jangka panjang. Adapun sikap kepuasan yang timbul dari pengalaman kerjasama itu adalah diantaranya kepuasan atas dasar produk yang dihasilkan, kepuasan atas jasa atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan fasilitas fisik yang diberikan oleh perusahaan untuk menjual produknya.<sup>55</sup>

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa kepuasan akan pelayanan dan transaksi dengan perusahaan akan menimbulkan keinginan untuk kembali bertransaksi dengan perusahaan tersebut. Keinginan tersebut timbul karena agen sebagai perantara penjualan langsung dari supplier telah mengerti tentang keadaan perusahaan tersebut, menerima kepuasan, mendapatkan kesan yang baik dari perusahaan sehingga menumbuhkan rasa percaya kepada kemampuan perusahaan sebagai supplier-nya. Hal ini didukung pula oleh

---

<sup>54</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, “*Manajemen Pemasaran*”,( Bandung : Erlangga, 2012).h.23

<sup>55</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, “*Total Quality Management*”, Edisi Revisi, (Yogyakarta : Erlangga, 2020),.h.37

pernyataan bahwa sebaiknya agen menyakini akan keandalan perusahaan dalam melakukan transaksi, menyeleksi yang mana yang memberikan kepuasan terbaik, sehingga akan memberi nilai lebih atas perusahaan dapat dikatakan nilai lebih itu akan menimbulkan kepercayaan dari agen. Sejalan dengan uraian sebelumnya, kepuasan akan adanya kerjasama yang telah ada juga merupakan aspek yang dimiliki perusahaan, baik dari aspek tenaga penjualan, aspek produk maupun aspek keadaan perusahaan itu sendiri.

#### **b. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Adapun indikator-indikator yang ditampilkan untuk variabel kepuasan adalah

1. Rasa Senang, adalah agen merasa senang pada perusahaan atas layanan dan produk yang diterima sehingga tak beralih ke perusahaan lain.
2. Transaksi ulang, adalah wujud kepuasan agen pada perusahaan atas layanan dan produk yang diterima sehingga melakukan transaksi lagi<sup>56</sup>.

#### **c. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam**

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Menurut pendapat Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

- 1) Sifat Jujur

---

<sup>56</sup> Siswanto Utomo, "Studi Tentang Kualitas Hubungan Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Agen CV. Garuda)," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* XIII, no. 2 (2014): 129–59.h.23

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : *"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."* (HR. Ahmad dan Thobrani).

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3) Sifat Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : *"Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu".*

### E. Hubungan Kerjasama Jangka Panjang

Hubungan jangka panjang sebagai persepsi mengenai saling ketergantungan perusahaan dan pemasok baik dalam konteks produk maupun hubungan dan diharapkan bahwa saling ketergantungan akan bernilai bagi perusahaan dalam jangka panjang. Nilai ketergantungan ini akan membuat mereka berusaha untuk saling membangun dan menjaga atribut-atribut yang berharga pada hubungan kerjasama mereka.

Secara umum hubungan yang ingin dicapai berupa kedalaman dan kedekatan antara perusahaan dengan mitra. Hubungan ini sangat dibutuhkan bagi kelangsungan dan kesinambungan. Apabila dalam hubungan usaha disadari bahwa semua kegiatan bisnis pada dasarnya untuk menghasilkan *value* pada customer, maka hubungan di antara perusahaan dengan mitra kerjanya dan hubungan antar fungsi dalam perusahaan tersebut perlu dinilai dari sudut pandang manfaat hubungan tersebut bagi pemuasan kebutuhan customer. Jika hubungan di antara perusahaan dengan mitra kerjanya mampu menghasilkan nilai bagi pelanggan, hubungan tersebut akan menjanjikan hubungan bisnis jangka panjang dan berdampak pada kinerja perusahaan yang bersangkutan.<sup>57</sup>

### F. *Branchless Banking*

Adalah kegiatan memberikan jasa layanan sistem pembayaran dan keuangan terbatas yang dilakukan tanpa fisik bank. Penggunaan sarana teknologi atau melibatkan jasa pihak ketiga melayani masyarakat yang secara aksesibilitas belum terlayani. Selain alasan efisien, penggunaan *Branchless Banking* dimaksudkan agar setiap masyarakat mendapatkan kenyamanan dan kecepatan transaksi perbankan tanpa teller bank<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> Cahyono et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan.", *Jurnal Ekonomi*, no.2 (2020), h.27

<sup>58</sup> Khanan, "*Aspek Yuridis Keberadaan Agen Dalam Model Branchless Banking Di Sistem Perbankan Indonesia*", *Privat law Vol.IV*, no. 1 Januari-Juni 2016 (2016): h.18.

Konsep *Branchless Banking* di Indonesia merupakan bagian inklusif keuangan yang ditetapkan sebagai program Pemerintah sebagai Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang diatur dalam SEBI Nomor 16/12/DPAU tanggal 22 Juli 2014 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 tentang layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif. Nasabah juga mendapatkan perlindungan atas haknya untuk mendapatkan ganti rugi atas kerugian yang dideritanya. Hal ini sesuai dengan Pasal 22 huruf f POJK No. 19/POJK.03/2014 yang menegaskan bahwa, “Bank penyelenggara wajib bertanggung jawab atas kerugian nasabah yang timbul dari perbuatan dan perbuatan agen yang termasuk dalam ruang lingkup agen. pelayanan sesuai dengan yang tercantum dalam perjanjian kerjasama”. Namun jika kerugian tersebut karena kesalahan atau kelalaian agen, maka agen harus bertanggung jawab sepenuhnya atas kerugian yang diderita oleh nasabah. Tanggung jawab dalam hubungan keagenan tersebut juga tertuang dalam perjanjian kerjasama antara BRI dan agen BRILink<sup>59</sup>.

Empat jenis produk layanan *Branchless Banking* atau Laku.Pandai yaitu: Rekening Tabungan, Kredit atau pembiayaan untuk nasabah mikro, Asuransi mikro, Produk keuangan lainnya dengan mendasarkan pada persetujuan Otoritas Jasa Keuangan<sup>60</sup>.

#### 1. BRILink

BRILink merupakan program Laku Pandai yang dijalankan oleh bank BRI dengan memanfaatkan agen yang berada pada wilayah tertentu yang memudahkan nasabah yang berada pada wilayah tersebut untuk mendapatkan layanan perbankan dengan lebih mudah dan menggunakan

---

<sup>59</sup> Indonesia, “Peran BI Dalam SSK Apa, Mengapa, Bagaimana Dan Siapa” <https://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/program/lkd/Contents/Default.aspx>, diakses Sabtu 27-10-2018, pukul 13.42

<sup>60</sup> Bank Rakyat Indonesia Tbk., Laporan Tahunan 2021 PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk *Akselerasi Pertumbuhan UMKM Melalui Digitalisasi Layanan Perbankan Untuk Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*.

teknologi EDC (*Electronic Data Capture*) dengan konsep *sharing Fee*. Konsep yang ditawarkan Bank Rakyat Indonesia (BRI) sendiri cukup menarik perhatian para calon agen, maksud dari *sharing fee* adalah komisi yang diberikan Bank Rakyat Indonesia (BRI) kepada para agent, para agen itu akan mendapatkan fee dari transaksi yang dilakukan oleh pelanggannya (nasabah). Sistem *sharing fee* yang ditetapkan adalah 50:50. Jadi, 50 untuk agen dan 50 untuk BRI. Tujuan BRI meluncurkan program BRILink adalah untuk memudahkan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan tanpa perlu menunggu antrian di kantor bank dan dapat melayani hingga 24 jam atau tergantung keinginan agen BRILink.<sup>61</sup>

## 2. Produk dan Layanan Agen BRILink

1. Laku.Pandai (Layanan Keuangan Tanpa Kantor); yaitu. sebuah program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyediakan jasa layanan perbankan atau layanan keuangan lain melalui kerjasama dengan pihak lain (agen bank), didukung pemanfaatan teknologi informasi.
2. T-Bank; yaitu layanan keuangan. digital, produk uang elektronik berbasis server milik BRI menggunakan nomor handphone sebagai nomor rekening.
3. Mini ATM BRI; *Electronic Data.Capture* (EDC) digunakan. untuk. transaksi keuangan non tunai sebagaimana transaksi keuangan non.tunai yang.disediakan ATM<sup>62</sup>

## 3. Syarat menjadi Agen BRILink

BRI memiliki beberapa ketentuan lain sebagai persyaratan dalam menentukan apakah seseorang dapat menjadi agen

---

<sup>61</sup> Jeane Elisabeth Lelengboto, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung*”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, Nomor 4, 2017.h19

<sup>62</sup> Bank Rakyat Indonesia, “BRILINK.”

BRILink. Syarat menjadi agen BRILink inipun terbagi menjadi dua (2) yaitu:

- a. Syarat personal: (1) Perseorangan atau badan usaha tidak berbadan Hukum; (2) Memiliki usaha dengan usia minimal 2 tahun; (3) Memiliki rekening BRI dan Syarat lain
- b. Syarat administrasi menjadi salah satu hal wajib yang harus ada dan menjadi bukti tertulis untuk mengajukan diri menjadi agen BRILink.

Beberapa syarat administrasi yang harus dipenuhi adalah:

1. Fotocopy Identitas Pemilik Nasabah harus fotokopi KTP (Pemilik /Pengurus) dan NPWP dari badan usaha yang dimiliki,
  2. Fotokopi Dokumen Legalitas Usaha Fotokopi surat Keterangan Usaha minimal dikeluarkan oleh RT, RW atau kelurahan (khusus usaha perseorangan), Fotokopi Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan yang terakhir adalah TDP atau Tanda Daftar Perusahaan.
  3. Memiliki perangkat operasional Smartphone Android minimal OS 4.4 (kitkat), Printer Mobile (optional), Akses Internet.
  4. Fotocopy Bukti kepemilikan rekening BRI Buku tabungan/ rekening Koran, Terdaftar Internet Banking finansial BRI, Menyediakan dana transaksi harian untuk operasional outlet.
  5. Dokumen pengajuan Agen BRI. Formulir Pengajuan, Perjanjian Kerjasama. Setelah semua dokumen dirasa lengkap, dokumen dapat diserahkan ke BRI terdekat. Permohonan tidak langsung disetujui namun harus menunggu waktu sekitar 2 sampai 3 minggu untuk menentukan diterima atau tidaknya permohonan tersebut
4. Peran BRI dalam Mengatur Operasional Agen BRILink

Sebagai bagian dari BRILink, BRI bertugas untuk mengontrol dan mengatur segala kegiatan operasional yang dilakukan oleh agen BRILink. Hal ini dilakukan sejak pemberian sarana dan prasarana yang dibutuhkan kepada agen BRILink. BRI memantau kegiatan transaksi yang dilakukan oleh agen BRILink, ketika agen tidak pernah melakukan transaksi selama kurun waktu tertentu, pihak BRI akan mendatangi agen tersebut untuk menanyakan kendala yang dihadapi agen mereka. BRI pun terbuka untuk membantu agen menyelesaikan kendala yang dihadapi, bisa melalui telepon atau mendatangi kantor BRI terdekat<sup>63</sup>.

## G. *Maqashid Syariah*

### 1. *Pengertian Maqashid Syariah*

*Maqashid* merupakan bentuk plural (*jama'*) dari *maqshud*. Sedangkan akar katanya berasal dari kata verbal *qashada*, yang berarti menuju; bertujuan; berkeinginan dan kesengajaan. Kata *maqshud-maqashid* dalam ilmu Nahwu disebut dengan *maf'ul bih* yaitu sesuatu yang menjadi obyek, oleh karenanya kata tersebut dapat diartikan dengan tujuan atau 'beberapa tujuan. Sedangkan *asy-Syari'ah*, merupakan bentuk subyek dari akar kata *syara'a* yang artinya adalah jalan menuju sumber air sebagai sumber kehidupan. Oleh karenanya secara terminologis, *al-Maqashid asy-Syari'ah* dapat diartikan sebagai 'tujuan-tujuan ajaran Islam atau dapat juga dipahami sebagai tujuan-tujuan pembuat *syari'at* (Allah) dalam menggariskan ajaran/*syari'at* Islam. Tidak dapat disangkal bahwa *Syathibi* adalah peletak dasar Ilmu *Maqashid* sehingga wajar jika kemudian ia disebut-sebut sebagai "Bapak *Maqashid asy-Syari'ah*"

Secara etimologi, *maqashid syari'ah* merupakan kata majemuk yang terdiri dari dua suku kata yaitu: *maqashid* dan *al-syariah*. *Maqashid* adalah bentuk jamak (plural) dari

---

<sup>63</sup> Rosa Kumalasari dkk, "Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan di Kantor Cabang BRI Parakan", Jurnal Law Reform, Vol. 4, Nomor 3, November 2018, h. 47.



kata *maqshad*, *qashd*, *maqshid* atau *qushud* yang merupakan derivasi dari kata kerja *qashadayaqshudu*, dengan beragam makna dan arti di antaranya menuju suatu arah, tujuan, tengah-tengah, adil dan tidak melampaui batas, jalan lurus, berada pada poros tengah antara berlebihan dan kekurangan (Manzhur, tth). Syariat secara etimologi yaitu jalan yang mengantar seseorang untuk sampai ke mata air atau tempat orang-orang yang menikmati air minum. Orang Arab dahulu menggunakan kata ini untuk menunjukkan suatu jalan ke tempat memperoleh air minum yang secara permanen dan mencolok dapat dipandang jelas oleh mata kepala. Dengan demikian, syariat berarti suatu jalan yang jelas untuk diikuti (*the clear path or the highway to be followed*)<sup>64</sup>

*Maqashid al-syariah* yang merupakan penelusuran terhadap tujuan-tujuan Allah SWT dalam menetapkan hukum, mesti mendapatkan perhatian yang besar. Dari sisi logika berpikir, ketika tujuan-tujuan tersebut diketahui oleh mujtahid, atas dasar itulah dilakukan pemahaman hukum islam dan untuk selanjutnya digunakan dalam pengembangan hukum islam dalam rangka menjawab permasalahan hukum islam yang baru. Hal ini mengingat terbatas dalil hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW, sedangkan permasalahan yang dihadapi umat tidak pernah habis-habisnya. Tanpa mengetahui *maqashid syariah* hukum islam akan mengalami stagnasi dan dikhawatirkan penetapan hukum tidak akan mencapai sasaran yang diinginkan oleh Allah SWT, dan lebih lanjut tidak akan mempunyai nilai yang digariskan dalam prinsip-prinsip hukum islam itu sendiri.

Adapun menurut 2 Para Ahli tentang *Maqashid Syariah* diantaranya :

a. Menurut Imam Syatibi

Imam Syathibi mengatakan bahwa Allah SWT menurunkan syariat (aturan hukum) tiada lain selain untuk mengambil kemaslahatan dan menghindari

---

<sup>64</sup> Busyro, "*Maqashid Al-Syariah*" (Jakarta: Kencana, 2019), h 6-7

kemadaratan (*jalbul mashalih wa dar'ul mafasid*). Dengan bahasa yang lebih mudah, aturan-aturan hukum yang Allah tentukan hanyalah untuk kemaslahatan manusia itu sendiri. Syathibi kemudian membagi masalah ini kepada tiga bagian penting yaitu *dharuriyyat* (primer), *hajiyyat* (skunder) dan *tahsinat* (tersier, lux).

*Maqashid* atau Masalahat *Dharuriyyat* adalah sesuatu yang mesti adanya demi terwujudnya kemaslahatan agama dan dunia. Apabila hal ini tidak ada, maka akan menimbulkan kerusakan bahkan hilangnya hidup dan kehidupan seperti makan, minum, shalat, shaum dan ibadah-ibadah lainnya. Yang termasuk masalahat atau *maqashid dharuriyyat* ini ada lima yaitu: agama (*al-din*), jiwa (*al-nafs*), keturunan (*an-nasl*), harta (*al-mal*) dan akal (*al-aql*)<sup>65</sup>.

Cara untuk menjaga yang lima tadi dapat ditempuh dengan dua cara yaitu:

1. Dari segi adanya (*min nahiyati al-wujud*) yaitu dengan cara menjaga dan memelihara hal-hal yang dapat melanggengkan keberadaannya
2. Dari segi tidak ada (*min nahiyati al-'adam*) yaitu dengan cara mencegah hal-hal yang menyebabkan ketiadaannya

#### b. Menurut Imam Al-Ghazali

Menurut al-Ghazali, masalahat makna asalnya merupakan maslaah dalam hukum Islam adalah setiap hal yang di maksudkan untuk memelihara tujuan syariat yang pada intinya terangkum dalam *al-mabaadi' al-khamsyah* yaitu perlindungan terhadap agama (*hifzd al-din*), jiwa (*hifzd al-nafs*) akal (*hifzd - 'aql*), keturunan (*hifdz al-nasl*), dan harta (*hifzd al-*

---

<sup>65</sup> Abdurrahman Kasdi and Dosen Stain Kudus, "Maqasyid Syari ' Ah Perspektif Pemikiran Imam Syatibi Dalam Kitab," *Yudisia*, 2014, 63.

*maal*). Setiap hukum yang mengandung tujuan memelihara kelima hal tersebut disebut *maslahat*, dan setiap hal yang membuat hilangnya lima unsur ini disebut *mafsadah*.<sup>66</sup>

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan diatas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud *Maqashid Al-Syariah* adalah tujuan Allah SWT menetapkan hukum-hukum untuk mencapai kemaslahatan hidup manusia, sekaligus juga menghindari berbagai kerusakan, baik di dunia maupun akhirat

## 2. Indikator *Maqashid Syariah*

Dalam ruang lingkup tujuan *syari'ah*, para ulama merumuskan lima tujuan diturunkannya syariaah Islam yang dikenal dengan *maqashid al-syari'ah* (maksud dan tujuan syari'ah). Kelima *maqashid* tersebut adalah<sup>67</sup> :

- a. Menjaga agama (*hifdzu-din*) Sebagai bentuk penjagaan Islam terhadap agama (*hifdzu-din*), maka Allah SWT telah memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya untuk beribadah. Diantara bentuk ibadah tersebut adalah shalat, zakat, puasa, haji, zikir, doa, dan lain-lain. Dengan menjalankan ibadah-ibadah itu, akan tegaklah din seseorang.
- b. Menjaga jiwa (*hifdzu-nafs*) Islam melindungi seluruh umat manusia, maka dalam rangka menjaga keselamatan jiwa manusia dari pembunuhan tanpa alasan yang benar, Allah ta'ala mengharamkan membunuh manusia tanpa alasan yang dibenarkan oleh Islam. Jika terjadi sebuah pembunuhan, wajib atasnya ditegakkan *qishas*. *Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah:178 yang berbunyi:*

---

<sup>66</sup> Danu Aris Setiyanto, "Maqasid As-Syariah Dalam Pandangan Al-Gazzali," *Ijtihad Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial* 2, no. 2 (2019),h.54.

<sup>67</sup> M. Syukri Albani Nasution, Rahmat Hidayat Nasution, "*Filsafat Hukum Islam & Maqashid Syariah*", (Jakarta: Kencana, 2020) ,h 58

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِصَاصُ فِي الْقَتْلِ ۖ الْحُرُّ بِالْحُرِّ  
 وَالْعَبْدُ بِالْعَبْدِ ۖ وَالْأُنثَىٰ بِالْأُنثَىٰ ۗ فَمَنْ عُفِيَ لَهُ مِنْ أَخِيهِ شَيْءٌ  
 فَاتِّبَاعٌ بِالْمَعْرُوفِ وَأَدَاءٌ إِلَيْهِ بِإِحْسَنٍ ۗ ذَلِكَ خَفِيفٌ مِّن رَّبِّكُمْ  
 وَرَحْمَةٌ ۗ فَمَنْ أَعْتَدَىٰ بَعْدَ ذَلِكَ فَلَهُ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿١٧٤﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Diwajibkan atas kamu (melaksanakan) qisas berkenaan dengan orang yang dibunuh. Orang merdeka dengan orang merdeka, hamba sahaya dengan hamba sahaya, perempuan dengan perempuan. Tetapi barangsiapa memperoleh maaf dari saudaranya, hendaklah dia mengikutinya dengan baik, dan membayar diat (tebusan) kepadanya dengan baik (pula). Yang demikian itu adalah keringanan dan rahmat dari Tuhanmu. Barangsiapa melampaui batas setelah itu, maka ia akan mendapat azab yang sangat pedih”.

- c. Menjaga pikiran (*hifdzu al-'aql*) Sebagai alasan diwajibkannya menuntut ilmu sepanjang hayat. Syariat Islam melarang khamr (minuman keras), narkoba dan obat terlarang, dan apa saja yang dapat merusak akal. Hal ini bertujuan menjaga akal manusia dari apa saja yang dapat mengganggu fungsinya. Islam memandang bahwa akal manusia adalah anugerah dan nikmat Allah yang sangat besar. Dengan akal, manusia menjadi lebih mulia daripada makhluk-makhluk Allah lainnya. Untuk mensyukuri nikmat Allah tersebut, syariat mewajibkan seseorang untuk memelihara akalnya dari apa saja yang akan mengganggunya atau mengurangi fungsi kerjanya.

Sesuai hadis *Rasulullah Abu Darda* berkata: “*Aku mendengar Rasulullah Shallallahualaihi wasallam* bersabda: “*Barangsiapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan menuntunnya menuju surga dan para malaikat akan meletakkan sayap-sayapnya karena senang kepada pencari ilmu, sesungguhnya orang berilmu itu akan dimintakan ampunan oleh (makhluk) yang berada di langit dan di bumi hingga ikan di air, keutamaan orang yang berilmu atas ahli ibadah laksana keutamaan rembulan atas seluruh bintang*” (HR. Tirmidzi: 2606)

- d. Menjaga keturunan (*hifdzu-nasl*) Sebagai alasan diwajibkannya memperbaiki kualitas keturunan, membina sikap mental generasi penerus agar terjalin rasa persahabatan diantara sesama umat manusia, dan diharamkannya zina serta perkawinan sedarah. Allah SWT menyifatkan zina sebagai suatu kekejian dan jalan yang buruk.
- e. Menjaga harta (*hifdzu-mal*) Untuk memperoleh harta yang halal, syariat Islam membolehkan berbagai macam bentuk muamalah, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, dan lainnya. Untuk menjaganya, syariat Islam mengharamkan umatnya memakan harta manusia dengan jalan yang batil, seperti mencuri, riba, menipu, mengurangi timbangan, korupsi, dan lain-lain.

## H. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir disusun berdasarkan deskripsi teori di atas yaitu hasil dari tinjauan pustaka dan penelitian sebelumnya. Isi dari kerangka berpikir adalah berupa suatu penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek masalah<sup>68</sup>. Reputasi perusahaan merupakan penilaian pelanggan tentang kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik

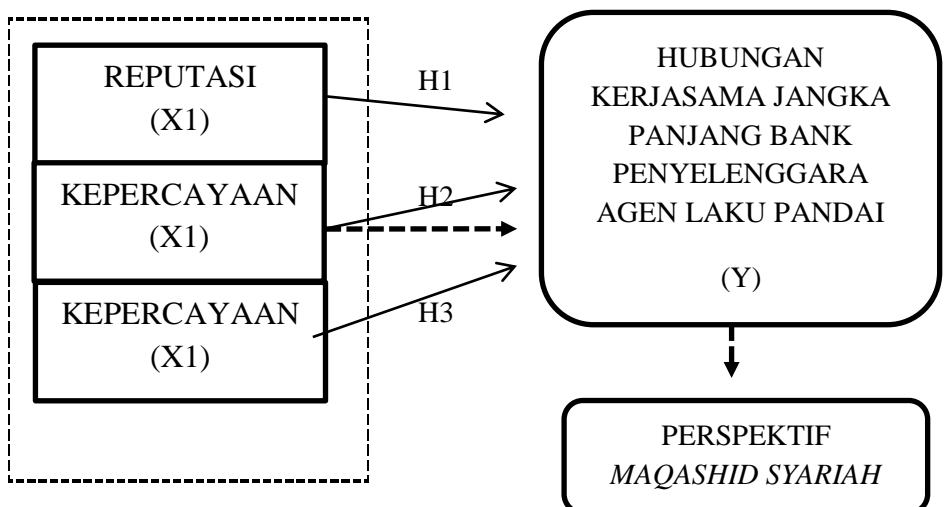
---

<sup>68</sup> Tim Dosen STT Jaffray, “*Metodologi Penelitian Pendidikan Teologi*”, (Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2016), Hal. 12-13

pada masa lalu maupun masa yang akan datang mengenai kualitas produk atau jasa dari perusahaan. Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa mitra kerja akan melakukan tindakan yang positif. Artinya ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kesan seseorang terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dengan harapan-harapannya.

Pada penelitian ini Ketiga Variabel tersebut berkaitan dengan teori agensi. Teori Agensi yang penulis gunakan dimaksudkan untuk mengetahui 4 hal yaitu : : tugas layanan agen laku pandai, sistem dan prosedur, kegiatan hubungan kerjasama serta pelaksanaan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, penulis akan menganalisa *maqashid syariah* sebagaimana yang telah diatur. Hal ini untuk mengetahui apakah telah sesuai dengan yang diatur dalam Islam.

Gambar 1.1  
Kerangka Berpikir



—————→ = Uji Parsial  
 - - - - - → = Uji Simultan

X1= Reputasi

X2= Kepercayaan

X3= Kepuasan Pelanggan

Y= Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank

Penyelenggara Agen Laku Pandai

Keterangan :

Berdasarkan gambar diatas, garis tidak putus-putus menggambarkan variabel X1 (Reputasi), X2 (Kepercayaan), X3 (Kepuasan Pelanggan) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai). Sedangkan garis putus-putus menggambarkan bahwa variabel X1 (Reputasi), X2 (Kepercayaan), X3 (Kepuasan Pelanggan) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y (Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai)

Selanjutnya, penulis akan menganalisa *Maqashid syariah* sebagaimana yang telah diatur. Hal ini untuk mengetahui apakah telah sesuai dengan yang diatur dalam Islam. Mengenai pendekatan hubungan, Islam telah mengatur bahwa dalam rangka mempererat hubungan atau tali silaturahmi diantara kedua belah pihak maka hubungan antara perusahaan dengan para pelanggan harus tetap terjaga. Sebab dengan melalui perantara bisnis diantara pihak perusahaan dengan pelanggannya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan diikat oleh tali persaudaraan. Bahwa Islam memberi tuntunan dalam menjalankan bisnis utamanya dalam interaksi sesama manusia sebagai partner kerja, dan hendaklah dalam menjalankan bisnis untuk melakukan hubungan

baik kepada rekan bisnis kita dengan jalinan kerjasama yang kokoh tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan. Apabila hubungan baik sudah terjaga maka akan menimbulkan adanya kepercayaan nasabah. Dengan kepercayaan tersebut nasabah akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain secara terus menerus yang akhirnya menuju kepada peningkatan jumlah nasabah

## **I. Pengajuan Hipotesis**

Hipotesis berasal dari kata hipo (*hypo*) dan tesis (*thesis*), sehingga hipotesis merupakan suatu argument atau kesimpulan yang bersifat sementara. Definisi lain dari hipotesis yaitu suatu kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan. Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut kebenaran bersifat sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Penelitian ini memperoleh hipotesis sebagai berikut :

### **1. Pengaruh Reputasi Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang**

Reputasi perusahaan merupakan penilaian pelanggan tentang kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik pada masa lalu maupun masa yang akan datang mengenai kualitas produk atau jasa dari perusahaan. Suatu perusahaan akan memiliki nilai lebih jika memiliki reputasi di mata perusahaan lain. Hal ini akan memperkuat kredibilitas distributor, sehingga dapat dipercaya oleh lingkungan bisnisnya. Hipotesis 1 Penelitian Joko Cahyono menyatakan bahwa semakin tinggi reputasi distributor, maka akan semakin erat kerjasama jangka panjang. Dalam penelitian diperoleh bukti empiris bahwa reputasi



berpengaruh positif dan signifikan terhadap kerjasama sehingga hipotesis 1 terbukti<sup>69</sup>

Menurut Cahyono mengungkapkan bahwa Kaitan Reputasi dan Hubungan Kerjasama Jangka Panjang merupakan cerminan dari teori Agensi karena reputasi dapat dibentuk dari konsistensi yang telah ditunjukkan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penting bagi mitra kerja untuk mengetahui *track record* dari perusahaan yang akan bekerjasama dengan mereka. Untuk memenuhi reputasi yang positif dan berkepanjangan, dibutuhkan tenaga kerja yang terampil dan memiliki kemampuan untuk menciptakan, membangun, dan memelihara hubungan yang baik antar konsumen maupun perusahaan lain. Sehingga akan mempengaruhi hubungan kerjasama jangka panjang antara pihak bank sebagai pemberi wewenang (*Principal*) dengan agen BRILink sebagai pihak pelaksana (*Agent*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Joko Cahyono yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan” mengatakan reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan kerja sama jangka panjang.<sup>70</sup>

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Anderson dan Weitz dan Ganesan yang mengatakan bahwa persepsi agen terhadap distributor memiliki pengaruh positif terhadap kredibilitas sehingga mengarahkan agen untuk melakukan kerjasama jangka panjang dengan distributor<sup>71</sup>. Hubungan kerjasama jangka panjang dapat direalisasikan karena mitra usaha atau agen memiliki pandangan yang positif bahwa mitra usaha tidak berlaku oportunistis. Reputasi

---

<sup>69</sup> Cahyono et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan.”, *Jurnal Ekonomi* no 03 (2010), h.23

<sup>70</sup> Cahyono et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan.”, *Jurnal Ekonomi* no 3 (2010) h.35

<sup>71</sup> Ganesan, Shankar, “*Determinant of Long Term Orientation in Buyer-Seller Relationship*”, *Journal of Marketing*, no.2 (1994), h.10

perusahaan dapat timbul berdasarkan atas pengalaman perusahaan lain atau agen lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan serta menjaga reputasi yang baik. Penelitian terdahulu, misalnya Anderson dan Weitz dan Ganesan secara eksplisit menjelaskan bahwa reputasi merupakan aset dalam menjalin suatu hubungan kerjasama dan pada akhirnya akan menciptakan keunggulan bersaing.<sup>72</sup>

### **H<sub>1</sub> : Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hubungan kerja sama jangka panjang**

#### **2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang**

Kepercayaan merupakan faktor penentu yang besar. Semakin besar kepercayaan, semakin besar intensitas untuk melakukan hubungan jangka panjang. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Singh & Sirdeshmukh yang mengatakan bahwa peran kepercayaan sebagai perekat yang mengarah pada hubungan jangka panjang<sup>73</sup>.

Kaitan Kepercayaan dan Hubungan kerjasama jangka panjang merupakan cerminan dari teori agensi karena menurut Naurus dan Anderson mengungkapkan bahwa keyakinan mitra kerja akan melakukan tindakan yang positif. Artinya ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati. Ganesan menjelaskan bahwa keterkaitan antara kepercayaan dengan orientasi relationship jangka panjang dapat dipahami melalui tiga cara. Pertama, kepercayaan dapat mengurangi persepsi

---

<sup>72</sup> Anderson, Erin & Barton Weitz, "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels", *Journal of Marketing Research*, no.2 (1992), h.18

<sup>73</sup> Utomo, "Studi Tentang Kualitas Hubungan Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Agen CV. Garuda)", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol XIII, h.30

agen bahwa pihak distributor akan bersikap oportunis. Kedua, kepercayaan dapat meningkatkan keyakinan agen bahwa berbagai ketidakadilan yang terjadi saat sekarang dapat diperbaiki dalam jangka panjang. Ketiga, kepercayaan dapat mengurangi biaya transaksi untuk menjalin sebuah hubungan bisnis. Penelitian Ganesan membuktikan kemampuan distributor dalam membangun kepercayaan akan menimbulkan keinginan dalam diri agen untuk membangun relationship.<sup>74</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Risma Taat yang berjudul “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Laku Pandai dan Agen” kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan kerja sama jangka panjang.<sup>75</sup> Untuk menjelaskan hal ini, disajikanlah hipotesis berikut :

**H2 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hubungan kerjasama Jangka Panjang**

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang

Kepuasan merupakan keadaan efektif yang positif sebagai hasil dari pengakuan atas segala aspek hubungan kerja terhadap berbagai alternatif yang telah dialami dan diamati Ganesan dalam Marlien melihat adanya hubungan yang signifikan antara kepuasan yang diperoleh dalam suatu hubungan kerjasama tersebut. Studi Morgan dan Hunt menunjukkan kepuasan penyalur yang diberikan oleh tenaga penjal dengan *outcome* masa lalu merefleksikan keadaan pengaruh positif yang didasarkan pada *outcome* yang didapatkan dari hubungan ini.

---

<sup>74</sup> Ganesan, Shankar, “*Determinant of Long Term Orientation in Buyer-Seller Relationship*”, *Journal of Marketing*, no.2 (1994),h.10

<sup>75</sup> Taat, “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen.” *Jurnal Manajemen*,no (2016,)h.15

Kaitan kepuasan pelanggan dan hubungan kerjasama jangka panjang merupakan cerminan dari teori agensi bahwa penelitian yang dilakukan oleh Geyskens membuktikan bahwa kepuasan baik dalam bentuk ekonomi misalnya aspek finansial maupun non ekonomi misalnya kepuasan akan pelayanan yang diberikan akan berdampak pada hubungan kerjasama<sup>76</sup>. Mengingat salah satu orientasi dari perusahaan adalah mendapatkan keuntungan, sehingga *sharing profit* menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan. Pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan pun menjadi hal krusial karena menyangkut akan tingkat kepuasan mitra kerja seperti yang dikemukakan oleh Cahyono.<sup>77</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Supertini yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Kerjasama Jangka Panjang” kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan kerja sama jangka panjang<sup>78</sup>. Hal ini dinyatakan juga oleh Riset Morgan dan Hunt dalam hubungan Kerjasama mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan oleh pemilik modal merupakan piranti semangat yang meningkatkan kerjasama antar pemilik agen Ditambahkan oleh Morgan dan Hunt yang mengatakan bahwa perusahaan yang menerima keuntungan dari hubungan kerjasamanya akan berkomitmen untuk mengadakan hubungan jangka panjang.<sup>79</sup> Untuk menjelaskan hal ini, disajikanlah hipotesis berikut :

---

<sup>76</sup> Geyskens, Inge, Jan Benedict, Nirmalya Kumar, ‘A Meta-Analysis of Satisfaction in Marketing Channel Relationships’. *Journal of Marketing Research*. Vol. 36 No. 2 (1999), h. 40.

<sup>77</sup> Cahyono et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan.”, *Jurnal Ekonomi* no 03 (2010), h.23

<sup>78</sup> Ni Putu Sri Supertini, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Hubungan Kerjasama jangka panjang,” *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 61, <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>.h.18

<sup>79</sup> Morgan, Robert M & Selby D Hunt, ‘The Commitment – Trust Theory of Relationship Marketing’, *Journal of Marketing*, Vol. 58 (1994), h.25

### **H<sub>3</sub> : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hubungan kerjasama jangka panjang**

4. Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang

Persamaan tujuan dapat membangun suatu hubungan antara pelanggan dengan perusahaan. Dengan persamaan tujuan atau visi misi antara pelanggan dan perusahaan maka menjadi dasar dalam membangun sebuah hubungan kerjasama antara pelanggan dengan perusahaan sehingga mampu mencapai tujuan tersebut .

Reputasi bank perlu diperhatikan bagi nasabah calon agen BRILink karena reputasi bank yang baik atau buruk akan berpengaruh terhadap konsumen yang akan menggunakan jasa dari bank tersebut. Untuk memenuhi reputasi yang positif dan berkepanjangan, dibutuhkan tenaga kerja yang terampil dan memiliki kemampuan untuk menciptakan, membangun, dan memelihara hubungan yang baik antar konsumen maupun perusahaan lain<sup>80</sup>. Sehingga akan mempengaruhi hubungan kerjasama jangka panjang antara pihak bank sebagai pemberi wewenang (*Principal*) dengan agen BRILink sebagai pihak pelaksana (*Agent*), kepercayaan ada sebuah keyakinan yang dipegang baik bank penyelenggara Laku Pandai terhadap agen maupun agen terhadap bank penyelenggara Laku Pandai itu sendiri, bahwasanya mitra kerja mereka akan menjunjung tinggi visi dan misi serta tujuan bersama yang telah disepakati<sup>81</sup> juga merupakan salah satu faktor yang akan menentukan

---

<sup>80</sup> Arie Chandra, "Pentingnya Perusahaan Mengelola Hubungan Baik Dan Fungsional Dengan Pemangku Kepentingan," *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar* 5, no. 2 (2009):h.10.

<sup>81</sup> Budi Pramono Jati, "Membangun Hubungan Jangka Panjang melalui rasa percaya dan komitmen pengaruhnya pada keunggulan bersaing (Studi Pada Outlet Selular PT Mobile-8 Telecom Tbk Di Semarang)," *Jurnal Bisnis Strategi* 17, no. 2 (2008): h.20.

keputusan nasabah untuk menjadi agen BRILink dan kepuasan baik dalam bentuk ekonomi seperti aspek finansial maupun bentuk non ekonomi bahwa kepuasan akan pelayanan yang diberikan akan berdampak pada hubungan kerjasama. Mengingat salah satu orientasi dari perusahaan adalah mendapatkan keuntungan, sehingga *sharing profit* menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan. Pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan pun menjadi hal krusial karena menyangkut akan tingkat kepuasan mitra kerja.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jihad Kamilullah yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Hubungan Kerjasama Dalam Pembelian Produk di Toko Kosmetik” berpengaruh positif dan signifikan<sup>82</sup>. Untuk menjelaskan hal ini, disajikanlah hipotesis berikut :

**H<sub>4</sub> : Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hubungan kerjasama jangka panjang**

---

<sup>82</sup> Kamilullah, Kusyanti, and Aryadita, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Reputasi Terhadap Hubungan Kerjasama Dalam Pembelian Produk Di Toko Kosmetik”, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIHK) Universitas Brawijaya* 2, no. 7 (2018): 2660–69,h.15

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Pengaruh Reputasi (X1), Kepercayaan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial Terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung.
- b. Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antar Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink Kota Bandar Lampung.
- c. Bahwasannya *maqashid syariah* dalam agen BRILink terdapat tujuan masalah yakni masyarakat dengan mudah dan cepat dalam bertransaksi melalui mini ATM BRI tanpa perlu datang ke kantor BRI. Sehingga *maqashid syariah* dalam agen brilink terdapat dibagian Menjaga Harta (*hifdzu an-nasl*) bahwa pemilik agen menjalankan usahanya sesuai prosedur yang telah ditentukan.

### B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka disarankan:

1. Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink agar selalu meningkatkan reputasi dengan mengenali konsumen, membangun identitas secara konsisten, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan dan mengelola serta responsif terhadap ulasan dan masukan yang diberikan oleh pelanggan.
2. Diharapkan dengan perbaikan reputasi maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap Bank Penyelenggara Agen Laku Pandai BRILink sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dampak pada hubungan kerjasama jangka panjang.

- Ahmadi, Herman. "Analisis Penerapan Brilink Di Bank Bri Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong Financial Inclusion." *Inventory: Jurnal Akuntansi* 2, no. 1 (2018): 211. <https://doi.org/10.25273/inventory.v1i2.2441>.
- Ainiyah, Ghonimah Zumroatun, Fadilah Nurkholik, and Eling Ri Kurniati. "Analisis Penerapan Agen46 Sebagai Penyedia Layanan Keuangan Tanpa Kantor (Branchless Banking) Dan Upaya Pendorong Financial Inclusion." *Medikonis* 12, no. 2 (2021): 20–32. <https://doi.org/10.52659/medikonis.v12i2.41>.
- Aljana, Bahana Takbir, and Agus Purwanto. "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Kepemilikan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba." *Diponegoro Journal of Accounting* 6, no. 3 (2017): 207–21.
- Aster Kusumawati. "Tanggung Jawab Agen Kepada Nasabah Penyimpan Dan Simpanannya Terhadap Layanan Perbankan." *Universitas Brawijaya*, no. November 2014 (2015).
- Cahyono, Joko, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Jl Soedarto, S H Gedung, and A Semarang. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan." *Jurnal Ilmiah Aset* 12, no. 2 (2010): 135–64. <https://journal.widyamanggala.ac.id/index.php/jurnalaset/article/view/64>.
- Chandra, Arie. "Pentingnya Perusahaan Mengelola Hubungan Baik Dan Fungsional Dengan Pemangku Kepentingan." *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar* 5, no. 2 (2009): 75–92.
- Darma, B. *Statistika Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2*. GUEPEDIA, n.d.
- Dian Rakhmawati, Susetyo Darmanto. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Kepercayaan Dan Kerjasama Tim Terhadap Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri Industri Kayu Brumbung Satu Jawa Tengah)." *Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen* 29, no. 1 (2014): 83–96.
- Dwiana Putri, Anindya, and Rahayu Tri Astuti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 2 (2017): 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Febriadi, Sandy Rizki. "Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Bidang



- Perbankan Syariah.” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2017): 231–45. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2585>.
- Firdayanti, Restika. “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online.” *Journal of Social and Industrial Psychology* 1, no. 1 (2012): 1–7. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>.
- Hariato, Syawal, Haris Al Amin, and Yusmika Indah. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Praktik Income Smoothing Pada Bank Syariah.” *Jurnal EMT KITA*, 2020. <https://doi.org/10.35870/emt.v4i2.136>.
- Hermawan, Amirullah Sigit. *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang, 2016.
- Iswadi, Andi, and Rahayu Tiasity. “ANALISIS PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI Andi.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 15 (2015): 217–26.
- Jati, Budi Pramono. “MEMBANGUN HUBUNGAN JANGKA PANJANG MELALUI RASA PERCAYA DAN KOMITMEN PENGARUHNYA PADA KEUNGGULAN BERSAING (Studi Pada Outlet Selular PT Mobile-8 Telecom Tbk Di Semarang).” *Jurnal Bisnis Strategi* 17, no. 2 (2008): 160–76.
- Kamilullah, Jihad, Ari Kusyanti, and Himawat Aryadita. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk Di Toko XYZ.” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya* 2, no. 7 (2018): 2660–69.
- Kasdi, Abdurrahman, and Dosen Stain Kudus. “Maqasyid Syari ’ Ah Perspektif Pemikiran Imam Syatibi Dalam Kitab.” *Yudisia*, 2014, 63.
- Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas Agung Widhi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Marlien, and Tri Darmayanti. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Hubungan Jangka Panjang.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 13, no. 2 (2006): 178–206.
- Notoatmodjo, and M M.A. “Metodologi Penelitian.” *Rake Sarasin*, 2018, 54–68. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAAJ&hl=en>.
- Oktavianus, Laurentius Christian, Fransiskus Randa, Robert Jao, and

- Riza Praditha. "Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 13, no. 2 (2022): 218–27. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>.
- Putro, Shandy Widjoyo. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2014): 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>.
- Ramdhany, Priadhi Harry. "Hubungan Hukum Antara Bank Dengan Agen Laku Pandai (Branchless Banking) Dalam Pelaksanaan Perantara Keuangan (Financial Intermediary) Dihubungkan Dengan Prinsip Kepercayaan (Fiduciary Principle)." *Aktualita (Jurnal Hukum)* 2, no. 2 (2019): 455–72. <https://doi.org/10.29313/aktualita.v2i2.4841>.
- Ratnawati. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Agen Brilink Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Sukumulia, Agen Ulong Khasbi Pratama Di Desa Gapuk Kecamatan. Suralaga." *Al-Watsiqah : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah* 12, no. 02 (2021): 64–70. <https://doi.org/10.51806/al-watsiqah.v12i02.18>.
- Sastiono, Prani, and Chaikal Nuryakin. "Inklusi Keuangan Melalui Program Layanan Keuangan Digital Dan Laku Pandai Financial Inclusion: Case Study of LKD and Laku Pandai Program." *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 19, no. 2 (2019): 242–62.
- Setianto, Ganang, Sri Wartini, Jurusan Manajemen, and Fakultas Ekonomi. "Management Analysis Journal PENGARUH BUKTI FISIK DAN EMPATI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN." *Management Analysis Journal* 6, no. 4 (2017). <http://maj.unnes.ac.id>.
- Setiyanto, Danu Aris. "Maqasid As-Syariah Dalam Pandangan Al-Gazzali." *Ijtihad Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial* 2, no. 2 (2019).
- Sudaryanto, Shinta Kurnia Dewi and Agus. "Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah." *SEMNASKEP*, 2020, 75.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . "Perspektif Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif."

- Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2019, 444.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Supertini, Ni Putu Sri, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja." *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>.
- Syahza, Almasdi. *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*, 2021.
- Taat, Risma Mutia. "Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Hubungan Kerjasama Jangka Panjang Antarbank Penyelenggara Laku Pandai Dan Agen," 2016.
- Trisna, I Kadek Edi Rian, and Gayatri Gayatri. "Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Free Cash Flow Dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen." *E-Jurnal Akuntansi* 26 (2019): 484. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p18>.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, 2013.
- Utomo, Siswanto. "Studi Tentang Kualitas Hubungan Jangka Panjang Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Agen CV. Garuda)." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia XIII*, no. 2 (2014): 129–59.
- Wardana. *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20, Buku Ajar (LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press)*, 2020.
- Wijaya, gede sada. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Debitur Melalui Kepercayaan Dan Komitmen Relasional Pada PT Bank Negara Indonesia" 10, no. 2 (2015): 22–36.
- Wisudaningsi, Besse Arna, Irvana Arofah, and Konstansius Aji Belang. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda." *Statmat : Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103–16. <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>.
- Yulandra, Syaf Tri, and Rice Haryati. "Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam." *Matua Jurnal* 2, no. 4 (2020): 295–306. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/221>.
- Zineldin, Mosad, and Valentina Vasicheva. "Strategic Alliances, Total Relationship Management (TRM) and 5 QS - Why Most of the

Marriages and Strategic Alliances Are Not Sustainable?" *Nang Yan Business Journal* 2, no. 1 (2014): 140–50.  
<https://doi.org/10.2478/nybj-2014-0034>.

