E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867
Halaman 3258-3272
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

PENGARUH KEMUDAHAN LAYANAN DAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN TRANSAKSI KEUANGAN PADA AGEN BRILINK BERKAH CELL BOYOLALI

Nurlaila[1], Sherena Wahyutari[2]

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia
E-mail: shsties@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah membentuk cara baru dalam layanan keuangan, salah satunya melalui kehadiran Agen BRILink yang menyediakan beragam transaksi bagi masyarakat. Studi ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan layanan transaksi keuangan di Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Kajian ini mempergunakan metode kuantitatif, sedangkan informasi yang dianalisis diperoleh langsung dari 100 responden melalui kuesioner. Data dianalisis melibatkan IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil Nilai statistik F yang diperoleh menggambarkan Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Sementara itu, hasil uji t menunjukkan bahwa Kemudahan Layanan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Literasi Keuangan Digital belum terbukti berpengaruh signifikan secara individu. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,042 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 4,2% variasi Keputusan Konsumen, sedangkan 95,8% sisanya berkaitan dengan faktor di luar model penelitian. Agen BRILink Berkah Cell Boyolali diharapkan dapat mempertahankan kemudahan pelayanan melalui penyampaian informasi yang jelas dan prosedur transaksi yang mudah dipahami. Pada kajian berikutnya, peneliti dapat menambahkan faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan konsumen.

Kata kunci: *Kemudahan Layanan, Literasi Keuangan Digital, Keputusan Konsumen.*

Abstract

Digital technology has brought changes to the way financial services are delivered, including through the presence of BRILink Agents, which provide various financial transaction services to the public. This study aims to examine the effect of Service Ease and Digital Financial Literacy on Consumer Decisions to use financial transaction services at BRILink Berkah Cell, Boyolali. A quantitative approach was employed, with

primary data collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The data were analyzed using IBM SPSS Statistics version 26. The F-test results indicate that Service Ease and Digital Financial Literacy jointly have a significant effect on Consumer Decisions. Meanwhile, the t-test results reveal that Service Ease has a positive and significant partial effect, whereas Digital Financial Literacy does not have a statistically significant partial effect. The Adjusted R^2 value of 0.042 indicates that the two variables explain 4.2% of the variation in Consumer Decisions, while the remaining 95.8% is associated with other factors outside the research model. Based on these findings, BRILink Berkah Cell Boyolali is expected to maintain service convenience by providing clear information and transaction procedures that are easy for consumers to understand. Future researchers are encouraged to include other factors that may influence Consumer Decisions.

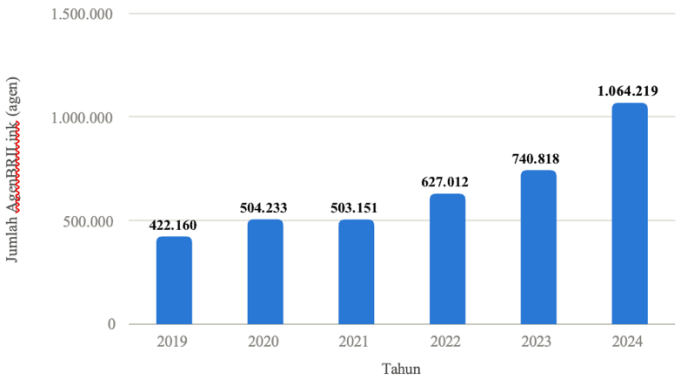
Keywords: *Service Ease, Digital Financial Literacy, Consumer Decisions.*

LATAR BELAKANG

Pemanfaatan teknologi digital turut mengubah pola pelayanan dalam sektor keuangan. Masyarakat saat ini memiliki beragam alternatif dalam memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka untuk transaksi, salah satunya melalui Agen BRILink. Layanan tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan transaksi, mulai dari transfer dana, penarikan dan penyetoran tunai, hingga pembayaran tagihan tanpa perlu datang langsung ke kantor bank. (Mutiasari, 2020) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi turut mendorong perubahan pelayanan di sektor perbankan sehingga kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan lebih praktis. Perluasan jaringan Agen BRILink juga menunjukkan semakin luasnya jangkauan layanan keuangan yang dapat dimanfaatkan masyarakat. Perkembangan Agen BRILink dapat dilihat dari semakin luasnya jaringan agen yang tersebar di berbagai daerah. Berdasarkan laporan tahunan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., jumlah Agen BRILink terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (2019), terdapat 422.160 agen, kemudian meningkat menjadi 504.233 agen pada tahun 2020. Pada tahun 2021, jumlah agen sedikit menurun menjadi 503.151 agen. Selanjutnya, jumlah Agen BRILink kembali meningkat menjadi 627.012 agen pada tahun PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (2022), mencapai 740.818 agen pada tahun 2023, dan meningkat menjadi 1.064.219 agen pada (PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., 2025).

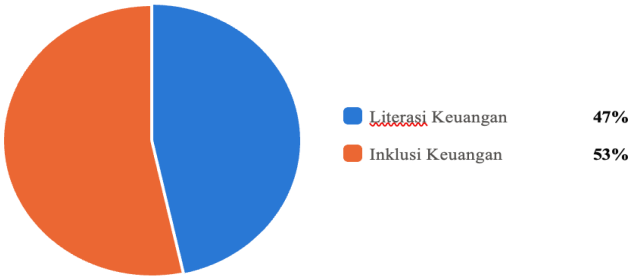
Peningkatan jumlah Agen BRILink tersebut menunjukkan bahwa jaringan layanan ini semakin berkembang dan menjangkau masyarakat di berbagai wilayah. Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2024), jumlah Agen BRILink telah mencapai 1.064.219 agen dan menjangkau 58.896 desa atau lebih dari 77% desa di Indonesia. Perkembangan tersebut menggambarkan peran Agen BRILink sebagai salah satu alternatif yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh layanan transaksi keuangan.

E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867
Halaman 3258-3272
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026



Gambar 1. Pertumbuhan Jumlah Agen BRILink

Sumber: PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Laporan Tahunan BRI Tahun 2019–2024 (diolah peneliti, 2026).



Gambar 2. Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Tahun 2024

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2024.

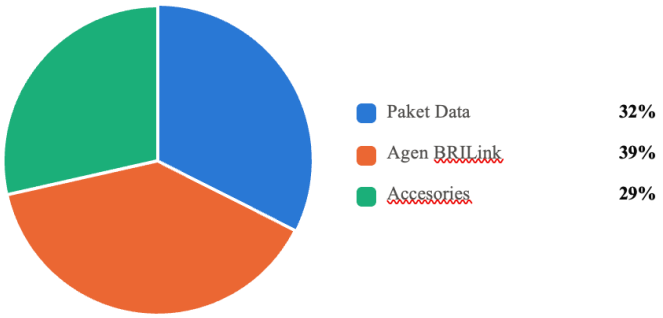
Berdasarkan gambar di atas perkembangan jumlah Agen BRILink menunjukkan bertambahnya kemudahan masyarakat dalam menjangkau layanan transaksi keuangan. Agen BRILink menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan tanpa perlu mengunjungi kantor bank secara langsung. Selain ketersediaan layanan, pemahaman masyarakat terhadap keuangan digital juga perlu diperhatikan. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2024), indeks literasi keuangan tercatat berada pada angka 47%, sementara indeks inklusi keuangan mencapai 53%. Kesenjangan tersebut menggambarkan bahwa kemudahan masyarakat dalam memperoleh layanan keuangan belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman yang cukup dalam memanfaatkan layanan tersebut. (OECD, 2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan digital mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan

perilaku yang diperlukan seseorang untuk menggunakan layanan keuangan digital secara aman dan tepat. Sejalan dengan hal tersebut, Morgan dkk. (2019) turut membahas pentingnya pemahaman konsumen terhadap karakteristik layanan, kemungkinan risiko transaksi, keamanan informasi pribadi, serta hak yang dimiliki sebagai pengguna. Oleh sebab itu, kemampuan melakukan transaksi perlu disertai pemahaman mengenai informasi dan hal-hal yang berkaitan dengan keamanan penggunaannya.

Tabel 1. Data Transaksi Agen BRILink Berkah Cell Bulan Maret–Juni 2026

BULAN	PAKET DATA	AGEN BRILINK	ACCESORIES	TOTAL TRANSAKSI	KEUNTUNGAN
MARET	533	526	314	1373	Rp 4,924,506.00
APRIL	493	590	472	1555	Rp 4,488,252.00
MEI	503	703	477	1683	Rp 4,492,099.00
JUNI	524	649	542	1715	Rp 5,527,502.00

Sumber: Data Transaksi Penjualan diolah Peneliti, 2026.



Gambar 3. Diagram Penjualan Bulan Maret–Juni

Sumber: Diagram Penjualan diolah Peneliti, 2026.

Gambaran penggunaan layanan keuangan tersebut juga dapat ditemukan pada kegiatan operasional Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Berdasarkan catatan transaksi selama Maret hingga Juni 2026, jumlah penggunaan layanan BRILink mengalami perubahan. Pada Maret tercatat sebanyak 526 transaksi, kemudian bertambah menjadi 590 transaksi pada April. Jumlah tersebut kembali meningkat hingga 703 transaksi pada Mei, sebelum mengalami penurunan menjadi 649 transaksi pada Juni. Perubahan jumlah transaksi ini memperlihatkan adanya perbedaan aktivitas penggunaan layanan selama periode pengamatan. Meskipun mengalami penurunan pada bulan terakhir, jumlah transaksi Juni masih berada di atas capaian Maret. Jika dilihat berdasarkan komposisi kegiatan usaha, layanan Agen BRILink menyumbang

39% dari keseluruhan aktivitas transaksi, sementara penjualan paket data mencapai 32% dan aksesoris sebesar 29%. Komposisi tersebut memperlihatkan bahwa layanan BRILink menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan usaha Berkah Cell. Keadaan ini menjadikan keputusan konsumen dalam memanfaatkan fasilitas transaksi keuangan pada agen tersebut sebagai hal yang menarik untuk dikaji lebih jauh.

Dalam menentukan penggunaan suatu layanan, konsumen dapat mempertimbangkan beberapa hal, termasuk kemudahan proses pelayanan dan pemahaman terhadap keuangan digital. Davis (1989) melalui konsep perceived ease of use menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berkaitan dengan keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat dipahami dan dijalankan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Pemikiran tersebut memiliki kesesuaian dengan konsep effort expectancy dalam teori UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh (2003), yaitu harapan seseorang mengenai tingkat kemudahan ketika menggunakan suatu sistem. Dalam pelayanan Agen BRILink, aspek kemudahan dapat dijumpai melalui penyampaian informasi yang jelas, tahapan transaksi yang dapat dimengerti, serta proses pelayanan yang tidak menyulitkan pengguna. Di sisi lain, Literasi Keuangan Digital berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam mengenali jenis layanan, memahami langkah penggunaannya, serta mempertimbangkan manfaat, keamanan, dan risiko sebelum melakukan transaksi.

Sejumlah kajian sebelumnya telah mengangkat persoalan mengenai penggunaan fasilitas keuangan berbasis digital. Isnaini (2023) membahas hubungan kemudahan akses dengan keputusan masyarakat dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital. Kajian Rumuar (2024) dan Kholifah (2023) berfokus pada kemudahan penggunaan fasilitas mobile banking dan BRImo. Sementara itu, Dewi (2025) menguji kemudahan, literasi keuangan digital, serta persepsi risiko dalam keputusan penggunaan QRIS di wilayah Solo Raya. Pembahasan mengenai literasi keuangan digital juga ditemukan dalam penelitian Mardhiyaturrositaningsih dan Hakim (2022). Adapun Triatha (2025) mengkaji keterkaitan kemudahan dan literasi keuangan digital dengan perilaku penggunaan pembayaran digital. Walaupun sejumlah penelitian tersebut memiliki kesamaan pada aspek variabel, objek serta bentuk layanan yang menjadi fokus kajian tidak sepenuhnya sama. Oleh karena itu, pengujian kedua variabel tersebut pada penggunaan transaksi keuangan melalui Agen BRILink Berkah Cell Boyolali masih memiliki ruang untuk dikembangkan.

Bertolak dari uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan fasilitas transaksi keuangan pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Pengujian dilakukan terhadap pengaruh masing-masing variabel maupun pengaruh keduanya ketika dianalisis secara bersamaan.

METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Konsumen dalam memanfaatkan fasilitas transaksi keuangan di Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Informasi penelitian dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada

konsumen yang sebelumnya pernah melakukan transaksi keuangan, seperti transfer dana, penarikan tunai, penyetoran tunai, dan pembayaran tagihan. Setiap pernyataan dalam instrumen disusun dengan mengacu pada indikator variabel penelitian. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima pilihan, dengan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju hingga skor 5 untuk jawaban sangat setuju. Sumber informasi utama dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh langsung melalui jawaban responden. Untuk melengkapi informasi tersebut, peneliti juga melakukan pengamatan terhadap kegiatan pelayanan dan mengumpulkan dokumentasi yang berhubungan dengan kondisi objek penelitian.

Kelompok yang menjadi sasaran penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan transaksi keuangan pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Konsumen yang hanya melakukan pembelian paket data, pulsa, maupun barang lainnya tanpa memanfaatkan fasilitas transaksi keuangan tidak dimasukkan sebagai bagian dari populasi penelitian. Mengingat jumlah populasi tidak tersedia secara pasti, pengambilan sampel dilakukan melalui pendekatan non-probability sampling dengan teknik accidental sampling. Teknik ini digunakan dengan memilih konsumen yang ditemui selama proses pengumpulan data sepanjang memenuhi persyaratan sebagai responden penelitian (Sugiyono, 2019).

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow karena ukuran populasi belum diketahui secara pasti. Rumus yang digunakan adalah:
(1)
Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal
Z = Nilai Z pada tingkat kepercayaan
P = Proporsi populasi
d = Batas kesalahan

Perhitungan kebutuhan sampel menggunakan rumus Lemeshow karena besarnya populasi belum diketahui secara pasti. Hasil perhitungan menghasilkan angka 96,04 sehingga jumlah minimum sampel dibulatkan menjadi 96 responden. Dalam pelaksanaannya, data yang berhasil dikumpulkan berasal dari 100 konsumen yang pernah menggunakan layanan transaksi keuangan, bersedia mengikuti penelitian, dan mengisi kuesioner secara lengkap.

Seluruh jawaban yang terkumpul kemudian diproses melalui IBM SPSS Statistics versi 26. Tahap awal analisis dilakukan dengan memeriksa validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan kelayakan setiap pernyataan. Berikutnya, model penelitian diperiksa melalui pengujian asumsi klasik yang mencakup normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Untuk menguji hipotesis, digunakan regresi linear berganda yang dilengkapi dengan uji t dan uji F. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) diperhatikan untuk mengetahui seberapa jauh Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital dapat menerangkan perubahan pada Keputusan Konsumen (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	13	13,0	13,0	13,0
Perempuan	87	87,0	87,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2026.

Pengelompokan responden berdasarkan usia memperlihatkan bahwa kelompok 17–22 tahun memiliki jumlah paling besar, yaitu 70 orang atau 70% dari keseluruhan sampel. Selanjutnya, responden berusia 23–27 tahun berjumlah 28 orang dengan persentase 28%. Sementara itu, kelompok usia 28–32 tahun hanya diwakili oleh 2 orang atau 2%. Berdasarkan komposisi tersebut, partisipasi terbesar dalam penelitian ini berasal dari konsumen pada rentang usia 17–22 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17–22 tahun	70	70,0	70,0	70,0
23–27 tahun	28	28,0	28,0	98,0
28–32 tahun	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2026.

Mengacu pada tabel karakteristik usia, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 17–22 tahun, yaitu sebanyak 70 orang dengan persentase sebesar 70%. Berikutnya, kelompok usia 23–27 tahun terdiri atas 28 orang atau 28% dari keseluruhan responden. Adapun responden yang berada pada rentang usia 28–32 tahun hanya berjumlah 2 orang atau sebesar 2%. Perolehan data tersebut menunjukkan adanya perbedaan jumlah yang cukup besar antar kelompok usia. Kelompok usia 17–22 tahun memiliki proporsi tertinggi dibandingkan dua kelompok usia lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konsumen berusia 17–22 tahun menjadi kelompok yang paling banyak terwakili dalam penelitian ini.

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Boyolali	100	100,0	100,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2026.

Seluruh partisipan yang memberikan jawaban dalam penelitian ini berdomisili di Boyolali. Jumlahnya mencapai 100 orang atau setara dengan 100% dari keseluruhan sampel. Dengan demikian, informasi yang dianalisis dalam penelitian ini berasal dari konsumen di wilayah Boyolali yang telah menggunakan fasilitas transaksi keuangan pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kemudahan Layanan (X1)	X1.1	0,607	0,197	Valid
	X1.2	0,633	0,197	Valid
	X1.3	0,733	0,197	Valid
	X1.4	0,807	0,197	Valid
	X1.5	0,629	0,197	Valid
Literasi Keuangan Digital (X2)	X2.1	0,738	0,197	Valid
	X2.2	0,687	0,197	Valid
	X2.3	0,594	0,197	Valid
	X2.4	0,803	0,197	Valid
	X2.5	0,593	0,197	Valid
Keputusan Konsumen (Y)	Y1	0,811	0,197	Valid
	Y2	0,684	0,197	Valid
	Y3	0,757	0,197	Valid
	Y4	0,704	0,197	Valid
	Y5	0,497	0,197	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Hasil pemeriksaan terhadap instrumen memperlihatkan bahwa nilai r-tabel yang digunakan adalah 0,197. Sementara itu, nilai r-hitung dari seluruh pernyataan berada pada rentang 0,497 hingga 0,811. Karena setiap nilai r-hitung melampaui angka pembanding tersebut, seluruh pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi ketentuan validitas. Artinya, setiap butir pertanyaan dapat digunakan sebagai alat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Uji Realibilitas

Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha (a)	Standar Reliabel	Keterangan
Kemudahan Layanan	0,706	0,70	Reliabel
Literasi Keuangan Digital	0,713	0,70	Reliabel
Keputusan Konsumen	0,717	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Pemeriksaan konsistensi instrumen menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,706 untuk Kemudahan Layanan, 0,713 untuk Literasi Keuangan Digital, dan 0,717 untuk Keputusan Konsumen. Ketiga angka tersebut telah melampaui batas minimum 0,70. Hasil ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai tingkat konsistensi yang memenuhi persyaratan. Dengan demikian, seluruh pernyataan dalam instrumen dapat dipertahankan untuk proses pengumpulan data penelitian.

Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Keterangan	Unstandardized Residual

N	100
Mean	0
Std. Deviation	2,42352089
Absolute	0,085
Positive	0,085
Negative	-0,056
Test Statistic	0,085
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,074c

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Pengujian normalitas menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,074. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan kriteria pengujian yang digunakan, data residual dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan Layanan (X1)	0,998	1,002	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,998	1,002	Tidak Terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Hasil pemeriksaan multikolinearitas memperlihatkan bahwa Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital sama-sama memperoleh nilai Tolerance sebesar 0,998 serta VIF sebesar 1,002. Nilai Tolerance berada di atas 0,10, sedangkan VIF masih jauh di bawah batas 10. Berdasarkan kedua ukuran tersebut, model yang digunakan tidak memperlihatkan adanya gejala multikolinearitas antarvariabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kemudahan Layanan (X1)	0,173	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,405	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Pengujian heteroskedastisitas menghasilkan tingkat signifikansi 0,173 pada variabel Kemudahan Layanan dan 0,405 pada variabel Literasi Keuangan Digital. Kedua nilai tersebut berada di atas batas 0,05. Hasil ini memberikan gambaran bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi kriteria pengujian yang digunakan.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15,214	2,531		6,011	0
	Kemudahan Layanan	0,22	0,088	0,247	2,506	0,014
	Literasi Keuangan Digital	0,02	0,093	0,022	0,22	0,826

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen
Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi dengan mengacu pada nilai Unstandardized Coefficients (B) sebagai berikut:

Y = 15,214 + 0,220 X1 + 0,020 X2

1. Konstanta sebesar 15,214 menunjukkan bahwa apabila kemudahan layanan (X1) dan literasi keuangan digital (X2) bernilai nol, maka keputusan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 15,214.
2. Koefisien kemudahan layanan (X1) sebesar 0,220 menunjukkan hubungan positif dengan keputusan konsumen. Nilai signifikansi 0,014 lebih kecil dari 0,05, sehingga kemudahan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.
3. Koefisien literasi keuangan digital (X2) sebesar 0,020 menunjukkan hubungan positif dengan keputusan konsumen. Namun, nilai signifikansi 0,826 lebih besar dari 0,05, sehingga variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Uji Hipotesis

Uji Parameter Individual atau Parsial (t)

Tabel 11. Uji Parameter Individual atau Parsial (t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kemudahan Layanan (X1)	2,506	1,985	0,014	Signifikan (Pengaruh Positif)
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,220	1,985	0,826	Tidak Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985 pada tingkat signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil pengujian untuk masing-masing variabel independen diuraikan sebagai berikut.

1. Kemudahan Layanan (X1) menghasilkan t-hitung sebesar 2,506. Angka tersebut melampaui t-tabel sebesar 1,985. Selain itu, tingkat signifikansi sebesar 0,014 berada di bawah batas 0,05. Hasil ini memperlihatkan bahwa Kemudahan Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dapat diterima.
2. Literasi Keuangan Digital (X2) memperoleh t-hitung sebesar 0,220. Nilai tersebut belum mencapai t-tabel sebesar 1,985. Tingkat signifikansinya sebesar 0,826 juga berada di atas 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Konsumen belum dapat dibuktikan secara statistik. Dengan demikian, H2 tidak didukung oleh hasil pengujian.

Uji F (Simultan)

Tabel 12. Hasil Uji F (Simultan)

Komponen	Nilai	Kesimpulan
F hitung	3,196	

Sig.	0,046	Signifikan
Taraf Signifikan	0,05	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Hasil pengujian bersama menghasilkan nilai F-hitung sebesar 3,196 dengan tingkat signifikansi 0,046. Perolehan signifikansi tersebut masih berada di bawah batas 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwa Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Atas dasar hasil tersebut, hipotesis ketiga (H3) diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,249a	0,062	0,042	2,448

Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Layanan

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Hasil pengolahan koefisien determinasi menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,042. Angka tersebut memberikan gambaran bahwa Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital dapat menerangkan 4,2% perubahan Keputusan Konsumen. Sementara itu, bagian sebesar 95,8% belum dapat diterangkan oleh kedua variabel yang digunakan dalam model. Hal tersebut memperlihatkan bahwa masih terdapat aspek lain di luar cakupan penelitian yang dapat dipertimbangkan dalam kajian mengenai keputusan konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan Layanan (X1) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Hasil pengolahan data memperlihatkan bahwa Kemudahan Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen dalam memanfaatkan transaksi keuangan pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Kesimpulan tersebut didasarkan pada t-hitung sebesar 2,506 dan tingkat signifikansi 0,014. Karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, hipotesis pertama dapat diterima.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui konsep perceived ease of use dari Davis (1989), yang mengacu pada persepsi individu mengenai kemudahan penggunaan suatu sistem tanpa memerlukan banyak usaha. Dalam penelitian ini, kemudahan tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup kejelasan informasi dan prosedur transaksi yang mudah dipahami. Hal tersebut sejalan dengan konsep effort expectancy dalam teori UTAUT yang menjelaskan harapan individu terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem (Venkatesh, 2003). Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Wijayanti (2019) mengenai BRI Digital Banking serta Aji (2020) tentang penggunaan e-wallet yang menunjukkan adanya keterkaitan antara kemudahan dan penggunaan layanan keuangan.

Pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali, kemudahan tersebut tercermin melalui tersedianya layanan transfer, tarik tunai, setor tunai, dan pembayaran tagihan

dalam satu tempat. Kejelasan informasi serta tahapan transaksi yang diberikan agen turut membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan keuangannya. Dengan demikian, kemudahan proses pelayanan menjadi salah satu aspek yang mendukung keputusan konsumen dalam menggunakan layanan transaksi keuangan.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital (X2) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa Literasi Keuangan Digital belum mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Hal tersebut terlihat dari t-hitung sebesar 0,220 yang lebih rendah dibandingkan t-tabel 1,985. Tingkat signifikansi sebesar 0,826 juga belum memenuhi batas pengujian 0,05. Oleh karena itu, hipotesis kedua tidak memperoleh dukungan dari hasil penelitian.

Temuan tersebut berbeda dengan penelitian Triatha (2025), yang memperoleh hasil bahwa Literasi Keuangan Digital memberikan pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan pembayaran digital. Perbedaan hasil ini dapat dipahami dengan memperhatikan karakteristik responden, objek kajian, serta bentuk layanan yang menjadi perhatian masing-masing penelitian. Penelitian ini berpusat pada transaksi keuangan melalui Agen BRILink, sedangkan penelitian terdahulu membahas penggunaan fasilitas pembayaran digital.

Pada dasarnya, pemahaman mengenai keuangan digital mencakup kemampuan mengenali informasi layanan, mengikuti prosedur transaksi, serta memahami keamanan dan risiko yang mungkin muncul. Akan tetapi, hasil pengujian dalam penelitian ini belum memperlihatkan bahwa kemampuan tersebut menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan ketika konsumen memutuskan menggunakan layanan BRILink. Meskipun demikian, pengetahuan mengenai keamanan dan risiko tetap diperlukan agar setiap transaksi dapat dilakukan dengan lebih hati-hati. Oleh sebab itu, penyampaian informasi yang berkaitan dengan prosedur dan keamanan transaksi tetap menjadi bagian pelayanan yang perlu diperhatikan oleh pengelola agen.

Pengaruh Kemudahan Layanan (X1) dan Literasi Keuangan Digital (X2) secara Simultan terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Pengujian F menghasilkan nilai sebesar 3,196 dengan tingkat signifikansi 0,046. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan Digital apabila dinilai secara bersamaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima.

Hasil pengujian tersebut perlu dilihat bersama dengan temuan dari uji parsial. Ketika kedua variabel dianalisis secara bersamaan, pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen terbukti signifikan. Namun, berdasarkan pengujian masing-masing variabel, hanya Kemudahan Layanan yang memperlihatkan pengaruh signifikan, sedangkan Literasi Keuangan Digital belum menunjukkan hasil yang serupa. Kedua hasil tersebut menggambarkan bahwa pengujian secara bersama-sama dan pengujian secara individual memberikan informasi yang berbeda mengenai hubungan antarvariabel.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,042 juga memperlihatkan bahwa kemampuan kedua variabel dalam menerangkan perubahan Keputusan Konsumen masih terbatas, yaitu sebesar 4,2%. Adapun 95,8% lainnya berada di luar penjelasan model penelitian. Artinya, pembahasan mengenai keputusan konsumen masih dapat

dikembangkan dengan memperhatikan aspek lain yang belum menjadi bagian dari pengujian ini.

Pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali, konsumen dapat memenuhi berbagai kebutuhan transaksi, mulai dari transfer, tarik tunai, setor tunai, hingga pembayaran tagihan. Dalam proses tersebut, konsumen juga memperoleh informasi dan bantuan pelayanan dari petugas agen. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan transaksi keuangan dapat berkaitan dengan berbagai aspek yang tidak seluruhnya tercakup dalam penelitian. Oleh karena itu, agen perlu mempertahankan kemudahan proses pelayanan serta memberikan informasi yang mudah dipahami konsumen. Hal tersebut terutama didukung oleh hasil pengujian yang menunjukkan bahwa Kemudahan Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan pembahasan data, Kemudahan Layanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan layanan transaksi keuangan pada Agen BRILink Berkah Cell Boyolali. Hasil tersebut ditunjukkan oleh tingkat signifikansi sebesar 0,014 dan koefisien regresi sebesar 0,220. Temuan ini memberikan gambaran bahwa pelayanan dengan tahapan yang sederhana dan informasi yang mudah dimengerti dapat mendukung keputusan konsumen dalam memanfaatkan fasilitas yang tersedia.

Sementara itu, Literasi Keuangan Digital belum memperlihatkan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Kesimpulan tersebut didasarkan pada tingkat signifikansi sebesar 0,826 dan koefisien regresi sebesar 0,020. Artinya, dalam penelitian ini belum ditemukan bukti statistik yang cukup untuk menyatakan adanya pengaruh signifikan dari variabel tersebut secara parsial.

Ketika kedua variabel dianalisis secara bersamaan, hasil pengujian memperlihatkan adanya pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Hal ini didasarkan pada nilai F-hitung sebesar 3,196 dengan signifikansi 0,046. Meskipun demikian, nilai Adjusted R Square sebesar 0,042 memperlihatkan bahwa kemampuan kedua variabel dalam menerangkan variasi Keputusan Konsumen hanya mencapai 4,2%, sedangkan 95,8% sisanya berada di luar cakupan model penelitian. Berdasarkan hasil tersebut, pengelola Agen BRILink Berkah Cell Boyolali perlu menjaga kemudahan proses pelayanan serta memastikan informasi transaksi disampaikan secara jelas agar dapat dipahami oleh konsumen.

Pengelola Agen BRILink Berkah Cell Boyolali disarankan untuk mempertahankan kemudahan pelayanan melalui prosedur transaksi yang sederhana, penyampaian informasi yang jelas, serta peningkatan respons terhadap kebutuhan konsumen. Konsumen diharapkan lebih teliti saat bertransaksi di Agen BRILink Berkah Cell Boyolali, seperti memeriksa nominal, tujuan transaksi, dan biaya administrasi. Sementara itu, peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan faktor-faktor tambahan lainnya misalnya kepercayaan maupun biaya administrasi serta dalam pertanyaan kuesioner perlu disesuaikan dengan variabel penelitian agar jawaban responden lebih sesuai dengan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan transaksi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, H. M., B. I., & H. M. M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management, 7*(1), Article 1804181. https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181

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

Dewi, I. K., & H. C. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan, literasi keuangan digital dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS dalam transaksi non tunai oleh Generasi Z di Solo Raya. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4*(4), 6561–6570. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4377

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro. https://drive.google.com/file/d/1I2An6BNwQ-kqHcV5xi1q7t8tLUMujjo6/view

Isnaini, W. I., & I. B. (2023). Analisis kemudahan akses, fitur aplikasi, dan strategi promosi terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi, 1*(2), 239–256. https://doi.org/10.55606/mri.v1i2.1081

Kholifah, A. P., H. N., & A. I. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan BRImo pada nasabah Bank BRI Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen, 12*(2), 241–251. https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20465

Mardhiyaturrositaningsih, & Hakim, M. L. (2022). Determinant Factors of Digital Financial Literacy: A Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Finance and Islamic Banking (JFIB), 5*(2), 28–36. https://doi.org/10.22515/jfib.v5i2.5495

Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). *The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age*. Asian Development Bank Institute (ADBI). https://www.adb.org/sites/default/files/publication/503706/adbi-realizing-education-all-digital-age.pdf#page=56

Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, 9*(2), 32–41. https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541

OECD. (2023). *G20 OECD/INFE Policy Guidance on Digital Financial Literacy*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/g20-oecd-infe-policy-guidance-on-digital-financial-literacy_effe2693-en.html

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-%28SNLIK%29-2024.aspx?O

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2019). *Annual Report 2019*. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. https://www.ir-bri.com/newsroom/758522-AnnualReport2019-BBRI-att1.pdf

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2022). *Annual Report 2022*. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. https://www.ir-

bri.com/newsroom/c5328125b2_77ef9375f9.pdf

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2024). *Annual Report 2024*. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. https://www.ir-bri.com/misc/AR/flipbook/AR2024-ID/

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2025). *Annual Report 2025*. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. https://www.ir-bri.com/misc/AR/AR2025-EN.pdf

Rumuar, A., & N. H. S. (2024). Pengaruh kepercayaan, fitur layanan, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan menggunakan mobile banking di kalangan Generasi-Z. *Media Mahardhika, 23*(1), 190–201. https://doi.org/10.29062/mahardika.v23i1.1221

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. https://drive.google.com/file/d/1VUNxkko0XeUGyaqNVRiEkGOyD--BSqna/view

Triatha, Y., S. B., & W. T. (2025). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use and digital financial literacy on use behavior in digital payment. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, 15*(2), 382–398. https://doi.org/10.30996/die.v15i2

Venkatesh, V., M. M. G., D. G. B., & D. F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Wijayanti, M. W., S. A., & S. (2019). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behaviour intention to use BRI Digital Banking pada Agen BRILink PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 13*(Edisi Khusus), 188–199. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+perceived+usefulness+dan+perceived+ease+of+use+terhadap+behaviour+intention+to+use+BRI