

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENGUNAKAN METODE REGRESI LINIER STUDI KASUS PT. BANK CENTRAL ASIA TBK CABANG KALIMALANG

Ariyanti¹, Nurmalasari²

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi
STMIK Nusa Mandiri Jakarta

Jl. Damai No. 8 Warung Jati Barat Margasatwa, Jakarta Selatan. Telp. (021) 78839513.
riaariyanti511@gmail.com
nurmalasari.nmr@bsi.ac.id

Abstract — *This research aims to investigate the influences of internet banking service quality to customer satisfaction of KlikBCA. This research the author used questionnaires as a way to collect information from the respondents. There are 100 respondents. Accidental sampling method was used to choose the respondents. Testing instruments used is simple linear regression. The results were that the service quality of internet banking KlikBCA dimensions consisting of efficiency, fulfillment, reliability, and privacy significantly influence customer satisfaction. The test results showed that 60.9% customer satisfaction can be explained by the variable of KlikBCA services quality with dimensions of efficiency, fulfillment, reliability, and privacy, meaning that 39.1% influenced by other variables, which are not within the scope of the study authors.*

Intisari — Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh *internet banking* yaitu kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan dari KlikBCA. Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai cara untuk mengumpulkan informasi dari responden. Ada 100 responden. Metode *accidental sampling* digunakan untuk memilih responden. Alat uji yang digunakan adalah *regresi linier* sederhana. Hasilnya adalah bahwa kualitas layanan *internet banking* KlikBCA dimensi yang terdiri dari efisiensi, pemenuhan, kehandalan, dan privasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tes menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan 60,9 % dapat dijelaskan oleh variabel layanan KlikBCA berkualitas dengan dimensi efisiensi, pemenuhan, kehandalan, dan privasi, yang berarti bahwa 39,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam lingkup penelitian penulis.

Kata Kunci : *KlikBCA Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Jumlah pelanggan dan pemakai *internet* yang selalu menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, menjadi faktor pendorong penggunaan *internet banking* di Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia, nasabah yang bertransaksi melalui *internet banking* pada 2009 mencapai 2,5 juta, ini lebih besar dari nasabah 2008 yang hanya mengoleksi 1,5 juta nasabah.

Tampubolon, 24 Agustus 2005 dalam (www.bi.go.id). *E-business* dalam industri perbankan diadopsi melalui layanan *internet banking*. *Internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*.

Sutadi, 10 Maret 2006 dalam (www.kompas.com). *Internet banking* memberikan keuntungan bagi nasabah maupun bank. Bagi nasabah, *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan dimanapun nasabah berada dan kapanpun nasabah ingin bertransaksi. *Internet banking* menghilangkan batas ruang dan waktu. Selain itu *internet banking* dapat diakses dari mana saja di seluruh Indonesia, atau bahkan dari seluruh pejuruan dunia. Keuntungan dari menyediakan layanan ini bagi pihak bank adalah *internet banking* bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM.

Banyak bank di Indonesia saat ini telah menawarkan layanan *internet banking* untuk dapat memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi sehari-hari, salah satunya adalah bank BCA yang memiliki layanan KlikBCA sejak tahun 2001. Nama baik yang dimiliki BCA merupakan salah satu hal yang mendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan *internet banking* pada BCA. Jumlah transaksi *internet banking* BCA mengalami kenaikan 87% dari 43,7 juta transaksi pada kuartal pertama suatu pengenalan nilai-nilai konsumen untuk

membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dengan konsumen di *electronic-era*.

Permasalahan dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan *internet banking* KlikBCA melalui dimensi *efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, dan *privacy* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan.
2. Seberapa jauh tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah untuk layanan *tujuan penelitian internet banking* pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji bagaimana pengaruh variabel kualitas *internet banking* KlikBCA yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, dan *privacy* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan.
2. Untuk mengetahui seberapa jauh tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah untuk layanan *internet banking* pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan.

Dalam penelitian ini variabel penelitian yang digunakan adalah 1 (satu) variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah, dan 1 (satu) variabel *independent* yaitu kualitas layanan. Metode penelitian ini menggunakan regresi linier dan yang diuji adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji koefisien korelasi, uji t, uji regresi sederhana, dan uji koefisien determinasi (R^2) menggunakan *tools* SPSS versi 20. Dan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 0,609 yang berarti presentase sumbangan variabel kualitas layanan *internet banking* KlikBCA terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan adalah sebesar 60,9%.

BAHAN DAN METODE

a. *Internet Banking*

Menurut Suryani dalam penelitian Dewi (2010:13), *Internet banking* merupakan produk perbankan elektronik yang ditawarkan pihak bank untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui komputer dan jaringan *internet*.

Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking*, maka *internet banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam

penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di *internet*, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi. Adapun persyaratan bisnis dari *internet banking* antara lain: a). aplikasi mudah digunakan; b). layanan dapat dijangkau dari mana saja; c). murah; d). dapat dipercaya; dan e). dapat diandalkan (*reliable*).

b. Dimensi Kualitas Layanan *Internet Banking*

Untuk mengevaluasi, dan memperbaiki kualitas layanan *online*, Zeithaml, et al, (2002:5) telah mengidentifikasi tujuh dimensi kualitas layanan *online* yaitu :

- 1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
- 2) Pemenuhan (*fulfillment*), mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- 3) Keandalan (*reliability*), berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
- 4) Privasi (*privacy*), berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.
- 5) Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan kemampuan pengecer *online* untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi *online*.
- 6) Kompensasi, meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk.
- 7) Kontak (*contact*), mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin).

Empat dari tujuh dimensi kualitas layanan *online* merupakan skala inti layanan *online* (*core online service*) yaitu (*efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, dan *privacy*) yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang disampaikan. Dimensi-dimensi ini meliputi pula kriteria yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi layanan *online* rutin manakala mereka tidak mengalami masalah

sehubungan dengan penggunaan situs tertentu. Sementara itu, tiga dimensi lainnya (daya tanggap, kompensasi, dan kontak) merupakan skala *recovery* layanan *online* (*recovery online service*). Maksudnya, dimensi-dimensi ini hanya berperan penting dalam situasi pelanggan *online* mengalami masalah atau memiliki sejumlah pertanyaan yang ingin dicarikan solusinya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan dalam dimensi-dimensi dalam kualitas layanan *online* dimaksudkan untuk mengetahui kualitas layanan *online* yang diberikan serta sebagai sarana untuk mengevaluasi dan sekaligus memperbaiki kualitas layanan *online* yang diberikan.

c. Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan kebutuhan" atau "membuat sesuatu memadai".

Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi bagi nasabahnya. Kepuasan yang tinggi dan kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu. Hasilnya adalah kesetiaan nasabah/ pelanggan yang tinggi. Kepuasan Pelanggan adalah hal yang sangat penting bagi kesuksesan pelayanan sebuah organisasi karena jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan kembali dan penghasilan yang didapat semakin meningkat selain itu kepuasan pelanggan juga dapat menghasilkan rekomendasi kepada calon pelanggan baru.

Menurut Kotler (2002:42), "Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) dan harapan-harapannya."

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang.

Terdapat lima faktor kepuasan pelanggan menurut Lupiyoadi (2001:158), yaitu:

- a. Kualitas Produk
Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Pelayanan
Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- d. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e. Biaya
Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Metode Penelitian

a. Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Penelitian variabel *independent* dan variabel *dependent* menurut Sugiyono (2014:39) sebagai berikut :

1. Variabel *Independent* (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
2. Variabel *Dependent* (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independent*) yaitu Kualitas Layanan dan variabel terikat (*dependent*) yaitu Kepuasan Nasabah.

b. Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2014:102).

Untuk bisa menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti, maka diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti, dan teori-teori yang mendukungnya. Penggunaan teori untuk menyusun instrumen harus secermat mungkin agar diperoleh indikator yang valid. Caranya dapat dilakukan dengan membaca berbagai referensi (seperti buku, jurnal) membaca hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, dan konsultasi pada orang yang dipandang ahli (Sugiyono, 2014:104). Secara rinci instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran
Dependen			
Kepuasan Nasabah		1. Mengatasi masalah saat situasi yang sulit 2. Lebih baik dari alternatif lain (mudah digunakan, menghemat waktu, kapanpun, dimanapun, dan menghemat uang) 3. Melakukan tugasnya	Skala Ordinal
	Independen		
	Kualitas Layanan	Efficiency	1. Kemudahan nasabah untuk mengakses internet banking 2. Bisa dilakukan kapan saja 3. Bisa dilakukan dimana saja
Fulfillment		1. Kemudahan dalam menerima respon ketika melakukan respon ketika melakukan transaksi internet banking 2. Secara umum informasi yang diinginkan nasabah sudah dapat dipenuhi oleh layanan internet banking 3. Ragam transaksi yang dapat dilakukan melalui internet banking 4. Informasi yang ditawarkan melalui internet banking up to date	Skala Ordinal
Reliability		1. Akurasi janji ketepatan 2. Transaksi perbankan efektif menggunakan internet banking 3. Efisiensi waktu	Skala Ordinal
Privacy		1. Keamanan informasi transaksi 2. Keamanan informasi data pribadi	Skala Ordinal

Sumber: Data olahan (2014)

c. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perorangan (Umar, 2010:130). Data ini didapat dengan menggunakan kuesioner melalui studi lapangan. Dalam kuesioner ini penulis

menggunakan skala *Likert* yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu.

Tabel 2. Skor Jawaban

Penilaian	Bobot/Skor
Sangat Setuju (SS)	Bobot nilai 5
Setuju (S)	Bobot nilai 4
Cukup Setuju (CS)	Bobot nilai 3
Tidak Setuju (TS)	Bobot nilai 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Bobot nilai 1

Sumber : (Kinneer dalam Umar, 2010:137).

2. Data Sekunder

Data sekunder dilakukan melalui studi pustaka, terutama yang berhubungan dengan variabel penelitian. Sumber ini penulis peroleh baik dari buku, jurnal, maupun informasi secara *online*.

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner selanjutnya akan diolah dan dianalisis menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis data yang dilakukan dengan cara mengklasifikasikan, membandingkan, dan menghitung angka-angka dengan rumus-rumus yang relevan (Yulaifah, 2011:62).

d. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:80), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah pengguna *internet banking* KlikBCA pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Desember 2014 hingga Januari 2015 di Bank BCA Cabang Kalimantan. Dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu peneliti membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

e. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:81), "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *Aksidental Sampling*.

Aksidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014:85).

Menurut Malhotra (2005:291), disebutkan bahwa jumlah pengamatan (ukuran sampel) paling sedikit harus empat atau lima kali jumlah kuesioner. Dengan dasar tersebut, peneliti memilih sampel yaitu sebanyak 100 responden pengguna KlikBCA pada Bank BCA Cabang Kalimalang.

f. Metode Analisis Data

– Analisis Deskriptif

Untuk melihat tanggapan nasabah terhadap variabel kualitas layanan *internet banking* KlikBCA dan kepuasan nasabah digunakan analisis deskriptif dengan melihat jawaban responden. Pengukuran dilakukan dengan cara menghitung skor jawaban responden terhadap elemen-elemen tersebut. Pengukuran dilakukan dengan cara menghitung rata-rata skor jawaban responden terhadap elemen-elemen tersebut. Rata-rata diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum Xi}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah data

$\sum Xi$ = Jumlah nilai seluruh data

Untuk mengukur klasifikasi interval, maka digunakan rumus:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Dengan asumsi:

1. Bila semua reponden menjawab dengan skala tertinggi (5) maka total nilai adalah $100 \times 5 = 500$
2. Bila semua reponden menjawab dengan skala terendah (1) maka total nilai adalah $100 \times 1 = 100$
3. Jarak = nilai tertinggi – nilai terendah
 $= 500 - 100$
 $= 400$
 Interval = jarak : kelas
 $= 400 : 5$
 $= 80$

Setelah diketahui interval, maka penilaian responden dapat dikelompokkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Interval Penilaian Responden

Bobot	Penilaian
424- 504	Sangat Tinggi
343 – 423	Tinggi
262 – 342	Sedang
181 – 261	Rendah
100 – 180	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2014)

g. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Koefisien Korelasi, Uji T,

Uji Regresi Sederhana, Uji Koefisien Determinasi

1. Uji Validitas

Baik dalam teori maupun dalam praktek pengukuran, masalah yang pertama timbul adalah: (1) Seberapa jauh alat pengukur dapat mengungkapkan dengan jitu gejala atau bagian-bagian gejala yang hendak diukur. (2) Seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan reading yang teliti, dapat menunjukkan status atau keadaan gejala atau bagian gejala yang diukur dengan sebenarnya (Hadi, 2004:28).

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis, yang menghitung koefisien korelasi antara skor *item* dengan skor totalnya, dengan menggunakan prosedur statistik *person's product moment correlation*. Dengan tingkat signifikansi 5% dan jumlah *n* sebanyak 100 responden, maka didapat *r* tabel sebesar 0,1966.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

x = skor butir pada nomor butir ke-*i*

y = skor total responden

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi lebih dari sekali. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Konsep reliabilitas ini erat kaitannya dengan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya atau tidak.

Pengujian realibilitas instrumen, untuk mendapatkan tingkat kepuasan instrumen yang digunakan dengan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun formulasi masing-masing sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right)$$

Dimana:

a = koefisien *realibility* yang dicari

k = jumlah butir pertanyaan

S_b² = varian butir pertanyaan

S_t² = varian skor total

Dasar Pengambilan Kesimpulan:

– Jika *Cronbach's alpha* > 0,60 instrument tersebut reliabel

– Jika *Cronbach's alpha* < 0,60 maka instrument tersebut tidak reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya (Suliyanto, 2011 : 69). Apabila berdistribusi normal maka analisis parametrik seperti analisis regresi dapat dilanjutkan, sebaliknya apabila tidak berdistribusi normal maka digunakan statistik non parametrik untuk menguji hipotesis. Pengujian normalitas ini menggunakan diagram histogram dan grafik p-p-plot untuk memprediksi apakah data berdistribusi normal atau tidak.

4. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi bertujuan menentukan keeratan hubungan antara variabel kualitas layanan dengan variabel kepuasan nasabah, maka sebagai pedoman ditentukan interval kelas r_s sebagai berikut:

Tabel 4. Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 - 0,399	Lemah
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,60 - 0,799	Kuat
5	0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2013:251)

Rumus yang digunakan untuk mendapat nilai koefisien korelasi tersebut adalah:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}} \dots\dots (1)$$

dimana:

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah data (responden)
- x = variabel bebas
- y = variabel terikat

5. Uji T

Uji t bertujuan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai thitung > ttabel dengan serta tingkat signifikannya ($p\text{-value}$) < 5%, maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima (Ghozali, 2011:98).

Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t-hitung adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots (2)$$

Dimana:

- t = Pengujian koefisien korelasi
- r = Besarnya tingkat korelasi
- n-2 = Derajat kebebasan

6. Uji Regresi Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

- y = Kepuasan nasabah
- x = Kualitas layanan *internet banking*
- a = Intersip atau Konstanta

Rumus yang digunakan untuk mencari nilai a (konstanta) dan nilai b (koefisien regresi) adalah sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum xy - n \cdot \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sum x^2 - n \cdot \bar{x}^2} \dots\dots (3)$$

$$a = \bar{y} - b(\bar{x})$$

Dimana:

- a = Nilai Konstanta
- y = Rata-rata variabel y
- x = Rata-rata variabel x

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya (Suliyanto, 2011:55).

Besarnya koefisien determinan adalah kuadrat dari koefisien korelasi dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\% \dots\dots (4)$$

Dimana:

- R^2 = koefisien determinasi
- r = koefisien korelasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan lima buah item sebagai data responden. Data responden tersebut adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan/profesi, dan lama menggunakan KlikBCA.

a. Jenis Kelamin

Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumu lative Percent
Valid	Pria	53	53.0	53.0	53.0
	Wanita	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2015)

Berdasarkan hasil pengolahan data, pada tabel 5. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 53 responden atau 53% adalah berjenis kelamin pria, sedangkan sisanya yaitu sebanyak 47 responden atau 47% adalah berjenis kelamin wanita.

b. Usia

Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Usia <20	6	6.0	6.0	6.0
	Usia 21-30	79	79.0	79.0	85.0
	Usia 31-40	13	13.0	13.0	98.0
	Usia 41-50	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2015)

Berdasarkan hasil pengolahan data, pada tabel 6. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 79 responden atau 79% adalah responden berusia 21-30 tahun, sebanyak 13 responden atau 13% adalah responden berusia 31-40 tahun. Sedangkan sisanya, sebanyak 6 responden atau 6% adalah berusia < 20 tahun, dan 2 responden atau 2% berusia 41-50.

c. Pendidikan Terakhir

Tabel 7. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumu lative Percent
Valid	SMP/Se derajat	4	4.0	4.0	4.0
	SMA/Se derajat	47	47.0	47.0	51.0
	Diplom a	11	11.0	11.0	62.0
	Sarjana	36	36.0	36.0	98.0
	Pascasa rjana	2	2.0	2.0	100.0

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumu lative Percent
Valid	SMP/Se derajat	4	4.0	4.0	4.0
	SMA/Se derajat	47	47.0	47.0	51.0
	Diplom a	11	11.0	11.0	62.0
	Sarjana	36	36.0	36.0	98.0
	Pascasa rjana	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2015)

Berdasarkan hasil pengolahan data, pada tabel 7. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 47 responden atau 47% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di SMA/Sederajat, sebanyak 36 responden adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di Sarjana. Sedangkan sisanya, sebanyak 11 responden atau 11% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di Diploma, 4 responden atau 4% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di SMP/Sederajat, dan 2 responden atau 2% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di Pascasarjana.

d. Pekerjaan

Tabel 8. Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Pelajar/M ahasiswa	26	26.0	26.0	26.0
	PNS	1	1.0	1.0	27.0
	Karyawan Swasta	58	58.0	58.0	85.0
	Wiraswas ta	5	5.0	5.0	90.0
	Ibu Rumah Tangga	8	8.0	8.0	98.0
	Professio nal	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2015)

Berdasarkan hasil pengolahan data, pada tabel 8. dapat diketahui bahwa proporsi yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 58 responden atau 58% responden adalah karyawan swasta, dan sebanyak 26 responden atau 26% responden adalah pelajar/mahasiswa. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 8 responden atau 8% responden adalah

ibu rumah tangga, 5 responden atau 5% adalah wiraswasta, 2 responden atau 2% adalah professional, dan sebanyak 1

e. Lama Menggunakan KlikBCA

Tabel 9. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan KlikBCA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1	49	49.0	49.0	49.0
1-3	25	25.0	25.0	74.0
3-4	21	21.0	21.0	95.0
4-5	4	4.0	4.0	99.0
>5	1	1.0	1.0	1.00
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2015)

Berdasarkan hasil pengolahan data, pada tabel 9. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 49 responden atau 49% adalah responden yang telah menjadi konsumen KlikBCA < 1 tahun, sebanyak 25 responden atau 25% adalah konsumen KlikBCA selama 1-2 tahun, dan 21 responden atau 21% adalah konsumen KlikBCA selama 3-4 tahun. Sedangkan sisanya sebanyak 4 responden atau 4% adalah responden yang telah menjadi konsumen KlikBCA selama 4-5 tahun, dan 1 responden atau 1% adalah responden yang telah menjadi konsumen KlikBCA selama > 5 tahun.

2. Tanggapan Responden

a. *Efficiency*

- KlikBCA mudah digunakan
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA mudah digunakan, termasuk kategori sedang dengan skor 298 dan rata-rata 59,6.
- Website KlikBCA dapat diakses dengan cepat
Hasil tanggapan responden mengenai *website* KlikBCA dapat diakses dengan cepat termasuk kategori sedang dengan skor 397 dan rata-rata 79,4.
- Proses *login* KlikBCA cepat
Hasil tanggapan responden mengenai Proses login KlikBCA cepat termasuk kategori sedang dengan skor 300 dan rata-rata 60,0.
- Mutasi rekening dapat diunduh dengan cepat di KlikBCA
Hasil tanggapan responden mengenai mutasi rekening dapat diunduh dengan cepat di KlikBCA termasuk kategori

sedang dengan skor 300 dan rata-rata 60,0.

b. *Fulfillment*

- Menggunakan KlikBCA, layanan perbankan menjadi praktis
Hasil tanggapan responden mengenai menggunakan KlikBCA, layanan perbankan menjadi praktis termasuk kategori sedang dengan skor 292 dan rata-rata 58,4.
- Menggunakan KlikBCA bertransaksi menjadi lebih efektif,
Hasil tanggapan responden mengenai dengan menggunakan KlikBCA bertransaksi menjadi lebih efektif termasuk kategori sedang dengan skor 294 dan rata-rata 58,8.
- Transaksi dengan KlikBCA dapat menghemat waktu
Hasil tanggapan responden mengenai transaksi dengan KlikBCA dapat menghemat waktu termasuk kategori sedang dengan skor 286 dan rata-rata 57,2.
- Fasilitas yang diberikan KlikBCA sama dengan transaksi yang dapat dilakukan secara konvensional
Hasil tanggapan responden mengenai fasilitas yang diberikan KlikBCA sama dengan transaksi yang dapat dilakukan secara konvensional termasuk kategori sedang dengan skor 309 dan rata-rata 61,8.

c. *Reliability*

- KlikBCA memproses setiap transaksi dengan tepat
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA memproses setiap transaksi dengan tepat termasuk kategori sedang dengan skor 325 dan rata-rata 65,0.
- Ketepatan transaksi menggunakan KlikBCA sangat baik
Hasil tanggapan responden mengenai ketepatan transaksi menggunakan KlikBCA sangat baik termasuk kategori sedang dengan skor 317 dan rata-rata 63,4.
- KlikBCA dapat digunakan selama 24 jam
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA dapat digunakan selama 24 jam termasuk kategori sedang dengan skor 301 dan rata-rata 60,2.
- Penggunaan KlikBCA dapat digunakan dimanapun
Hasil tanggapan responden mengenai penggunaan KlikBCA dapat digunakan

dimanapun termasuk kategori sedang dengan skor 309 dan rata-rata 61,8.

- Transaksi dengan KlikBCA tepat waktu
Hasil tanggapan responden mengenai transaksi dengan KlikBCA tepat waktu termasuk kategori sedang dengan skor 327 dan rata-rata 65,4.
- Layanan KlikBCA tidak perlu mengantri
Hasil tanggapan responden mengenai dengan menggunakan layanan KlikBCA tidak perlu mengantri termasuk kategori sedang dengan skor 313 dan rata-rata 61,8.

d. Privacy

- KlikBCA dapat dipercaya
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA dapat dipercaya, dapat dikatakan setuju dengan skor 288 dan rata-rata 57,6.
- KlikBCA memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan termasuk kategori sedang dengan skor 304 dan rata-rata 60,8.
- KlikBCA menjaga kerahasiaan data nasabah
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA menjaga kerahasiaan data nasabah termasuk kategori sedang dengan skor 292 dan rata-rata 58,4.
- KlikBCA memberikan keamanan dalam bertransaksi
Hasil tanggapan responden mengenai KlikBCA memberikan keamanan dalam bertransaksi termasuk kategori sedang dengan skor 275 dan rata-rata 55,0.

e. Kepuasan Nasabah

- KlikBCA kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi
Hasil tanggapan responden mengenai dengan menggunakan KlikBCA kebutuhan transaksi yang mendesak dapat termasuk kategori sedang dengan skor 278 dan rata-rata 55,6.
- Transaksi menggunakan KlikBCA lebih menghemat waktu
Hasil tanggapan responden mengenai transaksi menggunakan KlikBCA lebih menghemat waktu termasuk kategori sedang dengan skor 274 dan rata-rata 54,8.
- Transaksi menggunakan KlikBCA lebih baik dari cara konvensional
Hasil tanggapan responden mengenai transaksi menggunakan KlikBCA lebih

baik dari cara konvensional termasuk kategori sedang dengan skor 284 dan rata-rata 56,8.

- Biaya KlikBCA murah
Hasil tanggapan responden mengenai biaya KlikBCA murah termasuk kategori sedang dengan skor 325 dan rata-rata 65,0.

B. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Koefisien Korelasi, Uji

T, Uji Regresi Sederhana, dan Uji Koefisien Determinasi

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan mengukur apa yang hendak diukur. Dengan tingkat signifikansi 5% dan jumlah n sebanyak 100 responden, maka didapat r_{tabel} adalah 0.1966. Adapun hasil uji validitas terhadap variabel X dan Y adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Validitas

N o	Pertanyaan	Nilai Validitas	R_{tabel}	Keterangan
1	KlikBCA mudah digunakan	0,560	0,1966	VALID
	Website KlikBCA dapat diakses dengan cepat	0,600	0,1966	VALID
3	Proses login KlikBCA cepat	0,602	0,1966	VALID
4	Mutasi rekening dapat diunduh dengan cepat di KlikBCA	0,580	0,1966	VALID
5	Menggunakan KlikBCA, layanan perbankan menjadi lebih praktis	0,474	0,1966	VALID
6	Dengan menggunakan KlikBCA bertransaksi menjadi lebih efektif	0,605	0,1966	VALID
7	Transaksi dengan KlikBCA dapat menghemat waktu	0,579	0,1966	VALID
8	Fasilitas transaksi yang diberikan KlikBCA sama	0,720	0,1966	VALID

	dengan transaksi yang dapat dilakukan secara konvensional			
9	KlikBCA memproses setiap transaksi dengan tepat	0,579	0,1966	VALID
10	Ketepatan transaksi Menggunakan KlikBCA sangat baik	0,634	0,1966	VALID
11	KlikBCA dapat digunakan selama 24 jam	0,615	0,1966	VALID
12	KlikBCA dapat digunakan dimanapun	0,720	0,1966	VALID
13	Transaksi dengan KlikBCA tepat waktu	0,577	0,1966	VALID
14	Dengan menggunakan layanan KlikBCA tidak perlu mengantri	0,625	0,1966	VALID
15	KlikBCA dapat dipercaya	0,356	0,1966	VALID
16	KlikBCA memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan	0,454	0,1966	VALID
17	KlikBCA menjaga kerahasiaan data nasabah	0,518	0,1966	VALID
18	KlikBCA memberikan keamanan dalam bertransaksi	0,465	0,1966	VALID
19	Dengan menggunakan KlikBCA, kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi	0,506	0,1966	VALID
20	Transaksi menggunakan KlikBCA lebih menghemat waktu	0,430	0,1966	VALID

21	Transaksi menggunakan KlikBCA lebih baik dari cara konvensional	0,601	0,1966	VALID
22	Biaya KlikBCA murah	0,579	0,1966	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2015)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada 22 butir pertanyaan yang diajukan memiliki nilai validitas $> 0,1966$ sehingga 22 butir pernyataan semua valid.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Tingkat reliabilitas ini dapat dilihat pada nilai *cronbach's alpha*. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

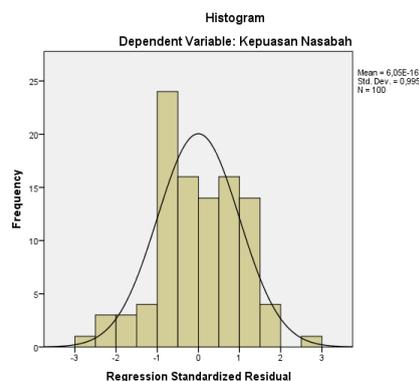
Cronbach's Alpha	N of Items
,896	22

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2015)

Hasil pada tabel diatas diketahui memperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,896, ini berarti pernyataan pada kuesioner pada penelitian dianggap reliabel. normal, menyebar merata ke kanan dan ke kiri membentuk kurva normal, sehingga dapat disimpulkan residual memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Normalitas

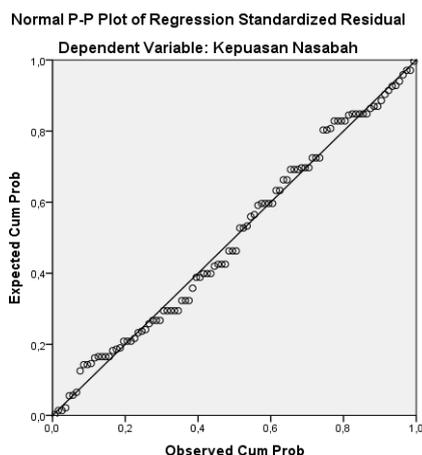
Berdasarkan hasil pengujian terlihat pada gambar dibawah ini bahwa bagian kurva.



Sumber : Data pengolahan (2015)

Gambar 1. Histogram

Berdasarkan hasil pengujian terlihat pada gambar 4.7 dibawah ini grafik p-p-plot menunjukkan kesimpulan serupa dengan histogram. Data-data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dinyatakan normal.



Gambar 2. Grafik Plot

4. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Korelasi Correlations

		Kepuasan Nasabah	Kualitas Layanan
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1,000	,781
	Kualitas Layanan	,781	1,000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah	.	,000
	Kualitas Layanan	,000	.
N	Kepuasan Nasabah	100	100
	Kualitas Layanan	100	100

Sumber: Data diolah SPSS 20 (2015)

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data antara kualitas layanan *internet banking* KlikBCA (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y) sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}} \dots (5)$$

$$= \frac{100(63900) - (5426)(1161)}{\sqrt{[100(63900) - (5426)^2][100(13751) - (1161)^2]}}$$

$$= \frac{100(63900) - (5426)(1161)}{\sqrt{[100(299352) - (29441476)][100(13751) - (1347921)]}}$$

$$= 0,7805070442367 \approx \mathbf{0,781}$$

Dihasilkan nilai korelasi 0,781 (78,1%) dengan demikian ada hubungan positif kuat antar variabel, artinya bila variabel kualitas layanan *internet banking* KlikBCA (X) naik atau meningkat maka akan diikuti penguatan variabel kepuasan nasabah. Selain itu, menunjukkan probabilitas

signifikansi 0.000 untuk variabel X berdasarkan angka yang diperoleh maka tingkat probabilitas signifikansi < 0.05.

5. Uji T

Tabel 13. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,674	,811		2,064	,042
Kualitas Layanan	,183	,015	,781	12,360	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 20 (2015)

Berdasarkan pada tabel diatas, untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots (6)$$

$$t = \frac{0,781\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,781^2}}$$

$$= 12,359694131945 \approx \mathbf{12,360}$$

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien kualitas layanan *internet banking* KlikBCA adalah 12,360. Sedangkan t_{tabel} dihitung pada tabel t_{-test} , dengan $\alpha=0,05$ dan $df=98$ didapat t_{tabel} adalah 1,984. Variabel kualitas layanan *internet banking* KlikBCA memiliki p-value 0,000 < 0,05 artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (12,360 > 1,984), maka kualitas layanan *internet banking* KlikBCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6. Uji Regresi Sederhana

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,674	,811		2,064	,042
Kualitas Layanan	,183	,015	,781	12,360	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 20 (2015)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad \dots (7)$$

$$b = \frac{\sum xy - n \cdot x \cdot y}{\sum x^2 - n \cdot x^2}$$

$$b = \frac{63900 - 100 \cdot 54,26 \cdot 11,61}{299352 - 100 \cdot 2993,52}$$

$$= 0,1831266051 \approx \mathbf{0,183}$$

$$a = Y - b(x)$$

$$a = 11,61 - 0,1831266051(54,26)$$

$$= 1,6735479167 \approx \mathbf{1,674}$$

$$Y = \mathbf{1,674 + 0,183 X}$$

Persamaan regresi : kepuasan = 1,674 + 0,183 (kualitas layanan), Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut: Konstanta sebesar 1,674 berarti bahwa tanpa adanya biaya yang dikeluarkan untuk kualitas layanan, maka kualitas layanan adalah sebesar 1,674 satuan. Jika variabel kualitas layanan nilainya 1, maka akan menyebabkan kenaikan (karena tanda positif) pada kepuasan nasabah menjadi 1,857.

7. Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Dari hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,781 ^a	,609	,605	1,041	1,982

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 20 (2015)

Dalam tabel (*model summary*) ini menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,609 atau 60,9%.

$$R^2 = r^2 \times 100\% \quad \dots (8)$$

$$R^2 = 0,781^2 \times 100\%$$

$$= \mathbf{60,9\%}$$

Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan *internet banking* mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 60,9% dan selebihnya 39,1% (100%-60,9%) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Karena R Square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar angka R Square maka semakin kuat variabelnya. Seperti diketahui 60,9% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan *internet banking* dengan dimensi *efficiency, fulfillment, reliability*, dan

privacy. Artinya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam cakupan penelitian penulis, seperti layanan *m-Banking*, ATM BCA, fasilitas kredit, tunai BCA, fasilitas valuta asing, dan lain-lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai kualitas layanan *internet banking* KlikBCA terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan KlikBCA melalui keempat dimensi yakni *Efficiency, Fulfillment, Reliability*, dan *Privacy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya.
2. Hasil analisis koefisien korelasi Kualitas Layanan *internet banking* KlikBCA (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y) dihasilkan nilai korelasi 0,781 (78,1%) dengan demikian ada hubungan positif kuat antar variabel.
3. Pengaruh kualitas layanan *internet banking* yang positif ditunjukkan oleh persamaan regresi yaitu $Y = 1,674 + 0,183 X$ adanya pengaruh antara X (kualitas layanan) dengan Y (kepuasan nasabah). Hal tersebut ditunjukkan pada nilai konstanta adalah sebesar 1,674 dan berdasarkan hasil koefisien regresi yang menunjukkan angka positif sebesar 0,183.
4. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,360 > 1,984$). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas layanan *internet banking* KlikBCA memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh angka sebesar 0,609 yang berarti presentase sumbangan variabel kualitas layanan *internet banking* KlikBCA terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan adalah sebesar 60,9%.

Sebagai bagian akhir dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat digunakan, diantaranya:

1. PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kalimantan disarankan agar lebih memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya, hal ini dimaksudkan agar nasabah dapat puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2. Perusahaan juga harus memperhatikan variabel lain yang dianggap signifikan untuk meningkatkan kualitas layanan *internet banking* demi kemajuan perusahaan ditengah persaingan dunia perbankan yang semakin kompetitif.
3. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.
4. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel dan menggunakan 100 responden, bagi peneliti lain diharapkan dapat melakukan pengembangan dan perbaikan terhadap penelitian ini.
5. Penambahan beberapa variabel lain terhadap penelitian ini yang secara teoritis dapat mempengaruhi nasabah, serta diharapkan menggunakan responden yang lebih banyak, agar hasil penelitiannya lebih baik dan lebih bermanfaat.

REFERENSI

- Dewi, Evina Rumiyanthi. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Nasabah *Online* Terhadap Kualitas *Internet Banking* Secara Keseluruhan Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Nasabah Bank Di Surabaya. Skripsi. Surabaya: Program Sarjana Jurusan Ekonomi STIE Perbanas Surabaya
- Fifip, Chopipah. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* KlikBCA Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi. Jakarta: Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hadi, Sutrisno. 2004. Metodologi Research. Yogyakarta: Andi Offset
- Herawati, Jajuk dan Prayekti. 2011. Pengaruh Dimensi *Internet Banking Service Quality* Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah: Penelitian Empiris Terhadap Nasabah *Internet Banking* Di Kota Yogyakarta. Yogyakarta: AKMENIKA UPY Vol. 8: 1-19
- Kasmir. 2008. Manajemen Perbankan. Edisi Revisi 2008. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Malhotra. 2005. Riset Pemasaran. Edisi 4. Jakarta: Indeks
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Offset
- Supriyanti, Emmy dan Tony. 2008. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pelayanan *Internet Banking* (KlikBCA) Pada PT. BCA, Tbk Cabang Merdeka. Jurnal Ilmiah Ranggagading Vol. 8, No. 1. April 2008: 37-43
- Supriyantini, Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy* Terhadap *eSatisfaction*: Survei Pada Nasabah PT. Danareksa Sekuritas Cabang Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang: Jurnal Akuntansi Bisnis Vol. 5, No. 2. Oktober 2014: 1-9. Diambil dari: www.administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Sutadi. 2006. Kejahatan Perbankan Lewat *Internet*. Diambil dari: www.kompas.com/kompas-cetak/0107/08/ipitek/keja22.htm. (10 Maret 2006)
- Tampubolon. 2005. Surat Edaran: Penerapan Manajemen Resiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui *Internet (Internet Banking)*. Diambil dari: www.bi.go.id/biweb/utama/peraturan/se-6-18-04-apnp.pdf. (24 Agustus 2005)
- Umar, Husein. 2010. Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia
- Yulaifah, Atin. 2011. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah: Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah. Skripsi. Jakarta: Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Yusnaini. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta. ISSN: 2085-4277. Palembang: Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 2. Maret 2010: 1-9. Diambil dari: www.journal.unnes.ac.id/index.php/jda

Zeithaml, et al. 2002. *Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review Of Extant Knowledge*. *Academy of Marketing Science*

BIODATA PENULIS



Ariyanti, Lulus dari Program Diploma Tiga (DIII) Program Studi Manajemen Informatika AMIK BSI Jakarta. Melanjutkan ke Program Strata Satu (S1) Program Studi Sistem Informasi STMIK Nusa Mandiri

Jakarta. Dan bekerja pada Bank BCA cabang Kalimalang Jakarta Timur.



Nurmalasari, M.Kom. Lahir di Jakarta 3 Januari 1983. Sebagai Dosen Tetap di AMIK BSI Jakarta dan STMIK Nusa Mandiri Jakarta. Tahun 2005 Lulus Program Diploma Tiga (DIII) dari AMIK BSI Jakarta Program Studi Manajemen

Informatika. Tahun 2007 Lulus S1 dari STMIK Nusa Mandiri Jakarta Jurusan Sistem Informasi. Tahun 2013 Lulus S2 dari Pasca Sarjana Magister Ilmu Komputer STMIK Nusa Mandiri Jakarta Konsentrasi *Management Information System*. Jabatan Fungsional Dosen sebagai Asisten Ahli dari tahun 2014 Homebase AMIK BSI Jakarta Program Studi Manajemen Informatika. Penelitian terakhir di publikasi pada Jurnal Pilar STMIK Nusa Mandiri Jakarta Volume IX No.2 September 2013 dengan judul "Pengukuran Tingkat Kematangan Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Maturity Level Domain PO dan AI Framework Cobit 4.1".