

**ANALISIS KONFIRMASI DIMENSI KUALITAS LAYANAN INTERNET
BANKING NASABAH CIMB NIAGA DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Program Studi Manajemen



Oleh :

CLAUDINA CIKITHA OVANDA ADAM

NIM : 2014210277

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Claudina cikitha ovanda adam
Tempat, Tanggal Lahir : Denpasar, 31 May 1996
NIM : 2014210277
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Konfirmasi Dimensi Kualitas Layanan Internet Banking Nasabah CIMB Niaga di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing

Tanggal: 8 Maret 2018



(BURHANUDIN, S.E., M.Si., Ph.D)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal: 8 Maret 2018



(Dr. MUAZAROH, S.E, M.T)

Analysis of Dimensional Confirmatory of Service Quality on CIMB Niaga Customrt in Surabaya

Claudina Cikitha Ovanda Adam

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014210277@students.perbanas.ac.id

Polak wonorejo No.23 Surabaya

Burhanudin

STIE Perbanas Surabaya

Email : burhanudin@perbanas.ac.id

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Quality of service is a measuring tool that can measure both the level of service provided and in accordance with expectations. Service quality can influence consumer attitudes toward the products offered to them. Therefore, in this study, the researcher wants to confirm both personal needs, easy to use, organizational sites and also web efficiency is still a dimension of the quality of internet banking services. This study provides limits on the research that is the user of internet banking, wich are minimum 19 years old, educated at least elementary school, female or male, is a customer of CIMB Niaga in Surabaya. Data using questionnaires. Analysis method using SPSS program. The results of this study are. For applications, needs and security and lastly the app menu.

Keywords : *Service Quality, individual needs, organization's website, web efficiency, easy to use.*

PENDAHULUAN

Internet banking itu sendiri adalah jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui seluruh saluran komunikasi elektronik interaktif Ainul Yakin (2014). Semakin majunya teknologi dan di dukung oleh aplikasi yang memadai dan dapat memper mudah nasabah atau konsumen dalam menggunakan internet banking yang telah dilengkapi dengan system keamanan, namun dalam hal persaingan di dunia perbankan berinovasi dan kreatif pun kurang membantu dalam memikat nasabah untuk menggunakan produk mereka, kualitas layanan yang baik juga dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk perbankan itu sendiri.

Perbankan juga memiliki potensi untuk mengembangkan dan menggunakan layanan berbasis internet yang dapat diakses melalui situs web dimana dapat kita lihat bahwa telah adanya layanan internet banking yang disediakan oleh perbankan. Internet banking dibuat untuk memenuhi kebutuhan dari nasabah dalam melakukan transaksi dengan mudah dan cepat.



Gambar 1
PRESENTASE PENGGUNAAN
INTERNET BANKING TAHUN 2016

Gambar diatas menunjukkan bahwa konten yang sering dikunjungi oleh pengguna internet adalah situs dari web onlineshop yaitu sebesar 82,2 juta atau 62% dan pada konten sosial media seperti facebook penggunaan internet sebesar 71,6 juta pengguna atau 54% dan pada urutan kedua yaitu Instagram sebesar 19,9 juta pengguna atau 15%. (www.isparmo.web).

Peneliti menggunakan sampel yaitu para nasabah yang telah menggunakan *internet banking* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Bank CIMB Niaga adalah salah satu bank yang memberikan layanan *internet banking* sampai saat ini, dimana *internet banking* mereka didukung oleh tampilan menu yang menarik lebih memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mendapatkan informasi dan melakukan transaksi keuangan bagi para nasabah. Layanan *Internet banking* di Bank Mandiri juga dapat melakukan transaksi finansial (transfer, pembayaran, pembelian, dll), transaksi non finansial (cek saldo, cek histori transaksi, dan lain-lain), dan fitur-fitur menarik lainnya, terutama dalam hal keamanan nasabah dalam berinteraksi menggunakan layanan ini.

KERANGKA TEORITIS DAN YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Internet banking

Internet banking muncul pertama kali di Indonesia pada tahun 2001. Awal masuknya pemograman internet banking di Indonesia pertama adalah Bank Indonesia. "*Internet banking* itu sendiri adalah jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui seluruh saluran komunikasi elektronik interaktif Ainul Yakin (2014) dan menurut bank indonesia (2004), internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Selain itu didefinisikan oleh Santouridis dan Panagiotis Trivellas bahwa kualitas layanan biasanya dipahami sebagai ukuran seberapa

baik tingkat pelayanan yang diberikan sesuai ekspektasi pelanggan.

Kebutuhan Pribadi

Konsumen merasakan bahwa ada hal yang dirasakan kurang dan menuntut untuk di penuhi adalah definisi dari kebutuhan pribadi menurut Tatik suryani (2013:15). Kebutuhan manusia pun terbagi menjadi 5 yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, akan penghargaan dan aktualisasi diri dimana 5 kebutuhan ini mengaju pada teori hirarki kebutuhan manusia dari maslow yang ditulis kembali oleh tatik suryani (2013:32)

Situs Organisasi

Oganisasi adalah kelompok yang terdiri atas dua atau lebih orang yang bekerja sama untuk mencapai seperangkat tujuan yang dinyatakan oleh Pride, Hughes dan Kapoor (2015:293) menurut Robbins, Decenzo dan Coulter (2012:5) organisasi adalah pengauran sitematis orang-orang dibawa bersama untuk mencapai beberapa tujuan tertentu. Definisi organisasi menurut Richard L. Daft (2008:12) organisasi adalah entitas sosial yang diarahkan dengan tujuan dan bentuk dengan penuh pertimbangan.

Mudah Digunakan

Mudah digunakan adalah kemungkinan bagi pengguna untuk memiliki kemudahan untuk memahami arus informasi dan pengalaman berinteraksi dengan pemerintah (Carter and Belanger, 2005). Mudah digunakan dalam arti bagaimana nasabah dapat dengan mudah memahami, mengoprasikan internet banking yang dimiliki dan lancarnya nasabah dalam melakukan transaksi di internet banking.

Efisiensi Web

Efisiensi adalah melakukan hal yang benar, atau mendapatkan hasil terbanyak dari jumlah input yang paling sedikit menurut Robbins, Decenzo dan Coulter (2012:7) sedangkan efisiensi menurut Richard L. Daft (2008:12) efisiensi adalah jumlah sumber daya minimal yang

diperlukan untuk menghasilkan sejumlah produksi yang di inginkan. Menurut Kenneth dan Jane web site adalah semua halaman world wide web dikelola oleh organisasi atau individu.

Efisiensi dari Situs sebagai Dimensi dari Kualitas Layanan *Internet Banking*

Menurut Sohail dan Shaikh (2008) yang menyatakan bahwa efisiensi dari situs berpengaruh pada evaluasi pengguna dari kualitas layanan internet banking dan nasabah perbankan online lebih fokus pada kecepatan download dan menyelesaikan transaksi yang cepat. Dengan kecepatan dari mendownload dalam menyelesaikan transaksi, nasabah tidak merasa waktu yang terbuang dengan sia-sia saat melakukan transaksi di *internet banking* itu sendiri. Internet banking merupakan faktor kemudahan dan kecepatan dalam penggunaannya yang ditawarkan perbankan kepada nasabah. Kecepatan dari situs juga menjadi bagian yang penting dalam efisiensi dari situs yang juga menjadi penilaian bagi kualitas layanan itu sendiri.

(Chemingui, 2013; Chen dan Teng, 2013; Chllier dan Bienstock, 2006; Herington dan Weaven, 2009; Ho et al., 2012; Jayawardhena, 2004) menyatakan bahwa untuk memberikan kualitas layanan internet banking yang baik, *internet banking* harus menyediakan pelanggan mereka situs yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang sesuai dan memperbarui pengembangan teknologi mereka. Apabila nasabah merasakan hal yang sebaliknya dalam penggunaan dari situs internet banking inipun maka kualitas layanan yang dirasakan dan dinilai oleh nasabah pun menjadi buruk.

Hubungan Pengaruh Kecocokan Gaya Hidup dan Kebutuhan terhadap Niat Menggunakan

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Payam Hanafizadeh, Mehdi Behboudi, Amir Abedini Koshksaray, Marziyeh Jalilvand Shirkhani Tabar (2012)

menyatakan kecocokan adalah salah satu faktor tertua yang menentukan sikap dari pelanggan atau nasabah terhadap pelayanan *elektronik banking*.

Kecocokan mendefinisikan tingkat pelayanan *mobile banking* dengan kebutuhan nasabah dan gaya hidup. Penelitian pada layanan transaksi *mobile banking* memperlihatkan bahwa dua sampai tiga transaksi keuangan gagal karena wilayah tertentu tidak dapat dijangkau oleh layanan *mobile banking*, oleh sebab itu telah ditemukan terobosan baru yaitu peningkatan teknologi pada alat komunikasi yang semakin canggih. Ketika komunikasi pada organisasi tidak cocok dengan gaya hidup dan kebutuhan para nasabah maka semakin dikit nasabah yang akan menggunakan pelayanan tersebut, maka dari itu kecocokan teknologi dengan keinginan dan kebutuhan individu harus terus meningkat.

Kebutuhan pribadi sebagai dimensi dari Kualitas layanan internet banking

Hubungan antara kebutuhan pribadi dengan kualitas layanan internet banking sendiri dapat diketahui dari kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh layanan jasa yang dimiliki dari situs yang mereka gunakan yang menjadi penilaian atas baik atau tidaknya situs tersebut.

Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (1996) menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa dan dapat menilai berkualitas atau tidaknya suatu jasa yang mereka konsumsi. Pelayanan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan dari *internet banking* itu sendiri sebaiknya diperhatikan oleh pihak perbankan seperti yang dikatakan oleh Bressolles dkk. (2014) Manajer harus memperhatikan aspek peningkatan kegunaan mereka dari *navigation interface* dan berfokus pada aspek keamanan atau privasi untuk memelihara hubungan dengan pelanggan mereka.

Mudah Digunakan Sebagai Dimensi dari Kualitas Layanan *Internet Banking*

Anderson dan Srinivasan (2003) mengemukakan bahwa kepuasan e-customer adalah didorong oleh karakteristik situs web (misalnya kemudahan penggunaan), karena situs web adalah prinsipnya antarmuka antara pelanggan dan perusahaan.

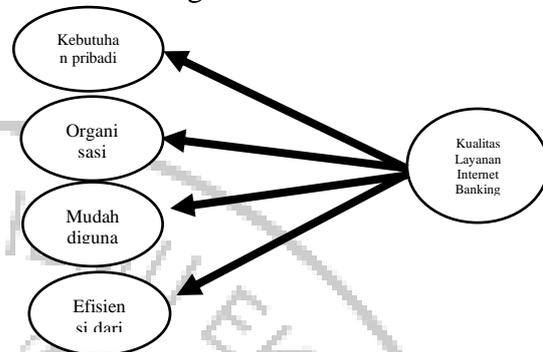
Menurut Yusuf dan Stone (2003) mengatakan bahwa ketersediaan layanan pengiriman internet banking dan keramahan pengguna tampaknya berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi dan penyimpanan. Dampak yang luas dapat dirasakan bila nasabah kesulitan untuk mencari dan menyelesaikan transaksi mereka dari jasa yang ditawarkan oleh perbankan saat menggunakan internet banking maka konsumen akan berfikir buruknya kualitas layanan dan tidak puas mereka pada jasa yang telah hal ini berpengaruh pada kepuasan customer karena terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dari *internet banking*.

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas layanan internet banking memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan e-customer (Carlson dan O'Cass, 2011; Herington and Weaven, 2009; Ho et al., 2012; Kaura et al., 2015). Maka dari itu pihak perbankan harus dapat mempertahankan kualitas layanan yang diberikan pada konsumen.

Situs Organisasi Sebagai Dimensi dari Kualitas Layanan *Internet Banking*

Penelitian sebelumnya Muslim Amin (2016) menyatakan bahwa Dalam penelitian ini, empat dimensi kunci kualitas layanan internet banking (kebutuhan pribadi, situs organisasi, keramahan pengguna dan efisiensi situs web), telah ditemukan sebagai utama faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimana loyalitas dan kepuasan nasabah berpengaruh pada kualitas layanan

yang memiliki 4 dimensi yang salah satunya adalah situs organisasi. Situs organisasi disini adalah bagaimana nasabah dapat merasakan kemudahan dalam organisasi, baiknya tampilan yang disajikan oleh itu sendiri dan mudahnya penggunaan dari internet banking itu sendiri.



Gambar 2
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan, maka hipotesis di rumuskan sebagai berikut :

- H1 : Apakah Kebutuhan Pribadi adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet banking
- H2 : Apakah Situs Organisasi adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet Banking
- H3 : Apakah Ramah Penggunaan adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet Banking
- H4 : Apakah Efisiensi Web adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet Banking.

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dapat menjadi alat yang dapat digunakan untuk menyebutkan seluruh anggota pada wilayah yang menjadi suatu obyek keseluruhan dari penelitian. Populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sample itu hendak di generalisasikan yang dikatakan oleh Sutrisno Hadi (2015:96). Sasaran dari penelitian yang akan

dilakukan oleh peneliti adalah nasabah yang telah menggunakan dan memiliki *internet banking*.

Menurut Sutrisno Hadi (2015:96) yang menyatakan bahwa sample adalah sebagian individu yang diselidiki. Jumlah responden menggunakan jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden (Moleong, J Lexy, 1999). Sampelnya di ambil dari beberapa nasabah Bank CIMB Niaga di Surabaya dan sampel besar mengambil 100 responden kemudian hasil dari perhitungan tersebut ditambahkan dengan sampel kecil yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 40 responden dan total keseluruhan 140 responden dalam penelitian ini. Kemudian kriteria responden dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah nasabah Bank CIMB Niaga di Surabaya, usia minimal 17 tahun, pendidikan minimal SD, berdomisili di Surabaya.

Sampel dalam penelitian ini yaitu meliputi nasabah yang telah pengguna *internet banking* di Bank CIMB Niaga wilayah Surabaya dan telah memenuhi kriteria sebagai responden. Untuk penelitian yang menggunakan analisis data dengan statistik, jumlah sampel yang terkecil adalah 40 subjek/objek. Jumlah sampel keseluruhan dalam penelitian ini adalah 140 sampel sebagai salah satu alternatif jika terjadi *Error Sample* yang terdiri dari 40 sampel kecil dan 100 sampel besar, karena jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian adalah tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki.

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dimana, data primer yaitu data yang pertama kali didapat dari responden yang mengisi kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti dan dicatat peneliti dan menurut (Supriyanto 2009:133) data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data yang telah di dapatkan oleh peneliti meliputi: tanggapan dan

identitas yang telah diberikan oleh responden. Kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden bersifat tertutup, yaitu dengan disediakan alternatif pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi variabel terikat yaitu kualitas layanan (KL) dan variabel bebas yaitu terdiri dari persepsi kebutuhan pribadi (KP), situs organisasi (SO), dan udah digunakan (MD) dan efisiensi web (EW).

Definisi Operasional Variabel

Kualitas Layanan *Internet Banking*

Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut kemulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan kotler (2005:342). Kualitas layanan *internet banking* dapat diukur dengan kepuasan dan seberapa baik tingkat layanan saat menggunakan *internet banking* yang dirasakan oleh nasabah.

Kebutuhan Pribadi

Kebutuhan pribadi dikatakan terpenuhi apabila nasabah dapat merasa aman, nasabah merasa terpenuhi kebutuhannya atas internet banking yang digunakan dan dimana informasi dan produk yang ditawarkan oleh produk internet banking dapat memenuhi kebutuhan dari nasabah. Variabel ini diukur dengan 3 indikator dengan pilihan yang merentang dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) yaitu : Saya merasa sangat aman saat bertransaksi melalui internet banking CIMB Niaga, saya merasa kebutuhan saya terpenuhi saat menggunakan internet banking CIMB Niaga, website internet banking CIMB Niaga menyediakan informasi dan produk yang sesuai dengan pilihan saya.

Situs Organisasi

Situs organisasi dapat dikatakan sebagai dimensi dari kualitas layanan apabila situs tersebut dapat menarik minat nasabah dengan design, kecepatan dalam transaksi dan susunan dari situs internet banking itu sendiri. Variabel ini diukur dengan 4 indikator dengan pilihan yang merentang dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) didalamnya yaitu: Internet banking CIMB Niaga mudah digunakan, tampilan internet banking CIMB Niaga terancang dengan baik, saya bisa ke website internet banking CIMB Niaga dengan cepat, internet banking CIMB Niaga mudah digunakan.

Mudah Digunakan

Mudah digunakan dapat dikatakan sebagai dimensi dari kualitas layanan internet banking apabila jalannya website dari internet banking dapat mudah di pahami nasabah dan tidak macet saat digunakan. Variabel ini diukur dengan 4 indikator dengan pilihan yang merentang dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) di dalamnya yaitu : Website internet banking CIMB *ramah penggunaan*, petunjuk di internet banking CIMB mudah dipahami, website internet banking CIMB muncul pada saat yang tepat, halaman website internet banking CIMB tidak *macet (freeze)*.

Efisiensi Web

Efisiensi dari situs dapat dikatakan sebagai dimensi dari situs apabila nasabah merasa dapat dengan mudah mencari yang mereka butuhkan untuk melakukan transaksi di dalam situs tersebut. Variabel ini diukur dengan 3 indikator dengan pilihan yang merentang dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) di dalamnya yaitu: Saya dapat mencari dengan mudah apa yang saya butuhkan di website internet banking CIMB, saya mudah mencari menu-menu yang saya butuhkan di website internet banking CIMB, saya dapat dengan mudah

menyelesaikan transaksi di website internet banking CIMB.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Uji deskriptif merupakan alat untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan peneliti, sehingga peneliti dapat menggambarkan tanpa bermaksud menyimpulkan yang berlaku untuk umum. Uji deskriptif ini menggunakan metode PCA dengan program SPSS, yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan dapat memberikan gambaran bagi peneliti tentang analisis konfirmasi dimensi kualitas layanan *internet banking* nasabah CIMB Niaga di Surabaya.

Analisis Deskriptif Variabel Kebutuhan Pribadi

Tabel 1
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Kebutuhan Pribadi

Indikator Variabel	N	Skor					Mean	Penilaian
		STS	TS	CS	S	SS		
KP1	140	1	-	47	69	23	3,81	Tinggi
KP2	140	2	7	56	68	7	3,51	Tinggi
KP3	140	1	-	34	67	38	4,01	Tinggi
							3,77	Tinggi

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan hasil tanggapan responden yang dapat diketahui bahwa hasil frekuensi responden terhadap variabel kebutuhan pribadi, didapatkan total rata-rata sebesar 3,77 sehingga dapat dikatakan variabel persepsi kegunaan masuk dalam kategori setuju atau bernilai tinggi karena berada pada interval $3,41 < X \leq 4,20$

Analisis Deskriptif Variabel Situs Organisasi

Tabel 2
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Situs Organisasi

Indikator Variabel	N	Skor					Mean	Penilaian
		STS	TS	CS	S	SS		
SO1	140	2	26	43	53	16	3,39	Sedang
SO2	140	1	3	43	57	36	3,89	Tinggi
SO3	140	1	16	46	49	28	3,62	Tinggi
SO4	140	2	19	46	48	25	3,34	Tinggi
							3,61	Tinggi

Sumber : data diolah

Tanggapan terhadap dimensi situs organisasi bilamana dirata-ratakan secara total maka nilai rata-rata untuk indikator siklus organisasi adalah sebesar 3,61, Nilai ini menunjukkan bahwa situs organisasi bernilai baik karena nilai total rata-ratanya berada pada rentang tinggi ($3,41 < X \leq 4,20$).

Analisis Deskriptif Variabel Mudah Digunakan

Tabel 3
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Mudah Digunakan

Indikator Variabel	N	Skor					Mean	Penilaian
		STS	TS	N	S	SS		
MD1	140	1	27	42	43	27	3,49	Tinggi
MD2	140	2	22	32	48	36	3,67	Tinggi
MD3	140	1	6	44	52	37	3,84	Tinggi
MD4	140	1	35	42	54	8	3,24	Sedang
							3,56	Tinggi

Sumber: data diolah

Tanggapan terhadap dimensi mudah digunakan bilamana dirata-ratakan secara total maka nilai rata-rata untuk indikator dimensi mudah digunakan adalah sebesar 3,56. Nilai ini menunjukkan bahwa dimensi mudah digunakan bernilai baik karena nilai total rata-ratanya berada pada rentang tinggi ($3,41 < X \leq 4,20$).

Analisis Deskriptif Variabel Efisiensi Web

Tabel 4
Hasil Uji Tanggapan Responden Variabel Efisiensi Web

Indikator Variabel	N	Skor					Mean	Penilaian
		STS	TS	CS	S	SS		
EW1	140	1	6	52	68	13	3,61	Tinggi
EW2	140	1	1	42	75	21	3,81	Tinggi
EW3	140	1	1	27	61	50	4,13	Tinggi
							3,85	Tinggi

Sumber : data diolah.

Tanggapan terhadap terhadap dimensi efisiensi web bilamana dirata-ratakan secara total maka nilai rata-rata untuk indikator dimensi efisiensi web adalah sebesar 3,85, Nilai ini menunjukkan bahwa efisiensi web bernilai baik karena nilai total rata-ratanya berada pada rentang tinggi ($3,41 < X \leq 4,20$).

Analisis Data Statistik

Uji Validitas

Validitas disini adalah sejauh mana suatu tes mengukur apa yang sebenarnya ingin kita ukur. Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2017:303) Uji ini digunakan untuk mengukur ke validan pada pertanyaan yang tercantum didalam kuesioner. Kuesioner dikatakan sah apabila pertanyaan yang tercantum didalamnya dapat menjawab sesuatu yang akan diukur didalam kuisisioner penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkolerasi antar skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total variabel dengan menggunakan kolerasi. Data dapat dikatakan valid jika korelasinya signifikan $< 0,05$ atau ada korelasi antara item dengan total skornya. Pengujian validitas bisa dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

Pada Tabel 5 merupakan ringkasan Hasil, tampak bahwa jumlah sampel besar pada instrumen keseluruhan adalah 140 responden, sedangkan pada instrumen sampel kecil sebanyak 40 orang responden dengan penelitian :

Indikator	R (sampel besar)		R (sampel kecil)		Kriteria Validitas	Kesimpulan
Kebutuhan Pribadi (KP)						
KP1	0,923	p = 0,000	0,935	p = 0,000	p < 0,05	Valid
KP2	0,894	p = 0,000	0,922	p = 0,000	p < 0,05	Valid
KP3	0,904	p = 0,000	0,883	p = 0,000	p < 0,05	Valid
Situs Organisasi (SO)						
SO1	0,920	p = 0,000	0,893	p = 0,000	p < 0,05	Valid
SO2	0,879	p = 0,000	0,876	p = 0,000	p < 0,05	Valid
SO3	0,927	p = 0,000	0,846	p = 0,000	p < 0,05	Valid
SO4	0,940	p = 0,000	0,873	p = 0,000	p < 0,05	Valid
Mudah Digunakan (MD)						
MD1	0,952	p = 0,000	0,895	p = 0,000	p < 0,05	Valid
MD2	0,961	p = 0,000	0,914	p = 0,000	p < 0,05	Valid
MD3	0,942	p = 0,000	0,950	p = 0,000	p < 0,05	Valid
MD4	0,925	p = 0,000	0,805	p = 0,000	p < 0,05	Valid
Efisiensi Web (EW)						
EW1	0,912	p = 0,000	0,961	p = 0,000	p < 0,05	Valid
EW2	0,923	p = 0,000	0,950	p = 0,000	p < 0,05	Valid
EW3	0,912	p = 0,000	0,924	p = 0,000	p < 0,05	Valid

Sumber : data diolah.

Hasil pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel telah diuji validitasnya. Masing-masing koefisien korelasi tersebut, baik pada sampel kecil maupun sampel besar, memiliki signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) sehingga dapat dinyatakan telah memenuhi validitas yang baik.

Uji Reliabilitas

Hasil yang berasal dari pengujian validitas yang berasal dari data kuesioner juga harus mengalami pengujian reliabilitas. Pengujian reliabilitas digunakan untuk memperoleh pengukuran yang konsisten jika dilakukan pengulangan pengukuran. Menurut Imam Gozali (2013) kriteria reliabilitas dikatakan reliabel jika koefisien α Cronbach lebih besar dari 0,60 dengan hasil sebagai berikut :

No.	Variabel Kebutuhan	α Cronbach (besar)	α Cronbach (kecil)	α Kritis	Keterangan
1.	Kebutuhan Pribadi	0,892	0,900	0,60	Reliabel
2.	Situs Organisasi	0,936	0,895	0,60	Reliabel
3.	Mudah Digunakan	0,958	0,914	0,60	Reliabel
4.	Efisiensi Web	0,903	0,935	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah.

Variabel-variabel dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji reliabilitasnya. Kebutuhan pribadi memiliki α Cronbach sebesar 0,892, situs organisasi memiliki α Cronbach sebesar 0,936, mudah digunakan memiliki α Cronbach sebesar 0,958 dan efisiensi web memiliki α Cronbach sebesar 0,903. Karena hasil perhitungan *SPSS for Windows* pada variabel-variabel penelitian menghasilkan angka $\alpha_{\text{Cronbach}} > 0,6$, maka variabel yang digunakan sudah memenuhi persyaratan uji reliabilitas.

Analisis Faktor Kelayakan Analisis Faktor

Tabel 7
SELEKSI ANTI IMAGE
MATRICES

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,823
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1837,659
	Df	91
	Sig.	0,000

Sumber : data diolah.

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan hasil rangkuman hasil perhitungan SPSS di atas memperlihatkan perolehan pada angka *Kaiser-Meyer-Olkin Measure* (KMO) sebesar 0,823 serta signifikansinya sebesar 0,000. KMO yang baik adalah bilamana nilainya melebihi 0,05 dan hasil perhitungan signifikansinya melebihi 0,05, dengan demikian maka indikator-indikator yang diajukan sebagai pembentukan faktor sudah baik.

Uji Komunalitas

Tabel 8
HASIL UJI KOMUNALITAS

Indikator	Pernyataan	Initial	Extraction
Ind_1	Keamanan transaksi IBCN	1,000	0,862
Ind_2	Pemenuhan kebutuhan nasabah	1,000	0,802
Ind_3	Informasi pada website IBCN	1,000	0,806
Ind_4	IBCN mudah digunakan	1,000	0,843
Ind_5	tampilan IBCN	1,000	0,794
Ind_6	kecepatan IBCN	1,000	0,859
Ind_7	IBCN mudah dijalankan	1,000	0,876
Ind_8	Website IBCN ramah pengguna	1,000	0,901
Ind_9	Petunjuk jelas IBCN	1,000	0,923
Ind_10	IBCN berjalan lancar	1,000	0,894
Ind_11	IBCN tidak macet	1,000	0,864
Ind_12	Pencarian di ICBN mudah	1,000	0,837
Ind_13	Menu di halaman ICBN	1,000	0,863
Ind_14	Mudah transaksi di ICBN	1,000	0,828

Sumber : data diolah.

Berdasarkan hasil pada Tabel 8 dapat dilihat Indikator Ind_1 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,862, artinya indikator mengenai keamanan transaksi CIMB Niaga dapat dijelaskan oleh 86,2% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_2 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar

0,802, artinya indikator mengenai pemenuhan kebutuhan nasabah dapat dijelaskan oleh 80,2% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_3 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,806, dapat diartikan bahwa indikator mengenai informasi pada website IBCN dapat dijelaskan oleh 80,6% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_4 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,843, artinya indikator mengenai IBCN mudah digunakan dapat dijelaskan oleh 84,3% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_5 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,794, dapat diartikan bahwa indikator mengenai tampilan IBCN dapat dijelaskan oleh 79,4% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_6 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,859, dapat diartikan indikator mengenai kecepatan IBCN dapat dijelaskan oleh 85,9% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_7 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,876, artinya indikator mengenai IBCN mudah dijalankan dapat dijelaskan oleh 87,6% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_8 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,901, artinya indikator mengenai IBCN mudah dijalankan dapat dijelaskan oleh 80,1% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_9 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,923, artinya indikator mengenai petunjuk jelas IBCN dapat dijelaskan oleh 92,3% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_10 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,894, artinya indikator mengenai IBCN berjalan lancar dapat dijelaskan oleh 89,4% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_11 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,864, artinya indikator mengenai IBCN tidak macet dapat dijelaskan oleh 86,4% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_12 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,837, artinya indikator mengenai pencarian di IBCN mudah dapat dijelaskan oleh 83,7% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_13 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,863, artinya indikator mengenai menu di halaman IBCN

dapat dijelaskan oleh 86,3% dari faktor yang dibentuk. Indikator Ind_14 memiliki ekstraksi komunalitas sebesar 0,828, artinya indikator mengenai mudah transaksi di IBCN dapat dijelaskan oleh 82,8% dari faktor yang dibentuk.

Uji Varian Penjelas

Tabel 9
HASIL UJI VARIAN PENJELAS

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,277	44,836	44,836
2	2,382	17,017	61,853
3	2,188	15,625	77,479
4	1,104	7,885	85,363
5	0,496	3,541	88,904
6	0,272	1,944	90,848
7	0,257	1,835	92,683
8	0,198	1,416	94,099
9	0,195	1,394	95,494
10	0,189	1,352	96,846
11	0,165	1,180	98,026
12	0,122	0,872	98,898
13	0,094	0,668	99,566
14	0,061	0,434	100,000

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil Tabel 9 hasil Perhitungan total varian penjelas pada analisis faktor memberi rekomendasi bahwa analisis faktor ini akan tergumpal sebanyak 4 komponen atau faktor baru hasil ekstraksi dari indikator-indikator yang ada. Hal ini bisa diketahui dari didapainya 4 buah dari semua indikator yang memiliki angka Eigenvalues yang melebihi nilai 1.

Interpretasi Matrik Faktor

Tabel 10
HASIL UJI MATRIK KORELASI
ANTAR KOMPONEN

	Component			
	1	2	3	4
Ind_1	0,733	-0,019	0,209	-0,529
Ind_2	0,731	0,049	0,205	-0,472
Ind_3	0,711	0,008	0,228	-0,499
Ind_4	0,681	-0,604	-0,068	0,101
Ind_5	0,586	-0,641	-0,089	0,180
Ind_6	0,681	-0,604	-0,094	0,146
Ind_7	0,700	-0,600	-0,060	0,154
Ind_8	0,745	0,385	-0,438	0,072
Ind_9	0,731	0,435	-0,432	0,115
Ind_10	0,716	0,443	-0,416	0,108
Ind_11	0,708	0,358	-0,478	0,079
Ind_12	0,569	0,196	0,636	0,265
Ind_13	0,503	0,302	0,672	0,259
Ind_14	0,510	0,297	0,622	0,303

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil Tampilan pada hasil perhitungan pada tabel di atas, maka diketahui bahwa indikator Ind_1 merupakan anggota komponen faktor ke-1, sedangkan indikator Ind_12 merupakan anggota komponen faktor ke-3, dan seterusnya cara menginterpretasikan hubungan antara tiap indikator dengan gumpalan komponen baru dilakukan dengan cara yang sama.

Penentuan komponen-komponen faktor berdasarkan indikator yang tersedia pada tabel diatas menimbulkan keraguan karena tidak ada satu pun indikator yang dapat dijadikan pembentuk faktor ke-4. indikator Ind_12, Ind_13, dan Ind_14 terlihat bahwa pembentukan faktor ke-3 kurang dominan karena masih relatif seimbang bilamana dijadikan pembentuk faktor ke-1.

Program SPSS dapat digunakan untuk melakukan analisa faktor dengan membuat pengulangan rotasi faktor. Pengulangan dilakukan untuk menghilangkan kebingungan, keraguan dalam penentuan suatu keanggotaan dari indikator.

Uji Rotasi Faktor

Tabel 11
HASIL UJI ROTASI FAKTOR

Pernyataan	Indikator	Component			
		1	2	3	4
Keamanan transaksi IBCN	Ind_1				0,851
Pemenuhan kebutuhan nasabah	Ind_2				0,802
Informasi pada website IBCN	Ind_3				0,819
IBCN mudah digunakan	Ind_4		0,878		
tampilan IBCN	Ind_5		0,880		
kecepatan IBCN	Ind_6		0,893		
IBCN lancar dijalankan	Ind_7		0,898		
Website IBCN ramah pengguna	Ind_8	0,909			
Petunjuk jelas IBCN	Ind_9	0,931			
IBCN berjalan lancar	Ind_10	0,916			
IBCN tidak macet	Ind_11	0,898			
Pencarian di ICBN mudah	Ind_12			0,871	
Menu di halaman ICBN	Ind_13			0,903	
Mudah transaksi di ICBN	Ind_14			0,886	

Sumber : data diolah

Hasil rotasi faktor yang sudah dilakukan seperti yang tampak pada tabel di atas, maka sudah tampak kejelasan status keanggotaan tiap indikator pada masing-masing dari ke-4 komponen baru yang terbentuk. *Loading factor* yang dulunya kecil semakin diperkecil, dan *Loading factor* yang besar semakin diperbesar.

Faktor pertama terbentuk dari indikator yaitu indikator ke-8, ke-9, ke-10, dan ke-11. Faktor kedua terbentuk dari indikator yaitu indikator ke-4, ke-5, ke-6, dan ke-7. Faktor ketiga terbentuk dari indikator yaitu indikator ke-12, ke-13, dan ke-14. Faktor keempat terbentuk dari indikator yaitu indikator ke-1, ke-2, dan ke-3

1. Faktor pertama

Faktor pertama berasal dari indikator keramahan website, petunjuk di web, kelancaran web, dan ketidak macetan web, oleh karena itu faktor baru yang terbentuk ini dinamakan faktor Situs Web.

2. Faktor kedua

Faktor kedua berasal dari indikator kemudahan aplikasi, tampilan aplikasi, kecepatan aplikasi dan kelancaran aplikasi, oleh karena faktor baru yang terbentuk ini dinamakan dukungan aplikasi.

3. Faktor ketiga

Faktor ketiga berasal dari indikator kemudahan pencarian, kelengkapan menu dan kemudahan transaksi. Faktor baru yang terbentuk ini dinamakan menu aplikasi.

4. Faktor keempat

Faktor keempat berasal dari indikator keamanan transaksi, kebutuhan nasabah dan ketersediaan informasi pada website. Oleh karena faktor baru yang terbentuk ini dinamakan kebutuhan dan keamanan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini adalah penelitian confirmatory yang dilakukan untuk mengkonfirmasi dan mencari pengelompokan pada faktor-faktor baru berdasarkan sejumlah indikator yang dikumpulkan berdasarkan penelitian terdahulu yang telah ada.

Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa faktor pertama yang dibentuk pada penelitian ini dinamakan Situs Web. Pembentuk faktor ini terdiri dari keramahan website, petunjuk di web, kelancaran web dan ketidak macetan web. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan nilai sebagai berikut ; Penelitian terdahulu seperti (Ind_8) keramahan website yang memiliki nilai sebesar 0.801 dan saat ini sebesar 0.909, (Ind_9) petunjuk di web memiliki nilai sebesar 0.865 dan pada saat ini sebesar 0.931, (Ind_10) kelancaran web sebesar 0.856 dan pada penelitian saat ini sebesar 0.916, dan (Ind_11) ketidak macetan web 0.832 dan pada penelitian saat ini sebesar 0.898 dapat kita lihat bahwa faktor dari situs web memiliki nilai yang lebih tinggi di bandingkan dengan penelitian terdahulunya

Situs web sebagai salah satu dimensi kualitas pelayanan pada internet banking Bank CIMB Niaga dibuat untuk mengikuti perkembangan jaman dan teknologi, serta arus persaingan global. Anderson dan Srinivasan (2003) mengemukakan bahwa kepuasan *e-customer* adalah didorong oleh karakteristik situs web, karena situs web adalah prinsipnya antarmuka antara pelanggan dan perusahaan, oleh karena itu, untuk melengkapi atau meningkatkan kualitas pelayanan, maka layanan

perbankan melalui aplikasi internet dibuat oleh Bank CIMB Niaga. Internet sebagai unsur utama layanan internet banking perlu dibuat dengan baik agar ramah bagi pengguna yang memiliki arti pengguna mampu beradaptasi dengan cepat dan mampu menggunakan aplikasi untuk keperluan perbankan di Bank CIMB Niaga. Aplikasi yang menggunakan internet juga dibuat dengan dukungan petunjuk yang cukup dan mudah bagi penggunaannya. Tanpa petunjuk yang baik, maka aplikasi akan sulit digunakan sehingga kualitas pelayanan akan terhambat. Bank CIMB Niaga yang juga bertindak sebagai penyedia layanan internet banking, dituntut untuk menyediakan aplikasi yang senantiasa lancar dan tidak macet ketika digunakan. Bank CIMB Niaga dapat bekerja sama dengan penyedia jaringan internet untuk menjamin kelancaran penggunaan aplikasi sehingga tidak menimbulkan kemacetan dalam pelayanan. Faktor kedua yang dibentuk dinamakan dukungan aplikasi. Faktor kedua berasal dari indikator kemudahan aplikasi, tampilan aplikasi, kecepatan aplikasi dan kelancaran aplikasi. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan nilai sebagai berikut ; Penelitian terdahulu seperti (Ind_4) kemudahan aplikasi yang memiliki nilai sebesar 0,821 dan saat ini sebesar 0.878, (Ind_5) tampilan aplikasi memiliki nilai sebesar 0.811 dan pada saat ini sebesar 0.880, (Ind_6) kecepatan aplikasi sebesar 0.876 dan pada penelitian saat ini sebesar 0.893, dan (Ind_7) kelancaran aplikasi sebesar 0.917 dan pada penelitian saat ini sebesar 0.898 dapat kita lihat bahwa faktor dari dukungan aplikasi memiliki nilai pada 3 indikator yang lebih rendah di bandingkan dengan penelitian terdahulunya dan satu indikator lebih tinggi pada penelitian saat ini .

Kualitas layanan bank CIMB Niaga yang memanfaatkan internet dapat memberi dampak bagi kepuasan atau loyalitas bilamana aplikasi tersebut dibuat dengan mempertimbangkan kemudahan,

keindahan tampilan aplikasi, kecepatan aplikasi untuk digunakan serta aplikasi dibuat dengan jaminan akan selalu lancar. Faktor ketiga yang dibentuk dinamakan menu aplikasi. Faktor ketiga berasal dari indikator kemudahan pencarian, kelengkapan menu dan kemudahan transaksi.

Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan nilai sebagai berikut ; Penelitian terdahulu seperti (Ind_12) kemudahan pencarian yang memiliki nilai sebesar 0,779 dan saat ini sebesar 0.871, (Ind_13) tampilan aplikasi memiliki nilai sebesar 0.829 dan pada saat ini sebesar 0.903, dan (Ind_14) kecepatan aplikasi sebesar 0.831 dan pada penelitian saat ini sebesar 0.886, dapat kita lihat bahwa faktor dari menu aplikasi pada penelitian saat ini memiliki nilai yang lebih tinggi di bandingkan dengan penelitian terdahulu.

Bank CIMB Niaga yang ingin memuaskan nasabah perlu membangun suatu aplikasi yang dilengkapi menu-menu yang mudah dimengerti agar nasabah mudah melakukan pencarian yang diperlukan dalam transaksi perbankan. Menu-menu aplikasi dibuat lengkap dan akhirnya menu tersebut dapat mendorong kelancaran transaksi perbankan dari setiap nasabah pengguna internet banking di bank CIMB Niaga.

Faktor keempat yang dibentuk dinamakan kebutuhan dan keamanan. Faktor keempat berasal dari indikator keamanan transaksi, kebutuhan nasabah dan ketersediaan informasi pada website. Penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan nilai sebagai berikut ; Penelitian terdahulu seperti (Ind_1) eamanan transaksi yang memiliki nilai sebesar 0,896 dan saat ini sebesar 0.851, (Ind_2) kebutuhan nasabah memiliki nilai sebesar 0.59 dan pada saat ini sebesar 0.802, dan (Ind_3) ketersediaan informasi pada website sebesar 0.783 dan pada penelitian saat ini sebesar 0.819, dapat kita lihat bahwa faktor dari kebutuhan dan keamanan memiliki nilai pada 2 indikator yang lebih rendah di

bandingkan dengan penelitian terdahulunya dan satu indikator lebih tinggi pada penelitian saat ini .

Bank CIMB Niaga sebagai penyedia jasa perbankan dan keuangan, saat ini terus mengembangkan layanan internet banking namun layanan tersebut harus menjamin bahwa setiap transaksi keuangan melalui jalur ini aman bagi kepentingan nasabahnya. Internet banking Bank CIMB Niaga dituntut untuk mempelajari setiap kepentingan atau keperluan nasabah dalam bertransaksi internet banking. Setiap kebutuhan nasabah memiliki komponen yang penting untuk disediakan pada layanan internet banking sehingga mempermudah nasabah melakukan transaksi rutin dalam kegiatan perbankan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian saat ini mendapatkan hasil analisa data dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan dan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Faktor pertama yang dibentuk dari indikator-indikator yang dianalisa adalah faktor Situs Web, dibentuk dari indikator keramahan website, petunjuk di web, kelancaran web dan ketidak macetan web.
2. Faktor ke-2 yang dibentuk dinamakan dukungan aplikasi, dibentuk dari indikator kemudahan aplikasi, tampilan aplikasi, kecepatan aplikasi dan kelancaran aplikasi.
3. Faktor ke-3 yang dibentuk dinamakan menu aplikasi, dibentuk dari indikator kemudahan pencarian, kelengkapan menu dan kemudahan transaksi.
4. Faktor ke-4 yang dibentuk dinamakan kebutuhan dan keamanan, dibentuk dari indikator keamanan transaksi, kebutuhan nasabah dan ketersediaan informasi pada website.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian saat ini mendapatkan beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya waktu yang diberikan untuk mencari responden dan cuaca yang kurang mendukung peneliti pun kesulitan untuk mencari calon responden.
2. Peneliti sering berpindah tempat karena kesulitan menemukan calon responden yang bersedia mengisi kuisisioner dikarenakan tempat yang kurang mendukung seperti ATM, Mall, dll karena responden terburu-buru dan tidak dapat membantu dalam mengisi kuisisioner.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait :

1. Bagi perusahaan
Melihat pada hasil pengolahan data pada variable kualitas layanan terdapat tanggapan responden terendah pada indikator "internet banking CIMB Niaga mudah digunakan" sehingga dapat dikatakan bahwa nasabah sering mengalami kendala tersebut. Oleh karena itu, disarankan perusahaan dapat memperbaiki kemampuan internet banking agar dapat dengan mudah digunakan dan dipahami oleh nasabah, tanggapan responden terendah berikutnya terdapat pada indikator "halaman website internet banking CIMB Niaga tidak macet" maka dapat dikatakan bahwa nasabah sering mengalami kendala ini oleh karena itu disarankan perusahaan dapat meningkatkan kembali kecepatan untuk mengakses aplikasi internet banking saat nasabah melakukan transaksi.
2. Kepada peneliti lain
Peneliti di kemudian hari yang ingin mengadakan penelitian menyerupai penelitian ini dapat mengadakan lanjutan mengenai kualitas layanan internet banking dan dihubungkan

dengan kepuasan atau loyalitas nasabah pengguna layanan tersebut.

Peneliti juga dapat memperluas cakupan penelitian di beberapa bank sekaligus sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi keseluruhan dari internet banking yang digunakan masyarakat luas.

Peneliti disarankan untuk lebih selektif dan mempertimbangkan tempat serta waktu yang digunakan atau dipilih untuk menyebar kuisisioner.

DAFTAR RUJUKAN

- Ainul, dan Aniek. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya". *Journal of Business and Banking*. Vol. 4, (2), 245-260
- Amin, Muslim. 2016. "Internet Banking Service Quality and Its Implication on E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty". *Internasional Journal of Bank Marketing*. Vol. 34 Iss 3 pp. 280-308
- Anwar Sanusi. 2011. "*Metodologi Penelitian Bisnis*". Salemba Empat.
- Anderson, R.E. and Srinivasan, S.S. (2003), "E-satisfaction and e-loyalty: a contingency framework", *Psychology & Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 123-138.
- Alfian Tan, Paulus Sukapto, dan Carles Sitompul. 2014. "Pengembangan Dimensi Kualitas Layanan E-Banking dan Hubungan dengan Kepuasan serta Loyalitas Konsumen". *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Vol. 13, No. 1
- Chemingui, H. (2013), "Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services", *International Journal of Bank*

Marketing, Vol. 31 No. 7, pp. 574-592.

East”, *Online Information Review*, Vol. 32 No. 1, pp. 58-72.

Carter and Belanger, (2005), “The Influence of Perceived Characteristics of Innovating on e-Government Adoption” *Electronic Journal of e-Government* Volume 2 Issue 1 (11-20)

Sutrisno Hadi. 2015.”*Metodologi Riset*”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Donald R. Cooper dan Pamela s. Schindler (2017), “*Metode Penelitian Bisnis*”. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Stephen P. Robbins, David A. Decenzo dan Mary Coulter (2012) “*Fundamental of Management essential concepts and applications*” Pearson .

Juliansyah Noor. 2014. “*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*”. Kencana

Supriyanto (2009), “*Metodologi Riset Bisnis*” Jakarta : PT Indeks.

Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (1996), “*Management Information System : Organization and Thechnology in the Networked Enterprise*” Upper Saddle River, New jersey 07458

Sugiyono (2015) “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*” Bandung : Alfabeta

Mohammad Sadique khan and Siba Sankar Mahapatra. 2009 “Service Quality Evaluation In Internet Banking: an Empirical Study in India” *journal india culture and business management, Vol.2, No. 1*

Sugiyono (2013) “*Metode Penelitian Management*” Bandung : Alfabeta

Tatik Suryani (2013) “*Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaraan*” Yogyakarta : Graha ilmu.

Nathan, Demyana. 2014. “The Relationship Among E-Service Quality Dimensions, Overall Internet Banking Service Quality, and Customer Satisfaction In The USA”. *Journal of Modern Accounting and Auditing*. Vol. 10, (4), 479-493

William M. Pride, Robert J. Hughes dan Jack R. Kapoor (2015) “*Pengantar Bisnis Introduction to Busines*” Jakarta ; Salemba Empa

Richard L. Daft (2008) “*Management*” Jakarta ; Salemba Empat.

Sohail, M.S. and Shaikh, N.M. (2008), “Internet banking and quality of service: perspectives from adeveloping nation in the Middle

