

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
INTERNET BANKING BANK BRI DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

TETRANDA PUSPITA KURNIASARI
NIM: 2012210426

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Tetranda Puspita Kurniasari
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 01 September 1994
N.I.M : 2012210426
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah *Internet Banking* Bank BRI di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 21 Maret 2016

Dr.Drs.M. Nadjib Usman, MM.

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 04 April 2016

Dr. Muazaroh, S.E., M.T.

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH INTERNET BANKING BANK BRI DI SURABAYA

Tetranda Puspita Kurniasari
STIE Perbanas Surabaya
E-mail: Tetranda94@yahoo.com
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

This study formulated and tested a model for customer satisfaction based on service quality in internet banking. The research developed the model on basis of theoretical background. The reseach used a structured questionnaire in order to collect data from internet banking customer of BRI in Surabaya using purposive sampling method. The sample size of the study was 80. The research used SPSS 18.0 to examine the variable and the research also used SEM-Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0. The findings validated the relationships between the variables in the model. The result showed that five variables have not significant impact on customer satisfaction in internet banking, and two other variables have significant impact on customer satisfaction in internet banking. The suggestion to the next researcher broaden areas study especially numbers of responden and beside using questionare forms also adding interview method.

Key words : *internet banking service quality, customer satisfaction, efficiency, reliability, responsiveness, fulfillment, privasi, assurance, web design.*

PENDAHULUAN

Internet bukan merupakan hal yang baru dalam kehidupan masyarakat indonesia akan tetapi telah menjadi kebutuhan sehari-hari. Menurut (<http://tekno.kompas.com>) jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 naik sebesar enam persen dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini terpaparkan oleh data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna internet pada tahun 2013 sebesar 71,2 juta naik menjadi 88,1 juta pada tahun 2014. Hal ini dimanfaatkan oleh dunia perbankan untuk kemudahan operasional dan pemenuhan kebutuhan nasabah salah satunya yaitu layanan *internet banking*.

Internet Banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan. (Wiji Nurastuti, 2011: 112). Dalam *internet banking* terdapat kualitas layanan yang akan berpengaruh pada kepuasan nasabah. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai dengan ekspetasi nasabah (Fandy, 2012:85). Dalam layanan *internet banking* ini meliputi efisiensi yang merupakan kemampuan nasabah dalam mengakses website *internet banking* Keandalan ini berkaitan dengan

fungsionalitas teknis situs atau website internet banking yang bersangkutan dan sejauh mana situs tersebut handal dan akurat. Daya tanggap dalam layanan *internet banking* dapat menyampaikan informasi yang tepat kepada nasabah saat timbul masalah dan memiliki mekanisme yang tepat untuk menanganinya. Pemenuhan dalam layanan *internet banking* merupakan akurasi terhadap janji layanan. Privasi merupakan catatan informasi dan kerahasiaan data nasabah pengguna *internet banking* tidak akan disebarluaskan. Jaminan merupakan kemampuan layanan *internet banking* dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan dari nasabah jika ingin menggunakan layanan, sehingga nasabah akan percaya terhadap layanan *internet banking*. Desain website dalam layanan *internet banking* akan memudahkan nasabah pengguna *internet banking* dalam mencari apa yang dibutuhkan, sehingga unsur dalam website harus terorganisir dan menarik.

Adanya kualitas layanan yang baik, maka akan dapat tercapai suatu kepuasan nasabah. Hal tersebut disebabkan kepuasan nasabah mempunyai peran yang penting dalam dunia perbankan.

Menurut survei yang dilakukan MARS pada 5 kota besar (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan) pada Januari-Februari 2013 dengan sebaran 1.710 nasabah. Saat ini banyak masyarakat Indonesia yang sadar terhadap layanan *internet banking*. Menyatakan bahwa tingkat kesadaran terhadap *internet banking* sebesar 34,7% total nasabah. Salah satunya bank yang memberikan layanan internet banking di Surabaya yaitu Bank BRI, dengan mengunjungi halaman (<https://ib.co.id>). Adapun fasilitas yang ditawarkan *internet banking* BRI meliputi informasi rekening, transfer dana, pembayaran dan pembelian, daftar pembayaran pelayanan nasabah, dan M-Token (<https://bri.co.id>). BRI belum dapat sepenuhnya menarik dan membawa nasabah untuk menggunakannya. Terbukti

dengan adanya survey TOP Brand Award dari produk *internet banking* yang ada pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Bank Dengan Top Brand Award Dalam Kategori *Internet Banking* 2013 Dan 2014 Di Indonesia

Merek	2013		2014	
Klik BCA	53,7%	1	60,2%	1
<i>Internet Banking</i> Mandiri	20,2%	2	16,9%	2
<i>Internet Banking</i> BRI	10,6%	3	8,5%	4
BNI <i>Internet Banking</i>	9,6%	4	11,5%	3

Sumber : data diolah dari topbrandaward.com

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada penurunan jumlah nasabah pengguna *internet banking* Bank BRI merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Permasalahan tersebut kemungkinan terjadi disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, diantaranya apakah kualitas *internet banking* Bank BRI menurun, atau nasabah internet banking tidak puas terhadap layanan *internet banking* Bank BRI.

RERANGKA TEORI YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Internet Banking

Internet banking merupakan bagian dari *electronic banking channel*, E-banking telah menjadi fenomena yang penting di industri perbankan dan akan terus berkembang dengan berbagai inovasi yang dibuat dalam teknologi informasi (S. Fatemeh *et al.*, 2014:33) Sebagai sistem layanan yang bersumber pokok pada kedua rekening yaitu tabungan dan giro, maka salah satu syarat bagi nasabah yang menginginkan layanan *internet banking* ini terlebih dahulu harus mempunyai rekening tabungan atau giro, serta harus mempunyai hardware atau software dengan kualifikasi tertentu.

Menurut Agus Riswandi (2005: 21) *Internet banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun baru. *Internet Banking* juga merupakan salah satu pelayanan bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Wiji Nurastuti, 2011:112).

Kualitas Layanan

Menurut Tony (2011: 11) Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, yang artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual nasabah terhadap produk atau jasa bank yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan tersebut. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai akibat dari evaluasi berdasarkan harapan nasabah tentang sebuah layanan dan persepsi cara layanan tersebut dapat menyampaikan nilai (Mohsin *et al.*, 2011).

Internet banking merupakan layanan elektronik sehingga termasuk dalam kualitas layanan secara elektronik (E-SERVQUAL atau E-SQ). Pada prinsipnya model layanan ini merupakan adaptasi dan perluasan dari model tradisional SERVQUAL kedalam konteks pengalaman belanja online/ transaksi online (Fandy, 2012: 216).

Efisiensi

Efisiensi merupakan pemberian kemudahan kepada nasabah untuk kontak dengan perusahaan dan karyawan atau berupaya mendekatkan lokasinya dengan nasabah, sehingga nasabah mendapatkan kemudahan dalam berhubungan dengan bank. Efisiensi mencakup kemampuan nasabah untuk dapat masuk kedalam situs website, dapat

dengan mudah menemukan produk atau informasi yang diinginkan dan dapat dengan mudah log in maupun log out (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011).

Kehandalan

Kehandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Tatik, 2013:91). Nasabah akan menilai realibilitas berdasarkan pada kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan Sehingga kehandalan ini akan melibatkan keteguhan dan keseragaman dalam kinerja online banking atau *internet banking* (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011)

Daya Tanggap

Daya Tanggap yaitu suatu kemampuan atau keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat (*responsive*) dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011). Nasabah menilai kualitas layanan dari kecepatan pegawainya dalam menanggapi dan menindak lanjuti keluhan yang disampaikan (Tatik, 2013:92).

Pemenuhan

Pemenuhan juga merupakan komitmen pelayanan seperti menyediakan produk yang cukup untuk memenuhi keinginan nasabah dan membuat jasa pelayan tersebut selalu tersedia seperti dalam waktu yang telah dijanjikan (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011). Dalam arti singkatnya pemenuhan mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan (Fandy, 2012 : 220).

Privasi

Privasi mengungkapkan bahwa menampilkan catatan kegiatan berbelanja dan keamanan informasi kartu

kredit/rekening tidak akan dibagi atau disebarluaskan (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011). Karena privasi juga merupakan keamanan yang menjadi unsur penting untuk dipertimbangkan oleh nasabah. Informasi atau rahasia nasabah tidak akan disebarluaskan oleh bank.

Jaminan

Jaminan merupakan seperangkat kesopanan dan pengetahuan karyawan sepanjang kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011). Sehingga jaminan ini merupakan kemampuan yang dimana kemampuan diukur dengan menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pada nasabah jika ingin menggunakannya dan bagaimana reputasi bank tersebut bagi para nasabah.

Desain Website

Penampilan secara fisual yang menarik, fungsi penelusuran didalam jaringan web terorganisasi secara baik cepat dan mudah diakses dan memiliki tingkat kesalahan (eror) yang sangat kecil (S Fatemeh Sakhaei, *et al.*, 2014). Desain website merupakan tampilan keseluruhan web yang ditampilkan.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2009:138) kepuasan adalah perasaan senang dari nasabah yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan terhadap produk (atau hasil) tentang apa yang di ekspektasikan. Banyak bank mengukur seberapa baik dalam memperlakukan nasabah dengan mengenali faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Salah satu cara dengan masukan dari nasabah atau *feedback* nasabah tentang kekurangan dalam faktor-faktor tersebut. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting di era persaingan industri perbankan saat ini.

Pengaruh Efisiensi Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafar *et al.*, (2011) Efisiensi merupakan kemampuan nasabah untuk dapat mengakses website guna mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk dan menutup atau keluar dari situs internet banking dengan upaya yang minimal. Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu efisiensi yang merupakan kemudahan pada layanan *internet banking* membuat nasabah semakin hemat waktu dan biaya, sehingga menimbulkan rasa puas terhadap nasabah yang menggunakannya.

H₁ : Efisiensi berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafar *et al.*, (2011) Keandalan (*reliability*) ini berkenaan dengan kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan. Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu keandalan yang merupakan kemampuan yang ada pada layanan *internet banking* membuat nasabah semakin percaya, sehingga menimbulkan rasa puas terhadap nasabah yang menggunakannya.

H₂ : Keandalan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafar *et al.*, (2011) Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemampuan para pelayan online dalam *internet banking* dalam memberikan informasi yang tepat kepada nasabah ketika timbul masalah yang ada dan memiliki mekanisme untuk menangani masalah tersebut dengan tepat. Berdasarkan uraian tersebut dengan

adanya kualitas layanan yaitu daya tanggap yang merupakan kemampuan yang ada pada layanan *internet banking* membuat nasabah puas, sehingga menimbulkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

H₃ : Daya Tanggap berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Pemenuhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafar *et al.*, (2011) akurasi janji layanan, ketersediaan layanan dan ketepatan layanan tersebut sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.. Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu pemenuhan yang merupakan ketepatan dalam layanan sesuai dengan yang dijanjikan pada layanan *internet banking* membuat nasabah puas. Apabila dalam menggunakan layanan internet banking tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan akan membuat nasabah cenderung tidak puas dan enggan untuk menggunakannya kembali.

H₄ : Pemenuhan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Privasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafar *et al.*, (2011) privasi yang berupa keamanan dari data pengguna layanan internet banking tidak akan diberikan pada pihak lain manapun dan informasi yang ada dalam rekening nasabah terjamin keamanannya atau kerahasiaannya. Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu privasi yang merupakan keamanan dan kerahasiaan data nasabah tidak akan disebarluaskan dalam menggunakan *internet banking* membuat nasabah semakin percaya dan puas, sehingga menimbulkan rasa kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

H₅ : Privasi berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafar *et al.*, (2011) jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan untuk dapat menimbulkan persepsi tentang bagaimana reputasi bank tersebut pada nasabah. Jaminan merupakan salah satu faktor yang paling banyak memengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

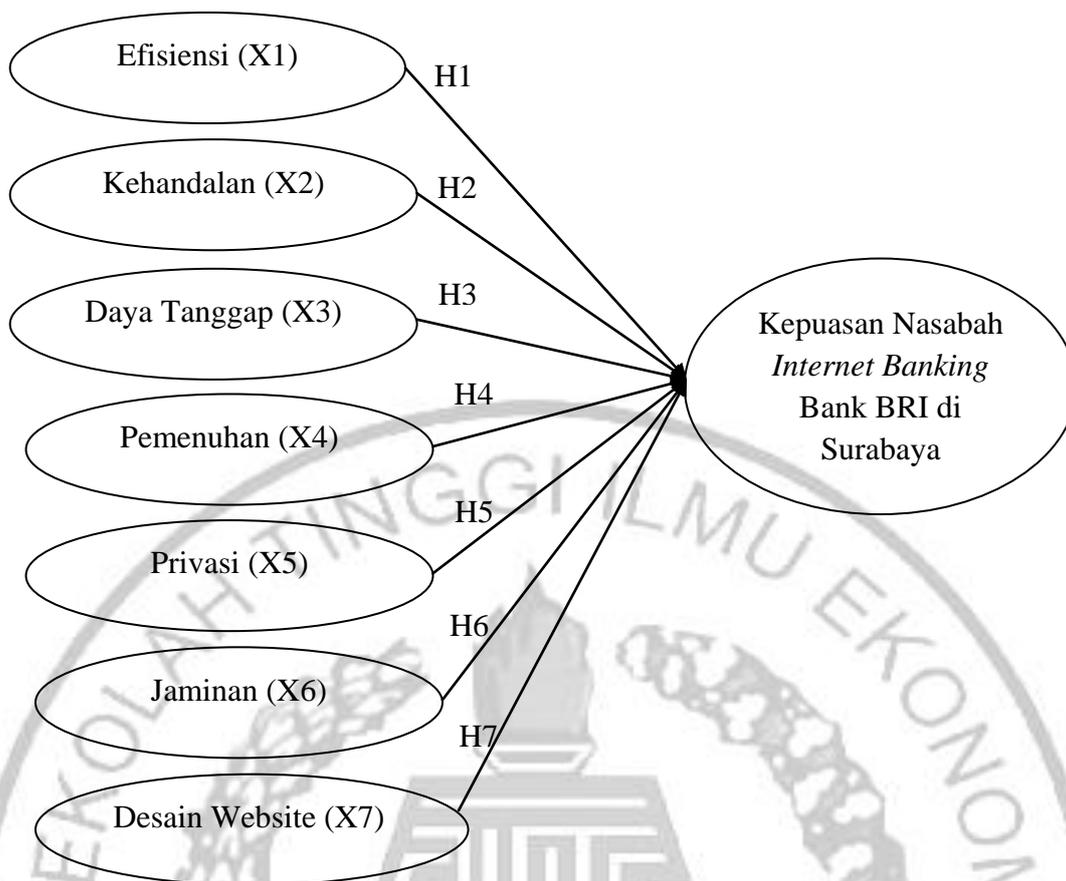
Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu jaminan yang merupakan persepsi nasabah mengenai layanan *internet banking* akan membuat nasabah semakin percaya, sehingga menimbulkan kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

H₆ : Jaminan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Desain Website Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh S. Fatemeh Sakhaei *et al.*, (2014) bagaimana tampilan yang ada dalam fitur internet banking dibuat menarik, efisien dan efektif dan mudah untuk diakses. Meskipun desain website mempunyai pengaruh paling kecil terhadap kepuasan nasabah akan tetapi desain website juga harus diperhatikan dalam layanan internet banking. Karena jika struktur desain yang digunakan dalam website tidak terorganisir maka nasabah tidak akan dengan mudah menggunakannya. Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu desain website yang merupakan tampilan visual pada layanan *internet banking* membuat nasabah semakin mudah dalam mengoperasikannya, sehingga menimbulkan kepuasan pada nasabah yang menggunakannya.

H₇ : Desain Website berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah



Gambar 1
Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan hubungan variabel yaitu hubungan sebab-akibat (*causal relationship*) diantara dua variabel yang ada, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling non probabilitas* yaitu *sample bertujuan (purposive)*. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini, diantaranya (1) Para nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya (2) Para nasabah berusia minimal 19 tahun. (3) Mempunyai pekerjaan pegawai negeri, pegawai swasta, wirausaha, pelajar atau mahasiswa. (4) Nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI minimal dua kali dalam satu bulan selama satu tahun terakhir.

Identifikasi Variabel

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka variabel dalam penelitian ini adalah :

Variabel Terikat (Y) yaitu :
Y : Kepuasan Nasabah

Variabel Bebas (X) terdiri dari :

- X₁ : Efisiensi
- X₂ : Keandalan
- X₃ : Daya Tanggap
- X₄ : Pemenuhan
- X₅ : Privasi
- X₆ : Jaminan
- X₇ : Desain Website

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam setiap item pernyataan pada masing-masing variabel akan diukur dengan skala *Likert* dengan berdasarkan lima kategori respon yang dimulai dari skala 5 sampai 1 yaitu: (5) Sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Netral, (2) Tidak Setuju (1) Sangat Tidak Setuju.

Efisiensi

Efisiensi adalah pendapat responden tentang kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI di Surabaya sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Fasilitas *log in* secara cepat.
- b. Fasilitas *log out* secara cepat.
- c. Menemukan dan melakukan yang dibutuhkan secara sederhana dan mudah.
- d. Opsi yang mudah dalam membatalkan transaksi.

Kehandalan

Kehandalan adalah pendapat responden tentang kemampuan bank BRI di Surabaya dalam menyampaikan layanan yang telah dijanjikan secara akurat. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Keakuratan informasi dalam website *internet banking* BRI
- b. Kepercayaan dalam layanan *internet banking* yang ditawarkan.
- c. Tidak adanya eror dalam halaman website ketika proses transaksi.
- d. Pembaharuan website yang dilakukan berkesinambungan.

Daya Tanggap

Daya tanggap adalah pendapat responden mengenai kemampuan Bank BRI di Surabaya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam menanggapi maupun menindak lanjuti keluhan dari nasabah. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Tanggap dalam menangani keluhan nasabah.
- b. Tersedianya langkah dalam menggantikan kesalahan.
- c. Kecepatan dalam menanggapi permintaan nasabah.
- d. Informasi disediakan bagi transaksi yang tidak diproses.

Pemenuhan

Pemenuhan adalah pendapat responden tentang kemampuan Bank BRI di Surabaya dalam memenuhi keinginan nasabah dan memenuhi layanan *internet banking* Bank BRI dalam waktu yang dijanjikan. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Mudah dalam menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI
- b. Bank BRI melakukan transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- c. memenuhi kebutuhan perbankan
- d. Transaksi *internet banking* Bank BRI secara akurat

Privasi

Privasi adalah pendapat responden mengenai kerahasiaan informasi data nasabah pengguna *internet banking* Bank BRI di Surabaya tidak akan disebarluaskan oleh Bank BRI. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Bank BRI menjamin keamanan dan kerahasiaan dari data transaksi *internet*
- b. Informasi pribadi dijamin dan dilindungi oleh situs Bank BRI.
- c. Bank BRI tidak akan pernah menyalahgunakan informasi pribadi nasabah.
- d. Saya merasa aman dalam bertransaksi.

Jaminan

Jaminan yang merupakan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan Bank BRI di Surabaya dalam menumbuhkan rasa percaya pada nasabah pengguna layanan *internet banking* Bank BRI, sehingga dapat menimbulkan reputasi yang baik bagi Bank BRI. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Kehandalan dan tingkat kepercayaan dalam melakukan transaksi.

- b. Melindungi dan mengamankan data transaksi nasabah.
- c. Bank BRI mempunyai reputasi yang baik.
- d. Saya percaya dengan layanan *internet banking* Bank BRI

Desain Website

Desain website adalah pendapat responden tentang penampilan visual dari website *internet banking* Bank BRI (<https://ib.co.id>) yang mempunyai banyak manfaat. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Mudah untuk masuk pada portal website *internet banking* Bank BRI.
- b. Mudah untuk memahami tombol yang harus ditekan untuk langkah
- c. Tampilan halaman website *internet banking* Bank BRI menarik.
- d. Website *internet banking* Bank BRI menyediakan bahasa yang mudah untuk dimengerti.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan pendapat responden mengenai perasaan yang timbul setelah pemakaian layanan *internet banking* Bank BRI. . Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- a. Layanan *internet banking* Bank BRI menyediakan layanan yang cepat dan efisien.
- b. Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BRI.
- c. Saya puas dengan produk layanan *internet banking* Bank BRI yang ada.
- d. Saya tidak ingin beralih ke bank lain.

Instrumen Penelitian

Alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Pernyataan pada kuesioner menggunakan pernyataan positif.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan yang ada di kuesioner tersebut mampu menyatakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghazali, 2012:52). Karena dalam sebuah daftar pertanyaan kuesioner, sebuah pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid sehingga harus diganti dengan pertanyaan yang lain yang dinyatakan valid oleh uji validitas.

Uji validitas yang akan digunakan adalah *Person Correlation* yaitu membandingkan item pertanyaan ke total skor variabel yang terdiri dari item-item pertanyaan. Dan uji ini dikatakan valid apabila korelasi antara item dengan total skor mempunyai nilai signifikan di bawah $<5\%$, hal ini menunjukkan indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi di atas $>5\%$, maka dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas merupakan uji tindak lanjut dari uji validitas. Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur dalam melakukan pengukuran. Alat ukur (instrumen penelitian) dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghazali, 2012: 47). Untuk mengukur penelitian yang dikatakan konsisten jika instrument penelitian tersebut terbukti reliabel jika tingkat koefisien alpha atau yang biasa disebut *Cronbach Alpha* (α) $> 0,7$. Begitu juga sebaliknya jika *Cronbach Alpha* (α) $< 0,7$ maka instrument penelitian tersebut tidak reliabel dan harus dieliminasi atau diganti dengan yang lain sehingga reliabel (Ghozali, 2012:48).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan jumlah sampel data sebanyak 80 responden

Tabel 1.2
Karakteristik Responden

Jenis Kelamin					
Laki-Laki			Perempuan		
53			27		
Usia		Pekerjaan		Pendidikan Terakhir	
< 20 tahun	0	Mahasiswa/Pelajar	21	SLTA	27
20 s/d 30 tahun	52	Wiraswasta	13	Diploma	9
31 s/d 40 tahun	19	Pegawai Negeri	8	S1	43
41 s/d 50 tahun	9	Pegawai Swasta	31	S2	1
>50 tahun	0	Lainnya	7	Lainya	0

Sumber : Data Primer, diolah.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Pada bagian ini mencakup jawaban dari responden yang diklasifikasikan kedalam

interval kelas masing-masing kategori variabel yang diteliti, yaitu

Tabel 1.3
Tanggapan Responden

Variabel	Jumlah Item	Mean	Penilaian
Efisiensi (X1)	4	4,23	Sangat Setuju
Kehandalan (X2)	4	4,20	Setuju
Daya Tanggap (X3)	4	4,35	Sangat Setuju
Pemenuhan (X4)	4	4,20	Setuju
Privasi (X5)	4	4,38	Sangat Setuju
Jaminan (X6)	4	4,24	Sangat Setuju
Desain Website (X7)	4	4,14	Sangat Setuju
Kepuasan Nasabah (Y)	4	4,02	Setuju

Sumber: Data Primer, Diolah

Pada tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jumlah mean atau rata-rata variabel daya tanggap memiliki nilai tertinggi yaitu 4,35 dengan klasifikasi penilaian sangat setuju. Variabel kepuasan nasabah mempunyai nilai mean atau rata-rata paling rendah yaitu sebesar 4,02 dengan kategori setuju.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Penelitian ini menggunakan SEM-PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. PLS digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Berikut merupakan hasil pengolahan data dari penelitian ini :

TABEL 1.4
PATH COEFFICIENTS

	Original Sampel (O)	Sample Means (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STERR)	Keterangan
X1-> Y	0,431	0,418	0,093	4,629	Signifikan
X2-> Y	0,142	0,150	0,098	1,450	Tidak Signifikan
X3-> Y	0,069	0,085	0,108	0,639	Tidak Signifikan
X4-> Y	-0,024	-0,009	0,100	0,239	Tidak Signifikan
X5-> Y	0,088	0,116	0,087	1,020	Tidak Signifikan
X6-> Y	0,229	0,213	0,099	2,308	Signifikan
X7-> Y	0,116	0,136	0,104	1,116	Tidak Signifikan

Sumber : Data Primer, Diolah

Pada uji hipotesis penelitian ini melihat signifikansi path dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. T tabel pada penelitian ini sebesar 1,96. Dapat dilihat melalui Tabel 1.4 bahwa terdapat dua variabel yang signifikan yaitu variabel efisiensi (X1) dan jaminan (X6), sedangkan kelima variabel lain tidak signifikan. Dengan nilai R-Square pada variabel Y atau kepuasan nasabah adalah sebesar 0,463. Hal tersebut berarti 46,3% varian dari kepuasan dipengaruhi oleh efisiensi, kehandalan, daya tanggap, pemenuhan, privasi, jaminan dan desain website dan sisanya sebesar 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini mengetahui pengaruh efisiensi, kehandalan, daya tanggap, pemenuhan, privasi, jaminan dan desain website terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.

Pengaruh Efisiensi Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa efisiensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Efisiensi dinilai sebagai suatu layanan yang dicari oleh nasabah dalam bertransaksi perbankan melalui *internet banking*. Kemudahan dalam menemukan dan

melakukan dengan layanan *internet banking* Bank BRI ini mampu membuat nasabah penggunaannya merasa puas dan menjadi salah satu hal yang efektif untuk mempertahankan kepuasan nasabah dalam menggunakannya. Efisiensi yang ada pada layanan *internet banking* Bank BRI ini lebih kepada bagaimana nasabah mendapatkan kemudahan dalam menggunakannya sehingga nasabah lebih memilih untuk menggunakan layanan *internet banking* Bank BRI serta dapat merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Kemudahan yang dirasakan oleh nasabah membuat nasabah akan tetap loyal dan menggunakan *internet banking* Bank BRI.

Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya. Pada hasil penilaian tanggapan responden terhadap variabel kehandalan memiliki persepsi yang kurang baik terhadap tingkat kesalahan atau eror yang ada dalam layanan *internet banking* Bank BRI, dimana layanan yang telah diberikan tidak sesuai dengan harapan nasabah. Dalam sebuah layanan elektronik, tingkat kesalahan atau eror dapat disebabkan melalui jaringan internet yang ada. Semakin baik jaringan yang dimiliki

semakin sedikit pula tingkat eror yang akan terjadi. Sehingga penilaian nasabah mengenai kehandalan dalam bertransaksi dengan *internet banking* Bank BRI kurang dapat memuaskan nasabah.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya. Pada hasil tanggapan responden terhadap variabel daya tanggap memiliki persepsi yang kurang baik terhadap langkah kompensasi yang diberikan oleh Bank BRI terhadap kesalahan yang dilakukan oleh nasabah, dimana daya tanggap yang telah diberikan tidak sesuai dengan harapan nasabah. Kurang maksimalnya dalam menanggapi adanya langkah kompensasi bagi kesalahan nasabah akan mengurangi tingkat kepuasan nasabah. Dalam hal ini sebaiknya Bank BRI dapat memberikan langkah kompensasi terhadap kesalahan transaksi nasabah, seperti pengembalian produk atau transaksi sesuai dengan keluhan yang dialami oleh nasabah. Hal ini di karenakan apabila nasabah melakukan kesalahan transaksi, maka nasabah akan tetap merasa aman jika terdapat langkah kompensasi tersebut.

Pengaruh Pemenuhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa pemenuhan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya. Pada hasil tanggapan responden terhadap variabel pemenuhan memiliki persepsi yang kurang baik terhadap fungsionalitas dari website untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah, sehingga dapat mengurangi tingkat kepuasan nasabah. Pemenuhan yang diberikan oleh layanan *internet banking* Bank BRI dinilai belum maksimal sebab kurangnya perhatian dalam fungsional

yang akan diterima nasabah dalam *internet banking*.

Pengaruh Privasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa privasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya. Pada hasil tanggapan responden terhadap variabel privasi memiliki persepsi yang kurang baik terhadap keamanan informasi nasabah dalam menggunakan *internet banking* Bank BRI, sehingga dapat mengurangi tingkat kepuasan nasabah. Privasi yang diberikan oleh layanan *internet banking* Bank BRI dinilai belum maksimal sebab nasabah masih merasa bahwa informasi pribadi yang ada dalam *internet banking* itu dilindungi dan aman.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan dinilai sebagai suatu layanan yang dicari oleh nasabah dalam bertransaksi perbankan melalui *internet banking*. Dengan adanya jaminan dalam menggunakan *internet banking* diharapkan dapat membuat para nasabah merasa percaya dalam menggunakannya. Pada hasil tanggapan responden terhadap variabel jaminan memiliki persepsi yang baik terhadap Bank BRI karena melindungi an mengamankan data transaksi nasabah *internet banking*.

Pengaruh Desain Website Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari path coefficients menunjukkan bahwa bahwa desain website berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya. Pada hasil tanggapan responden terhadap variabel desain website memiliki persepsi yang kurang baik terhadap kemudahan dalam memasuki

portal website dan tampilan halaman website yang kurang menarik. Hal tersebut mengakibatkan tingkat kepuasan nasabah internet banking Bank BRI berkurang. Desain website yang diberikan oleh layanan *internet banking* Bank BRI dinilai belum maksimal, sebaiknya Bank BRI memperhatikan tingkat kemudahan atau eror yang terjadi dalam memasuki halaman website dan tampilan halaman website dapat dibuat lebih menarik.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Pada penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar 80 responden nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan dengan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 18,0 dan SmartPLS 3, sehingga didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Efisiensi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
2. Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
3. Daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
4. Pemenuhan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
5. Privasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.
6. Jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.

7. Desain Website berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* Bank BRI di Surabaya.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah waktu dalam pengisian kuesioner yang sedikit membuat responden terburu-buru dalam mengisi kuesioner dan terdapat beberapa responden yang tidak memahami pernyataan dalam kuesioner dan tidak bertanya sehingga ada jawaban yang tidak konsisten.

Saran bagi Bank BRI di Surabaya, memperbaiki teknologi yang ada dengan melakukan pembaharuan website secara berskala, sehingga dapat mempercepat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*. Adapun juga dengan menanamkan rasa percaya dan meningkatkan reputasi pada Bank BRI, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja karyawan dengan mengadakan pelatihan-pelatihan mengenai softskill maupun hardskill. Dapat juga dengan menambah inovasi-inovasi baru pada produk *internet banking*. Inovasi yang dilakukan terhadap produk sebaiknya disosialisasikan terhadap nasabah dengan cara mengiklankan setiap produk dengan kemasan yang baik. Hal bertujuan agar nasabah dapat mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan Bank BRI untuk meningkatkan rasa percaya dan reputasi Bank BRI.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus Riswandi. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management "Mewujudkan Layanan Prima"*. Edisi 2. Yogyakarta : Penerbit ANDI

- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20* Edisi 6. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Internet banking BRI, diakses pada 16 Oktober 2015 dari (<https://ib.co.id>)
- Mohsin Zafar, Arshad Zaheer, Saleem-ur-Rahman dan Kashif ur Rehman. 2011. "Impact of Online Service Quality on Customer Satisfaction in Banking Sector Of Pakistan". *Journal of Business Management* Vol.5 No.30. Pp 11786-117893.
- "Pengguna Internet Indonesia Tembus 88 Juta", diakses pada 16 Oktober 2015 dari (<http://tekno.kompas.com/read/2015/03/26/14053597/pengguna.internet.indonesia.tembus.88.juta>)
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- S. Fatemeh Sakhei, Ahmad J. Afshari, Ezzatollah Esmaili. 2014. "The Impact of Services Quality on Customer Satisfaction in Internet Banking". *Journal of mathematics and Computer Science* vol 9. Pp 33-40.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet "Implikasi pada strategi Pemasaran"*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Tony Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : Penerbit PT Indeks.
- Top Brand Indeks 2014 fase 1, diakses pada 16 Oktober 2015 dari (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014)
- Top Brand Indeks 2015 fase 1, diakses pada 16 Oktober 2015 dari (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1)
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta : Penerbit Graha ilmu
- "34% Nasabah Sudah Melek Internet Banking", diakses 17 November 2015 dari (<http://www.marsindonesia.com/newsletter/34-nasabah-sudah-melek-internet-banking>)