

**PENGARUH *INTERNET BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada : Nasabah Bank Central Asia Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh
Ujian Sarjana Pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

Disusun oleh

**DONY SETIAWAN
0210320039**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI**

2006

ABSTRAKSI

PENGARUH *INTERNET BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada Nasabah Bank Central Asia Malang)

Internet Banking merupakan salah satu bentuk inovasi yang diperkenalkan dunia perbankan sebagai alat untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang akan menimbulkan kepuasan dalam diri nasabah. Inovasi yang ditawarkan dalam *Internet Banking* sangat bermanfaat pada saat ini dimana nasabah bank menginginkan kenyamanan keamanan, kemudahan, keandalan, fleksibilitas, dan biaya yang murah dalam bertransaksi sesuai dengan perkembangan perilaku masyarakat modern yang memiliki mobilitas tinggi dalam kehidupannya. Oleh karena itu nasabah seringkali membutuhkan keamanan, kemudahan, keandalan, fleksibilitas, dan biaya yang murah dalam bertransaksi.

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Malang. Pemilihan lokasi ini dikarenakan BCA telah menerapkan fasilitas *Internet Banking* pada nasabahnya. Dengan penerapan fasilitas *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA tersebut maka peneliti melakukan penelitian untuk mengamati seberapa besar pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan faktor *Internet Banking* (X) yang terdiri dari Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), *Convenience* / Kesenangan (X2), *Security* / Keamanan (X3) sebagai variabel bebas dan Kepuasan Nasabah sebagai variabel terikat. Sampel yang digunakan berjumlah 75 orang dengan menggunakan *Accidental Sampling* sebagai tehnik pengambilan sampel.

Penelitian ini dapat diketahui bahwa Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2), dan Variabel *Security* / Keamanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y). Dan dari hasil penelitian ini juga dapat diketahui bahwa Variabel *Security* / Keamanan (X3) mempunyai t hitung paling besar, sehingga variabel *Security* / Keamanan (X3) yang meliputi Sistem yang mampu melindungi transaksi, ketepatan informasi, jaminan keuangan dan data yang terintegrasi berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT atas pertolonganNya sehingga penelitian Skripsi dengan judul “ Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah, Studi Pada Pelanggan / Nasabah Bank Central Asia Malang” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penelitian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

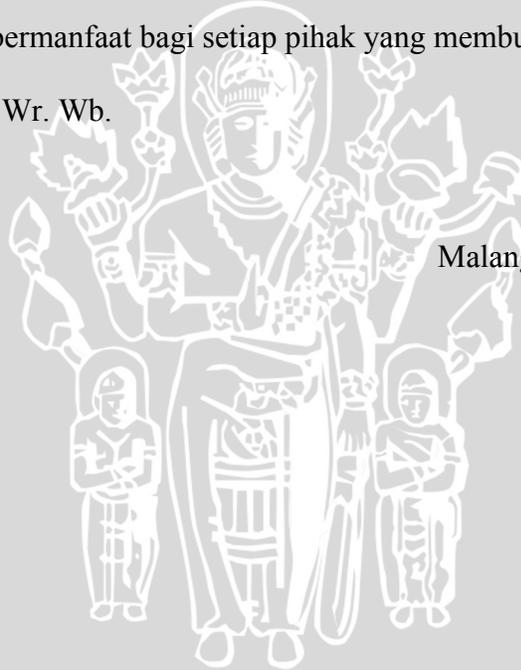
1. Bapak DR Suhadak, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Prof Dr. Bambang Swasto S, ME selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Drs. Kertahadi, M.Com selaku Dosen Pembimbing I, peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dan kesabaran yang bapak berikan selama proses penelitian dan penyusunan Skripsi ini.
4. Bapak Drs. Riyadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing II. Peneliti mengucapkan terima kasih atas diberikannya waktu, saran dan kritik yang dapat menyempurnakan penelitian Skripsi ini.

5. Bapak Rony, Selaku Kabag Sis & Log. Peneliti mengucapkan terima kasih atas ijin dan bantuan yang diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Nasabah Bank Central Asia pengguna *Internet Banking* yang telah bersedia membantu dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti.

Dari semuanya, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membawa perbaikan pada skripsi ini. Serta menjadi harapan dan tujuan peneliti bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Malang 10 Desember 2006

Peneliti

DAFTAR ISI

ABTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kontribusi Penelitian.....	4
E. Sistematika Pembahasan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Internet	7
B. Bank	14
C. <i>Internet Banking</i>	17
D. Kepuasan Nasabah	21
E. Hubungan Antara <i>Internet Banking</i> dengan Kepuasan Nasabah	29
F. Hipotesis	30



BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian.....	32
	B. Konsep, Variabel Dan Pengukuran.....	33
	C. Populasi Dan Sampel.....	39
	D. Pengumpulan Data.....	41
	E. Uji Validitas	43
	F. Uji Reliabilitas.....	44
	G. Tehnik Analisis Data.....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
	B. Gambaran Umum Responden	59
	C. Distribusi Item	63
	D. Analisis Dan Interpretasi Data	77
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	84
	B. Saran	86
	DAFTAR PUSTAKA	87
	LAMPIRAN	89

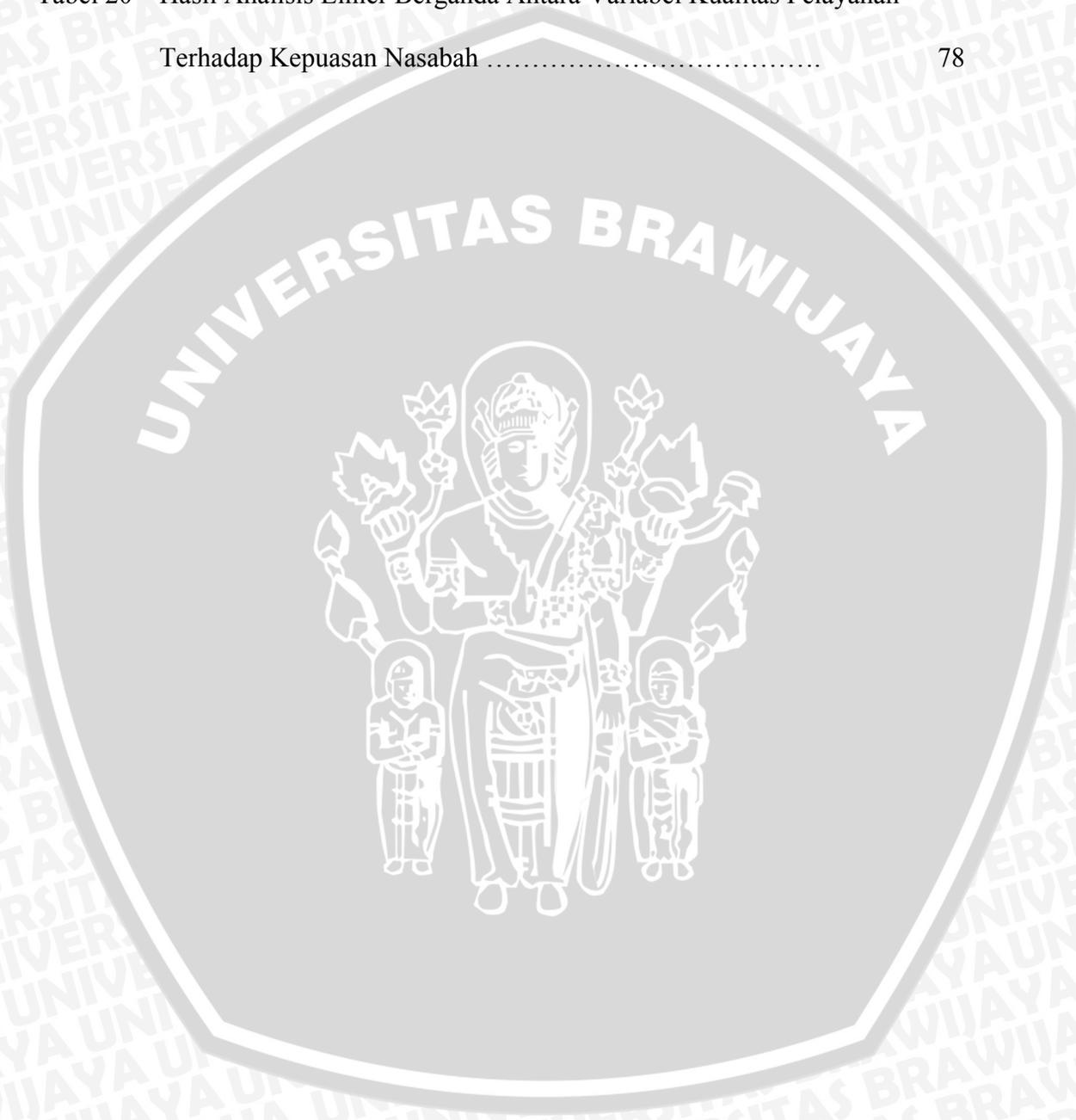


DAFTAR TABEL

Tabel 1	Konsep, Variabel, Indikator, Item	35
Tabel 2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel <i>Independence</i> / Kebebasan	45
Tabel 3	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel <i>Convenience</i> / Kesenangan	46
Tabel 4	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel <i>Security</i> / Keamanan	47
Tabel 5	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah	48
Tabel 6	Jenis dan Produk BCA.....	57
Tabel 7	Distribusi Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 8	Distribusi Reponden Berdasarkan Usia	60
Tabel 9	Distribusi Reponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	61
Tabel 10	Distribusi Reponden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 11	Distribusi Reponden Berdasarkan Sumber Informasi	63
Tabel 12	Distribusi Item X1.1 – X1.6	64
Tabel 13	Distribusi Item X2.1 – X2.4	68
Tabel 14	Distribusi Item X3.1 – X3.5	71



Tabel 19	Distribusi Item Y.1 – Y.6	74
Tabel 20	Hasil Analisis Linier Berganda Antara Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Technology Acceptance Model.....	19
Gambar 2	Konsep Kepuasan Pelanggan (Nasabah).....	23
Gambar 3	Model Konseptual Harapan Pelanggan	25
Gambar 4	Penyebab Tidak Terpenuhinya Harapan	28
Gambar 5	Model Konsep	30
Gambar 6	Model Hipotesis	31
Gambar 7	Struktur Organisasi	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Instrumen Penelitian	89
Lampiran 2	Karakteristik Responden	93
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	95
Lampiran 4	Uji Validitas	101
Lampiran 5	Uji Reliabilitas	104
Lampiran 6	Analisis Regresi Linier Berganda	106
Lampiran 7	Matriks Data	109



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi membawa manusia pada era keterbukaan informasi dan telekomunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan manfaat dalam segala aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi ini membawa manusia pada peradaban yang lebih maju dan memberikan kemudahan dalam membantu aktifitas kehidupannya.

Internet merupakan teknologi utama yang sedang dan terus dikembangkan dibidang teknologi informasi, yang juga merupakan pengaplikasian dari teknologi jaringan komputer. Internet adalah alat komunikasi yang memungkinkan terjadinya arus pertukaran dengan cepat, mudah dan murah. Internet menyediakan informasi yang dibutuhkan dan memberikan kemudahan pelayanan. Kemudahan dalam pemberian pelayanan ini yang kemudian dimanfaatkan pelaku bisnis dalam membantu memenuhi kebutuhan akan pemenuhan kepuasan pelanggan.

Dalam dunia usaha, khususnya dunia perbankan juga dikenal suatu sarana komunikasi yang dinamakan *Internet Banking*. *Internet Banking* merupakan salah satu bentuk inovasi yang diperkenalkan dunia perbankan sebagai alat untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang akan menimbulkan kepuasan dalam diri

nasabah. *Internet Banking* memberikan berbagai jenis pelayanan yang digunakan untuk memenuhi tingkat kepuasan nasabah.

Kemudahan yang ditawarkan *Internet Banking* sangat bermanfaat pada saat ini dimana nasabah bank menginginkan kenyamanan dalam bertransaksi sesuai dengan perkembangan perilaku masyarakat modern yang memiliki mobilitas tinggi dalam kehidupannya. Oleh karena itu nasabah seringkali membutuhkan keamanan, kemudahan, keandalan, fleksibilitas, dan biaya yang murah dalam bertransaksi.

Dengan adanya *Internet Banking* maka nasabah tidak perlu datang ke Bank atau mesin ATM untuk melakukan transaksi. Transaksi transfer, kliring, informasi saldo, pembayaran telepon atau listrik maupun produk lainnya yang ditawarkan bank dapat dilakukan dengan *Internet Banking*. Nasabah hanya perlu mengeluarkan biaya yang ringan untuk menggunakan internet. Pihak bank juga tidak membebankan biaya pada nasabah untuk login ke situs yang digunakan untuk bertransaksi. Bagi pihak bank adanya *Internet Banking* dapat digunakan untuk meminimalkan biaya operasional karena pihak bank tidak perlu membuka cabang baru maupun menambah jumlah mesin ATM. Dengan demikian *Internet Banking* akan memberikan manfaat bagi bank dan nasabahnya, karena dengan adanya *Internet Banking* ini nasabah dapat menghemat waktu dan biaya yang dapat menumbuhkan kepuasan dalam diri nasabah tersebut.

Dengan melihat fenomena yang ada dalam latar belakang tersebut maka penelitian ini mengangkat judul “**Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah**”

B. Rumusan Masalah.

Teknologi merupakan salah satu aspek yang sangat berkaitan dengan keberhasilan suatu usaha di era modern, baik untuk pengembangan (*Research & Development*) maupun kegiatan perusahaan lainnya. Teknologi juga memiliki peranan penting bagi kualitas pelayanan perusahaan karena dengan Teknologi maka perusahaan akan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya.

Dalam dunia perbankan teknologi memiliki peranan yang sangat penting, karena nasabah menginginkan keakuratan dan kecepatan dalam bertransaksi, hal ini berkaitan erat dengan pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. *Internet Banking* merupakan salah satu solusi yang diberikan guna peningkatan pelayanan bank. Variabel-variabel *Internet Banking* memiliki pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Karena dalam *Internet Banking* terdapat hal-hal yang dibutuhkan oleh nasabah dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah tersebut.

Dari penjelasan tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a) “Apakah Variabel *Internet Banking* (X) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Nasabah (Y)?”
- b) “Variabel manakah dari *Internet Banking* yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. ”Untuk mengetahui pengaruh variabel *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah”
- b. “Untuk mengetahui variabel dari *Internet Banking* yang memiliki pengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah”.

D. Kontribusi Penelitian

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi oleh penelitian yang sama.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan atau pihak terkait.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan skripsi, maka gambaran secara singkat mengenai pembahasan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas pengertian internet, pengertian bank, pengertian *Internet Banking*, pengertian nasabah, pengertian kepuasan dan hubungan antara *Internet Banking* dengan kepuasan nasabah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mencangkup pembahasan mengenai metode yang digunakan yaitu jenis penelitian, fokus penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data dan tehnik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan proses pembahasan dari penelitian ini dengan menggambarkan :

- a) Penyajian data, yaitu tentang gambaran umum unit usaha, sejarah unit usaha, lokasi penelitian, struktur dan hasil produk jasa.

- b) Analisis data dan interpretasi, yaitu berisi uraian data yang menyajikan dan memaparkan hasil perlakuan data dalam tahapan analisis dengan metode-metode tertentu yang selanjutnya diinterpretasikan sesuai dengan konsepsi dan teori yang digunakan dalam pencapaian tujuan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan kebijaksanaan bagi kepentingan perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Internet

1. Pengertian Internet

Ada beberapa pendapat dari para ahli yang bisa dijadikan dasar dalam mendefinisikan apa yang dimaksud dengan internet itu. Seperti yang diungkapkan Raharjo (2005:59) internet adalah jaringan komputer antara Negara ataupun benua yang berbasis protocol Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP/IP).

Suryadi (1997:21) menyatakan bahwa “internet adalah jaringan dari jaringan komputer di dunia dari berbagai macam sistem yang terkoneksi satu sama lain dan dapat melewati informasi dari satu jaringan ke jaringan lain yang menggunakan protocol jaringan standar, sehingga jaringan-jaringan yang ada didunia ini dapat berkomunikasi dengan baik”.

Sedangkan, Sidharta (1996:xiii) mengemukakan bahwa “internet bukan hanya sekedar jaringan, melainkan suatu sumber daya informasi yang berorientasi pada manusia”. Jadi seseorang tidak hanya menjadi pemakai atau penerima informasi, tetapi mereka dapat berperan sebagai penyedia dan pemberi informasi. Oleh karena itu maka internet dapat terjadi karena adanya interaksi dari orang atau kelompok yang saling memberikan sesuatu yang berguna sebagai informasi dalam internet.

Dengan demikian maka internet dapat didefinisikan sebagai Jaringan yang menghubungkan komputer-komputer diseluruh dunia berbasis TCP/IP yang pgunanya tidak terbatas pada seseorang, satu perusahaan atau satu lembaga saja.

2. Sumber Daya Internet.

Sumber daya yang ada didalam internet menurut Hahn (1994;21) :

a. *Electronic Mail.*

As and internet user, you can send and receive messages from anyone else on the internet. Moreover, you can do the same for other mail systems such as compu serve on MCI Mail that have connections with the internet.

Dengan *electronic mail* pemakai internet dapat mengirim ataupun menerima pesan, program komputer, majalah elektronik, gambar dan lain sebagainya dari pemakai internet lainnya.

b. *Remote Login.*

As we described in the pervious section, you can telnet to a remote computer anywhere on the internet. Once you have established a connection, you can log in (as long as you have a valid account on that computer).

Jadi *remote login* memungkinkan kita untuk dapat memasuki semua komputer yang tersambung dengan internet sepanjang kita memiliki nama dan password yang benar.

c. *Finger Service.*

Most internet computers offer a facility that allows you to ask for information about a particular user. This service is known by the descriptive name of finger. Depending on how the finger service has been set up on the computer you contact, you may be able to find out other information about the person :

phone number, office address, and so on. In handy when you need to check if some one has received an important message.

Memungkinkan kita untuk mencari informasi secara lengkap tentang user ataupun perusahaan berdasarkan urutan abjad.

d. *Usenet.*

In one of the main reasons people use the internet. Usenet itself is not an actual network. It is a system of discussion groups in which individual articles are distributed throughout the world.

Merupakan sistem dari kelompok diskusi dimana artikel-artikel didistribusikan ke seluruh dunia

e. *Anonymous FTP.*

Anonymous FTP is a system in which an organization makes certain files available to the general public. Anonymous FTP is one of the most important internet services. Virtually every possible type of data is stored somewhere, on some computer, and it is all available to you for free.

Sistem yang dimiliki oleh internet yang memungkinkan pengguna dapat mentransfer file dari komputer satu ke komputer lainnya dengan gratis.

Disamping itu pengguna juga dapat menggunakannya untuk memperoleh majalah elektronik, artikel dari kelompok diskusi, dokumen teknik dan lain sebagainya.

f. *Archie Servers.*

The role of the archie servers is to make the whole system manageable by helping you find you need. You can use an archie server to tell you what anonymous FTP sites store that file.

Pengaturan yang terorganisir yang dapat membantu kita menemukan apa yang kita inginkan. Kita dapat menggunakan *archie server* untuk menemukan server anonymous FTP yang menyimpan file yang kita cari.

g. *Talk Facility.*

The talk facility establishes a connection between your computer and someone else's. Internet talk facility is that it makes it possible to hold a conversation with someone no matter how far away they are.

Memungkinkan kita untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain yang tidak terbatas pada area.

h. *Internet Relay Chat.*

Internet Relay Chat (IRC) is like talk facility for more than one person at the same time. As you might imagine, IRC is used heavily and offers a lot more than simple conversation.

Fasilitas ini hampir sama dengan talk facility. Akan tetapi dengan menggunakan IRC kita dapat berdiskusi atau melakukan conference call dengan beberapa pengguna komputer secara bersamaan.

i. *Gopher.*

Gopher provide a series of menus from which you can access virtually any type of textural information, including that provided by other internet resources. There are many gopher systems around the internet, each one administered locally. Each gopher contains whatever information the local gopher people have decided to share.

Gopher menyediakan satu rangkaian menu yang dapat digunakan untuk mencari jenis tekstural informasi, termasuk yang disajikan oleh sumber daya internet lain.

j. *Veronica and Jughead.*

Veronica is a tool that keeps track of many Gopher menus from around the world. You can use veronica to perform a search and look for all the menu items that contain certain keywords. Jughead does the same thing for a specific of gopher menus.

Veronica merupakan alat untuk menyimpan daftar dari berbagai menu gopher yang ada di seluruh dunia. *Jughead* mengelompokkan menu gopher secara spesifik. Jadi dengan *veronica* atau *jughead* kita dapat mencari data apa yang kita inginkan meskipun kita tidak mengetahui dari mana data itu berasal.

k. *Wais Servers.*

Wais server provide another method of finding information that is spread around the internet. wais is able to access any of a large number of databases.

Memungkinkan untuk mengakses berbagai data base. Output dari *wais* berupa daftar artikel. Dari daftar ini kita dapat meminta *wais* untuk menampilkan artikel tersebut seperti yang kita harapkan.

l. *World Wide Web.*

Is a hypertext based tool that allows you to retrieve and display data based on keyword search. What makes the Web is powerfull is the idea of hypertext : data that contains links to other data.

Merupakan hypertext yang memungkinkan pengguna dapat mencari dan menampilkan data hanya dengan berdasarkan kata kunci.

m. *White Pages Directories.*

What do you do when you want to contact someone, but you don't know his or her address. You use one of the white pages directories. The name, of course, reminds us of the standart telephone book.

Berisi alamat mail user, jadi kita dapat melakukan percakapan ataupun berhubungan dengan user tersebut.

n. *Electronic Magazines.*

The internet is host to variety of magazines that are published electronically. That is, the articles are stored as text files that are accessible to one and all.

Internet adalah host untuk majalah-majalah elektronik yang dipublikasikan secara elektronik. Artikel ini disimpan dalam bentuk file dan dapat diakses oleh pengguna internet.

o. *Mailing List.*

A mailing list is an organized system in which a group of people are sent messages pertaining to a particular topic. The messages can be articles, comments, or whatever is appropriate to the topic.

Merupakan sistem pengorganisir yang mengorganisir tema atau topic yang telah dikirim oleh pengirim artikel atau surat.

p. *Internet Bulletin Board System.*

Is a repository for messages and file, often devoted to a particular topic.

Laporan dari pesan-pesan dan file, yang memunculkan topic terbanyak yang sedang dibicarakan.

q. *Games.*

They are many computer games you can download via anonymous FTP and run on your own computer. You can play the games with other people from around the internet.

Memungkinkan pengguna internet dapat bermain game bersama dengan pengguna internet lainnya. Di dalam internet juga tersedia banyak game yang dapat didownload melalui Anonymous FTP dan menjalankannya didalam komputer pengguna sendiri.

r. *Multiple User Dimension.*

A MUD is a computer program that provides a virtual reality.

Merupakan program komputer yang membangun virtual reality. Kita dapat berpartisipasi dengan MUD. Kita dapat berinteraksi dengan pengguna lain dalam aturan yang mereka buat sendiri.

B. Bank

1. Pengertian Bank.

Menurut Kasmir (2004:8) secara sederhana Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.

Menurut Undang-Undang No.10 tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Jadi dapat didefinisikan bahwa Bank merupakan jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa yang digunakan untuk menghimpun dana dan sekaligus menyalurkannya pada masyarakat guna meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

2. Fungsi Bank.

Mengenai fungsi bank, Kasmir (2004:9) menyatakan bahwa fungsi bank, yaitu :

- a. Menghimpun dana (*funding*).
Kegiatan ini merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan sering disebut dengan nama rekening (*account*). Jenis simpanan yang ada antara lain, simpanan giro (*demand deposit*), simpanan tabungan (*saving deposit*), dan simpanan deposito (*time deposit*).
- b. Menyalurkan dana (*lending*).

Kegiatan ini merupakan kegiatan menjual dana ke masyarakat dengan cara memberikan pinjaman yang dikenal dengan nama kredit. Kredit yang diberikan terdiri dari kredit investasi, kredit modal kerja, kredit perdagangan, kredit produktif, kredit konsumtif, kredit profesi. Tingkat suku bunga yang ditawarkan tergantung dari kemampuan bank yang menyalurkan.

c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*).

Jasa-jasa lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Kegiatan ini sangat banyak memberikan keuntungan bagi bank dan nasabah. Jasa-jasa bank yang ditawarkan berupa transfer, kliring, inkaso, safe deposit box, kartu kredit, bank notes, bank garansi, bank draft, letter of credit, cek wisata, menerima setoran, melayani pembayaran, dan bermain dalam pasar modal.

3. Jenis Bank.

Dalam prakteknya, bank dibagi dalam beberapa jenis. Menurut UU Pokok Perbankan nomor 7 tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan UU RI Nomor 10 tahun 1998, dan juga menurut Kasmir (2004;18) jenis perbankan antara lain berdasarkan :

a. *Segi Fungsinya.*

- Bank Umum.

Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

- Bank Perkreditan Rakyat.

Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya BPR tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b. *Segi Kepemilikannya.*

- Bank milik pemerintah.

Merupakan bank yang akte pendirian maupun modal bank ini sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia.

- Bank milik swasta nasional.

Merupakan bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional. Akte pendiriannya dimiliki oleh swasta.

- Bank milik koperasi.

Merupakan bank yang kepemilikan saham-sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

- Bank milik asing.

Merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik bank swasta asing atau pemerintah asing.

- Bank milik campuran.

Merupakan bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warganegara Indonesia.

c. *Segi Status.*

- Bank devisa.

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, travelers cheque, pembukaan dan pembayaran Letter of Credit dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank ini ditentukan oleh pemerintah.

- Bank non devisa.

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa. Transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas Negara.

d. *Segi Cara Menentukan Harga.*

- Bank yang berdasarkan prinsip konvensional (Barat).

Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga pada nasabahnya, bank menggunakan dua metode yaitu :

1). (*Spread Based*). Menetapkan bunga sebagai harga, untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito. Dan juga produk pinjaman yang ditentukan dengan tingkat suku bunga.

2). (*Fee Based*). Penerapan berbagai biaya dalam nominal atau prosentase tertentu untuk produk jasa-jasa bank lainnya.

- Bank yang berdasarkan prinsip Syariah (Islam).

Merupakan aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara pihak bank dengan pihak lainnya. Ditentukan sebagai berikut :

1). Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*).

2). Pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal (*Musyarakah*).

3). Prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (*Murabahah*).

4). Pembiayaan barang modal dengan sewa murni tanpa pilihan (*Ijarah*).

5). Pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*Ijarah wa iqtina*).

C. Internet Banking.

1. Pengertian Internet Banking.

Pengertian *Internet Banking* menurut Furst dalam Riswandi (2005:20) adalah sebagai berikut:

Internet Banking is the use of the internet as remote delivery channel for banking services, including traditional services, such as opening a deposit, as well as new banking services, such as electronic bill presentment and payment, wich allow customers to receive and pay bill over bank's website.

Riswandi (2005:21) mendefinisikan secara sederhana bahwa "*Internet Banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru".

Jadi dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa *Internet Banking* merupakan sarana pelayanan nasabah yang diberikan oleh bank yang bersangkutan untuk mempermudah transaksi perbankan baik yang bersifat konvensional seperti membuka rekening atau transfer ke rekening lain maupun transaksi perbankan yang relative baru seperti pembayaran tagihan kartu kredit dan lain sebagainya.

2. Tipe Layanan Internet Banking.

Sejalan dengan keberadaan layanan jasa perbankan dengan media elektronik, maka dapat dijelaskan tipe-tipe layanan jasa perbankan melalui media web yang dikutip dari Comptroller's Corporate Manual dalam Riswandi (2005:35) yaitu:

- a. Informational Web.
Dalam tipe ini layanan jasa perbankan sudah melalui web, tetapi hanya menampilkan informasi saja.
- b. Transactional Web.

Transactional web memperbolehkan nasabah untuk melakukan pembelian barang dan jasa serta transaksi perbankan secara online.

c. Wireless

Teknologi ini mengizinkan bank untuk menawarkan kepada nasabah secara tradisional mengenai produk dan jasa baru dengan cara pengembangan channel yang lain.

d. PC Banking

Tipe seperti ini memperbolehkan beberapa interaksi antara sistem bank dan nasabah.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan *Internet Banking*.

Beberapa peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *Internet Banking*. Awamleh R (2002) dari universitas Wollongong Dubai mengidentifikasi faktor-faktor yang mendasari nasabah untuk menggunakan fasilitas *Internet Banking*. Dalam penelitian tersebut Awamleh mengemukakan adanya tiga faktor yang menyebabkan nasabah menggunakan *Internet Banking* yaitu:

a. *Independence* (Kebebasan).

Nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berbubungan langsung dengan karyawan bank. Hal ini sangat bermanfaat untuk mengurangi kekeliruan yang disebabkan oleh perbedaan bahasa ketika bepergian.

b. *Convenience* (Kesenangan).

Internet Banking dapat diakses dimana saja dan kapan saja, *Internet Banking* juga dapat menghemat waktu dan biaya karena nasabah tidak perlu datang ke

bank dalam melakukan transaksi yang dibutuhkan. Jadi *Internet Banking* merupakan alat yang menyenangkan.

c. *Security* (Keamanan).

Penyedia *Internet Banking* menjamin keamanan dalam bertransaksi karena memiliki resiko yang lebih kecil daripada datang langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi.

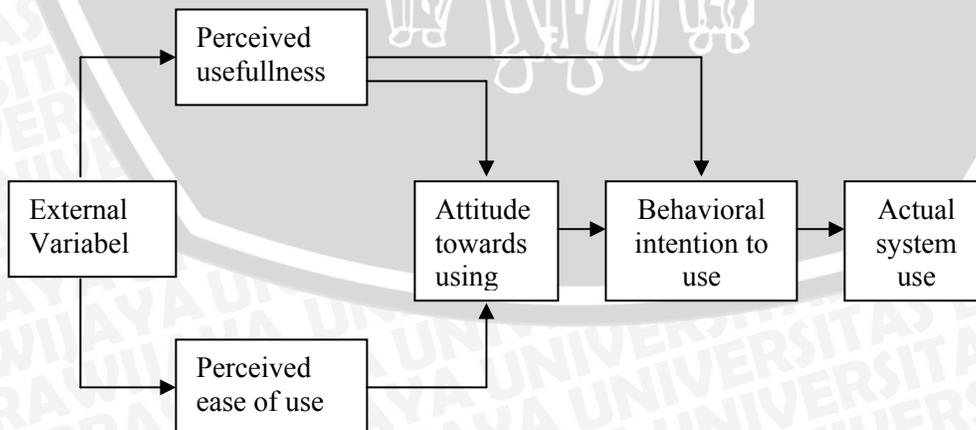
Penelitian yang dilakukan oleh Awamleh bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *Internet Banking* ditinjau dari sudut Tehnology Acceptance Model (TAM).

4. TAM (Tehnology Acceptance Model)

Penggunaan *Internet Banking* tidak terlepas dari persepsi mengenai manfaat dan kemudahan terhadap penerimaan Teknologi oleh karena itu *Internet Banking* harus dapat ditinjau melalui sudut Teknologi Penerimaan Model (TAM).

Gambar 1

Technology Acceptance Model



Sumber : Jurnal technology_acceptance_model

Keterangan:

- a. Perceived usefulness will exhibit a signifikan positive direct relationship with behavioral intention to use.
- b. The effects of perceive ease of use on behavioral intention will be signifikan and positive but mediated by perceive usefulness.
- c. Perceive ease of use will exhibit a smaller but signifikan positive direct relationship with behavioral intention to use when perceive usefulness is controlled for.
- d. Behavioral intention to use the system will exhibit a signifikan positive relationship with system usage.
- e. Perceive usefulness and perceive ease of use will have a signifikan combined positive relationship with behavioral intention to use the target knowledge management information technologi.
- f. Perceive usefulness and perceive ease of use will have a signifikan combined positive relationship with usage of the target knowledge management information technologi.

Berdasarkan model pada gambar 1 dapat dijelaskan bahwa penggunaan sistem (*actual system use*) dapat terjadi dikarenakan faktor eksternal (*external variabel*) mempengaruhi persepsi individu tentang manfaat sistem (*perceived usefulness*) dan juga persepsi individu mengenai kemudahan teknologi tersebut (*perceived ease of use*) kemudian persepsi mengenai kemudahan dalam penggunaan teknologi tersebut dapat mempengaruhi sikap individu terhadap sistem tersebut yang kemudian berdampak pada timbulnya perhatian dan niat untuk menggunakan sistem tersebut. Penggunaan sistem juga dapat terjadi dikarenakan pengaruh faktor eksternal terhadap manfaat sistem yang kemudian mempengaruhi minat dan niat individu untuk menggunakan sistem tersebut.

Jadi *Internet Banking* dapat diterima oleh nasabah karena memiliki unsur-unsur yang terdapat dalam *technology acceptance model* (TAM) yakni

- a. Penggunaan *Internet Banking* memberikan manfaat bagi nasabah karena *Internet Banking* dapat memenuhi kebutuhan nasabah terhadap layanan yang diberikan bank.
- b. Penggunaan *Internet Banking* memberikan kemudahan bagi nasabahnya karena *Internet Banking* mudah digunakan tanpa terhambat oleh waktu, biaya dan tempat serta perbedaan kultur atau budaya.

D. Kepuasan Nasabah.

1. Pengertian Nasabah.

Menurut Saladin (1994:7), nasabah dapat diartikan sebagai pelanggan-pelanggan penyedia dana dan pemakai dana.

Menurut UU Pokok Perbankan nomor 10 tahun 1998 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Jenis Nasabah dibagi menjadi dua yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur.

2. Pengertian Kepuasan

Kotler dalam Tjiptono (2004:147) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding harapannya. Sedangkan menurut Engel at al,1990 dalam

Tjiptono (2004:146) Kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan Day dalam Tjiptono (2004:146) mengartikan kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari keterangan diatas maka dapat ditarik suatu pengertian bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang baik senang ataupun kecewa sebagai respon terhadap evaluasi purna beli mengenai ketidaksesuaian antara kinerja atau hasil dan antara harapan sebelumnya dengan yang didapatkan.

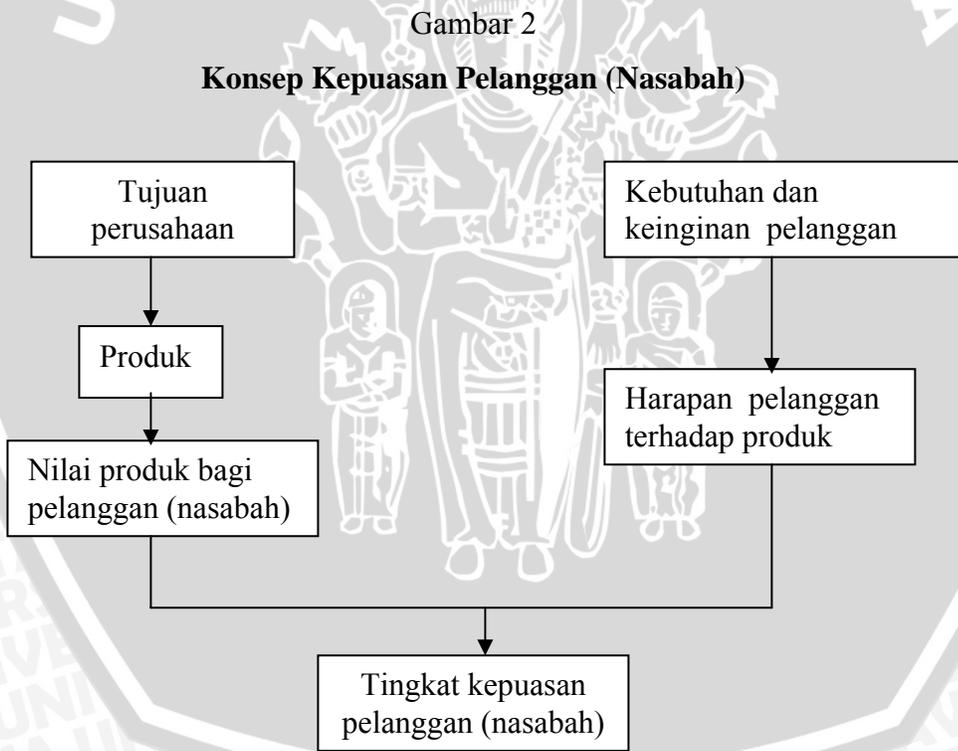
3. Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan kedua pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seorang penyedia atau pemakai dana bank baik senang ataupun kecewa sebagai respon terhadap evaluasi purna beli mengenai ketidaksesuaian antara kinerja atau hasil dan antara harapan sebelumnya dengan yang didapatkan.

Kepuasan nasabah menjadi faktor yang menentukan keberhasilan bank dalam menjalankan usahanya. Bagi bank yang berorientasi jangka panjang, kepuasan nasabah harus dijadikan salah satu tujuan dari strategi perusahaan. Hal ini

dikarenakan persepsi nasabah menentukan apakah nasabah tersebut akan tetap menggunakan produk atau jasa bank atau beralih pada bank lain dan secara tidak langsung meragukan kredibilitas bank sebelumnya, sehingga hal ini akan menimbulkan citra yang tidak baik dalam masyarakat sehingga dapat pula dikatakan bahwa kepuasan nasabah juga berdampak pada kelangsungan hidup bank itu sendiri.

Pada gambar berikut akan dijelaskan secara konseptual tentang kepuasan nasabah.



Sumber: Tjiptono (2004:147)

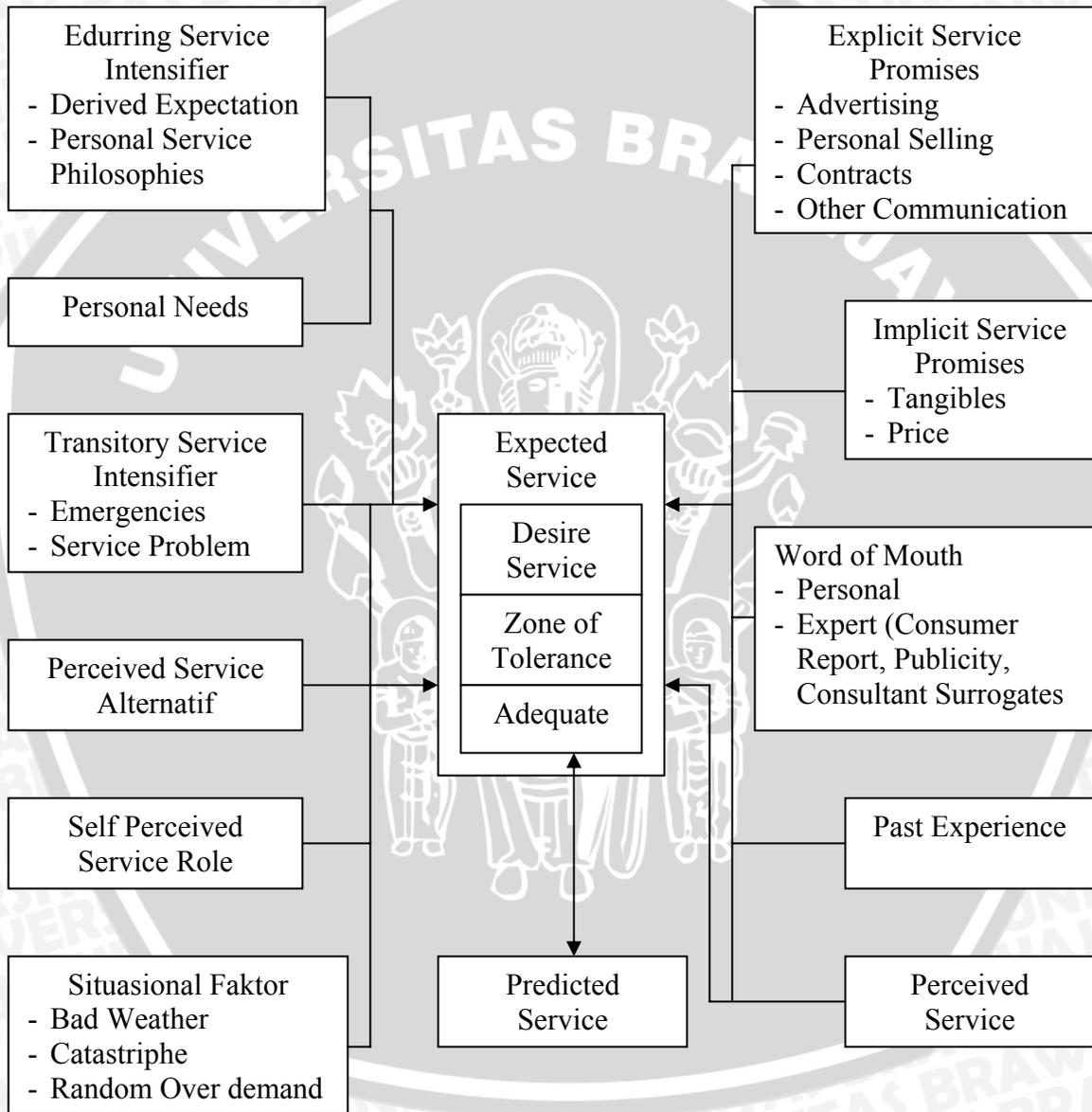
Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tujuan perusahaan adalah menghasilkan produk yang memiliki nilai bagi nasabah. Sedangkan kebutuhan dan keinginan nasabah akan menimbulkan harapan nasabah terhadap produk (layanan yang diberikan), dan perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan nasabah tersebut dengan cara membuat produk yang dapat memenuhi harapan nasabah tersebut sehingga dapat menimbulkan kepuasan nasabah.

4. Harapan Pelanggan (Nasabah).

Harapan nasabah dibentuk berdasarkan pengalaman yang telah didapatkan oleh nasabah sebelumnya, pengetahuan atau informasi yang didapatkan nasabah baik dari saran orang yang dipercaya maupun informasi yang didapatkan dari media lain. Harapan juga dapat terbentuk dari janji-janji perusahaan ataupun janji yang dikemukakan perusahaan pesaing. Penyedia jasa harus dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi harapan nasabah sehingga bank dapat menekan kesalahan-kesalahan yang dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabahnya. Dengan menganalisis harapan nasabah juga dapat membantu bank dalam mengambil inisiatif agar dapat memahami instruksi dari nasabahnya.

Gambar 3

**Model Konseptual Harapan Pelanggan (Nasabah)
Terhadap Jasa**



Sumber: Zeitham et.al dalam Tjiptono (2004:65)

Keterangan :

a. *Enduring Service Intensifiers*

Enduring service intensifiers merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong nasabah untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap layanan. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai jasa.

b. *Personal Need*

Kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang mendasar bagi kesejahteraan juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, social dan psikologis.

c. *Transitory Service Intensifiers*

Faktor ini merupakan faktor individual yang sifatnya sementara atau pendek.

1. Situasi darurat pada saat nasabah sangat membutuhkan pelayanan dan menginginkan agar penyedia layanan mampu memberikan bantuan yang dibutuhkan.
2. Pelayanan terakhir yang dikonsumsi nasabah dapat juga menjadi acuan bagi nasabah tersebut untuk menentukan baik buruknya jasa berikutnya.

d. *Perceived Service Alternatif*

Faktor ini merupakan persepsi nasabah terhadap tingkat atau derajat pelayanan bank lain yang sejenis. Apabila nasabah memiliki beberapa alternatif pilihan dari bank pesaing maka harapannya untuk mendapatkan layanan yang terbaik akan semakin besar.

e. *Self Perceived Service Role*

Faktor ini adalah persepsi nasabah mengenai tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Apabila nasabah terlibat dalam proses penyampaian layanan maka apabila dalam penyampaian layanan, terdapat kesalahan atau ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima maka nasabah tidak dapat menyalahkan penyedia layanan tersebut karena nasabah itu juga terlibat di dalamnya. Jadi persepsi tentang derajat keterlibatannya ini akan mempengaruhi tingkat layanan yang diterimanya.

f. *Situasional Faktor*

Faktor ini terdiri atas segala kemungkinan yang dapat memberi pengaruh terhadap kinerja layanan, faktor situasional ini merupakan faktor yang berada di luar kendali penyedia layanan.

g. *Explicit Service Promises*

Faktor ini merupakan pernyataan oleh organisasi atau perusahaan perihal layanannya kepada nasabah. Pernyataan ini bisa berupa personal selling, perjanjian, iklan atau komunikasi dengan karyawan bank.

h. *Implisit Service Promises*

Faktor ini merupakan faktor yang menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan layanan, petunjuk yang diberikan ini dapat memberikan kesimpulan bagi bank mengenai layanan yang seharusnya dan yang akan diberikan atau ditawarkan oleh bank. Petunjuk ini meliputi biaya dan alat-alat pendukung layanannya. Nasabah seringkali menarik keterkaitan antara biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang didapatkannya.

i. *Word Of Mouth*

Word of mouth merupakan pernyataan yang disampaikan orang lain selain pihak bank kepada nasabah. Hal ini biasanya lebih cepat diterima oleh nasabah dikarenakan pihak yang menyampaikan informasi mengenai jasa ini adalah pihak yang dapat dipercaya oleh nasabah tersebut. Selain itu *Word of Mouth* merupakan sarana promosi bagi bank yang terkait karena saran dan rekomendasi ini lebih dapat masuk ke dalam pikiran nasabah, karena nasabah biasanya sulit mengidentifikasi layanan yang belum dirasakan sendiri olehnya.

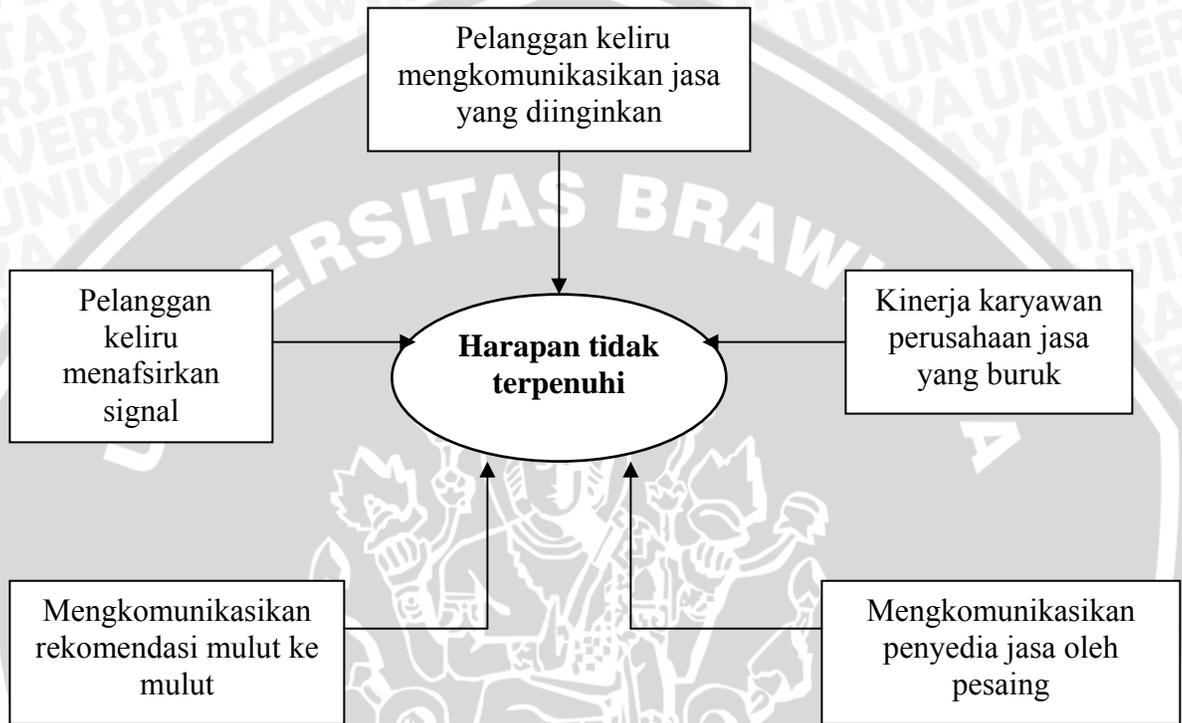
j. *Past Experience.*

Pengalaman dari masa lampau seringkali menjadi dasar keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan. Pengalaman ini antara lain meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui nasabah di masa lalu. Semakin banyak informasi yang pernah diperoleh maka semakin besar pengalaman nasabah tersebut.

Harapan nasabah dibentuk dari faktor-faktor yang telah diterangkan sebelumnya di atas. Namun terdapat pula beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan nasabah. Penyebab ini ada yang dapat dikendalikan oleh penyedia layanan dan ada juga yang tidak dapat dikendalikan oleh penyedia layanan, untuk itu penyedia layanan harus dapat meminimalisir penyebab-penyebab tersebut. Penyebab tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4

Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan (Nasabah)



Sumber: Mudie dan Cottam dalam Tjiptono (2004:151)

Gambar ini menunjukkan bahwa tidak terpenuhinya harapan nasabah dikarenakan berbagai faktor, baik dari dalam maupun luar perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menganalisa respon nasabah terhadap layanan atau jasa.

E. Hubungan Antara *Internet Banking* dengan Kepuasan Nasabah.

Nasabah kini dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan layanan dari dunia perbankan yang menawarkan berbagai fasilitas untuk mempermudah dalam bertransaksi. Dengan banyaknya pilihan tersebut nasabah menjadi semakin kritis dalam memilih bank.

Kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat dengan variabel *Internet Banking*, *Internet Banking* merupakan salah satu bentuk dari pelayanan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. *Internet Banking* juga dapat mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang lebih kuat dengan pihak bank, dimana dalam hubungan tersebut memungkinkan pihak bank untuk dapat memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh nasabah.

Kotler (2000:48) berpendapat bahwa semakin tingginya tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan. Tjiptono (2004:78) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan berbagai manfaat.

Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah sangat penting bagi bank yang ingin memenangkan persaingan. Pelayanan yang bermutu, mutlak diperlukan untuk dapat memenuhi harapan nasabah, karena semakin baik

pelayanan yang diberikan bank maka nasabah juga akan memberikan loyalitas pada bank itu sendiri.

F. Hipotesis

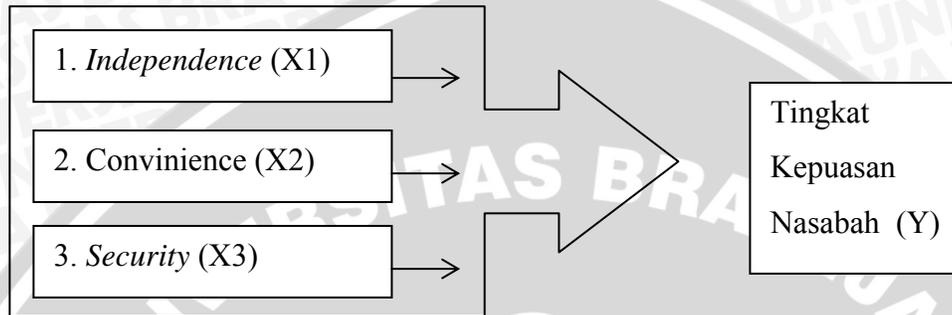
Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (1989:43) mengatakan bahwa hipotesis adalah kesimpulan sementara atau proposisi tentatif tentang hubungan dua variabel atau lebih. Sedangkan menurut Arikunto (2002:64) hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Jadi hipotesis merupakan jawaban atau kesimpulan sementara tentang hubungan dua variabel atau lebih atas permasalahan penelitian yang harus diuji secara empiris.

Gambar 5
Model Konsep



Gambar 6
Model Hipotesis



Hipotesis

- a) Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), *Convenience* / Kesenangan (X2), *Security* / Keamanan (X3) sebagai variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Nasabah (Y) sebagai variabel terikat.
- b) Variabel *Security* / Keamanan (X3) berpengaruh dominan terhadap tingkat Kepuasan Nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus benar-benar memahami perumusan masalah dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian. Pemahaman yang mendalam atas tujuan penelitian akan sangat membantu dalam melaksanakan penelitian dan penulisan hasilnya. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatory. Metode eksplanatory adalah : “suatu metode yang digunakan apabila suatu penelitian bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesa” (Singarimbun,1989:3). Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Survey merupakan penelitian sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. (Singarimbun,1989:8) Survey merupakan suatu upaya riset dimana periset mengumpulkan informasi secara sistematis dari suatu sampel orang-orang dengan bantuan alat kuesioner.

Dari gambaran diatas maka secara umum penelitian ini dapat diartikan sebagai suatu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau korelasi sebab akibat antara variabel yang satu dengan variabel yang lain.

B. Konsep, Variabel dan Pengukuran.

1. Pengertian Konsep Dan Variabel

Dalam menyampaikan informasi mengenai objek-objek dan peristiwa-peristiwa maka diperlukan suatu konsep. Seperti yang dikatakan Nazir (1999:148) “Konsep menggambarkan suatu fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat generalisasi terhadap sesuatu yang khas”. Konsep menurut Cooper dan Emory (1996:33) merupakan sejumlah pengertian atau ciri yang berkaitan dengan berbagai peristiwa, objek, kondisi, situasi dan sebagainya, konsep diciptakan dengan menggolong-golongkan dan mengelompokkan objek-objek yang mempunyai ciri-ciri yang sama. Sedangkan menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (1989:34) mengatakan bahwa “Konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dan sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu”.

Dari pendapat di atas dapat diketahui bahwa konsep merupakan sesuatu yang bersifat abstrak, yang tingkat interaksinya tidak selalu sama. Semakin suatu konsep mendekati kenyataan, semakin mudah konsep tersebut diukur.

Untuk dapat diteliti secara empiris suatu konsep harus diubah terlebih dahulu menjadi variabel, yaitu dengan memusatkan pada aspek tertentu dari variabel itu sendiri. Menurut Arikunto (2002:96) “Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian”. Adapun Hadi menyatakan

dalam Arikunto (2002:97) variabel adalah gejala yang bervariasi, sedangkan menurut Sugiyono (2005:31) variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel merupakan suatu objek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti tersebut dapat memperoleh informasi dan dapat menarik kesimpulan atas penelitiannya tersebut. Atau dapat juga diartikan bahwa variabel adalah suatu konsep yang ditemukan dalam suatu fenomena sosial yang mempunyai variasi nilai dan dapat diteliti secara empiris. Dari permasalahan dan teori yang telah dikemukakan, maka dapat diketahui adanya dua konsep, yaitu:

a) *Internet Banking*

Internet Banking didefinisikan sebagai suatu layanan yang dimiliki oleh usaha perbankan guna meningkatkan kepuasan nasabah. Variabelnya adalah *Independence / Kebebasan (X1)*, *Convenience / Kesenangan (X2)*, *Security / Keamanan (X3)*.

b) *Kepuasan Nasabah*

Kepuasan Nasabah ialah suatu tanggapan atau opini yang ada pada diri nasabah yang menunjukkan apa yang dirasakan nasabah atas layanan yang didapatkan dari *Internet Banking*. Berikut adalah tabel konsep, variabel, indikator dan item:

Tabel 1
Konsep, Variabel, Indikator, Item

KONSEP	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
<i>Internet Banking</i>	1. <i>Independence</i> / Kebebasan	Privacy. Kemudahan. Kecepatan. Pemenuhan kebutuhan.	1. Privasi terjaga 2. Kemudahan dalam penggunaan 3. Kemudahan dalam bertransaksi 4. Kemudahan berinteraksi dengan bank 5. Kecepatan dalam bertransaksi 6. Dapat digunakan untuk transaksi perbankan yang tersedia
	2. <i>Convenience</i> / Kesenangan	Fleksibilitas Waktu Biaya	7. Dapat digunakan dimana saja. 8. Dapat diakses kapan saja. 9. Hemat waktu 10. Biaya rendah
	3. <i>Security</i> / Keamanan	Keamanan Kehandalan Jaminan	11. Sistem yang melindungi nasabah 12. Ketepatan dalam perolehan informasi 13. Jaminan keuangan 14. Jaminan integritas data
Kepuasan Nasabah	Tingkat Kepuasan Nasabah	Tingkat kepuasan terhadap <i>Internet Banking</i>	15. Kepuasan terhadap prifasi, kemudahan, kecepatan, pemenuhan kebutuhan dari <i>Internet Banking</i> . 16. Kepuasan terhadap fleksibilitas, biaya, dan waktu. 17. Kepuasan terhadap keamanan, kehandalan, dan jaminan.

Penjelasan lebih lanjut dari variabel tersebut dikemukakan sebagai berikut :

a. *Independence* / Kebebasan.

Dimana nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berbubungan langsung dengan karyawan bank. Indikator yang dapat diturunkan dari variabel *Independence* meliputi :

1) Privacy.

Internet Banking mampu menjaga privacy nasabah.

2) Kemudahan

Internet Banking mudah digunakan.

3) Kecepatan.

Internet Banking meminimalkan waktu transaksi.

4) Pemenuhan Kebutuhan

Kebutuhan akan transaksi perbankan tersedia dalam *Internet Banking*.

b. *Convenience* / Kesenangan.

Dimana penggunaan *Internet Banking* menyenangkan karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

1) Fleksibilitas.

Pengguna *Internet Banking* tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan karena dapat digunakan dimana saja.

2) Biaya.

Internet Banking dapat menghemat biaya.

3) Waktu.

Internet Banking juga dapat menghemat waktu.

c. *Security* / Keamanan.

Penyedia *Internet Banking* menjamin keamanan dan keandalan dalam bertransaksi karena memiliki sistem yang baik.

1) Keamanan.

Penggunaan *Internet Banking* aman karena adanya sistem yang melindungi transaksi nasabah.

2) Keandalan.

Keandalan *Internet Banking* karena dapat mengolah data dan memberikan informasi dengan tepat.

3) Jaminan.

Internet Banking menjamin keuangan dan integritas data nasabah.

d. Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap *Internet Banking*.

Merupakan seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap variabel dari *Internet Banking*.

2. Pengukuran.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Yaitu dengan memberikan pilihan jawaban untuk satu pertanyaan, seperti yang dijelaskan Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (1989:111) “Salah satu cara yang paling penting digunakan dan menentukan skor adalah dengan menggunakan skala Likert. Cara pengukurannya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Jawaban ini diberi skor satu sampai lima”

Dalam penelitian ini tanggapan responden diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu dengan memberikan pilihan jawaban untuk satu pertanyaan. Skor tersebut akan bergeser antara satu sampai lima. Sistem skor yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jawaban SS diberi skor 5
2. Jawaban S diberi skor 4
3. Jawaban RR diberi skor 3
4. Jawaban TS diberi skor 2
5. Jawaban STS diberi skor 1

Kriteria penilaian

SS : sangat setuju dengan derajat asumsi penilaian sangat baik

- S : setuju dengan derajat asumsi penilaian baik
- RR : ragu-ragu dengan derajat asumsi penilaian cukup baik
- TS : tidak setuju dengan derajat asumsi penilaian kurang
- STS : sangat tidak setuju dengan derajat asumsi penilaian sangat kurang.

C. Populasi dan Sampel

1. Pengertian Populasi Dan Sampel

Arikunto (1998 :115) menyatakan bahwa Populasi adalah suatu keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (1989:152) mengatakan bahwa populasi atau univers adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti, (Arikunto,1998:117). Dengan meneliti sebagian populasi diharapkan hasil yang diperoleh akan dapat menggambarkan sifat populasi yang diwakili.

Sehubungan dengan penelitian ini populasi yang digunakan adalah keseluruhan nasabah Bank Central Asia Malang.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik aksidental (*Accidental Sampling*). (*Accidental Sampling*) adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan

peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2002: 77). Besar sample yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Machin (1987:89), yaitu sebagai berikut:

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right) + \frac{r}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up')^2} + 3$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right)$$

Keterangan:

n = ukuran sample

Z_{α} = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan alpha yang telah ditentukan

Z_{β} = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan beta yang telah ditentukan

r = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $r = 0,5$ kemudian $\alpha = 0,05$ pada pengujian dua arah dan $\beta = 0,05$ maka diperoleh n minimal = 75.

D. Pengumpulan Data

1. Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada Bank Central Asia Malang di Jalan Jend Basuki Rachmat no 70-74 Malang. Pemilihan lokasi ini dikarenakan Bank Central Asia Jl. Jend Basuki Rachmat no 70-74 Malang merupakan Kantor Cabang Utama Bank Central Asia di kota Malang.

2. Sumber Data.

Untuk mengumpulkan data, diperlukan sumber-sumber data dari mana data diperoleh disertai responden yang dapat menerangkan atau menerangkan atau memberi penjelasan mengenai hal-hal yang diperlukan dalam penelitian sehubungan dengan data tersebut.

Data yang diperoleh untuk penelitian ini didapatkan melalui dua sumber pengambilan data sebagai berikut:

a. Data primer.

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama. Dalam penelitian ini data didapatkan dari para nasabah yang menggunakan *Internet Banking* BCA.

d. Data sekunder.

Merupakan data yang telah diolah terlebih lanjut yang disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Dalam penelitian ini data didapatkan dari pihak bank.

3. Metode Pengumpulan Data.

a. Tehnik Pengumpulan Data

1) Metode kuisioner.

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden.

2) Metode dokumentasi.

Yaitu pengumpulan data dengan mempelajari serta mengadakan pencatatan terhadap dokumen mengenai informasi penting yang berguna bagi penelitian.

b. Instrumen Penelitian

1) Kuisioner

Kuisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam penelitian ini kuesioner diambil dengan menggunakan angket atau daftar pertanyaan dengan pilihan jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah

disediakan. Jadi dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup

2) Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan pencatatan terhadap dokumen mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan hal lain yang menunjang penelitian.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tingkat reliabilitas dan validitas menunjukkan mutu seluruh proses pengumpulan data dalam suatu penelitian, mulai dari penjabaran konsep-konsep sampai pada data siap untuk dianalisa (Singarimbun, 1982: 87).

1. Uji Validitas.

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun dan Effendi,1989:122). Instrumen penelitian bisa dikatakan valid diketahui dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan probabilitas dalam table nilai r dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 sehingga apabila probabilitasnya r hitung kurang atau lebih kecil dari r table dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05, hal ini berarti item tersebut dapat dikatakan valid.

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

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

x = item

y = total variabel

2. Uji Realibilitas.

Uji realibilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Sehingga seberapa jauh pengukuran bekas dari uraian kesalahan acak, yaitu kesalahan yang menurunkan tingkat kendala hasil pengukuran. (Ancok dalam Singarimbun dan Effendi, (1989:122))

Realibilitas : Rumus alpha

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Sumber : Arikunto (1998:193)

Instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien reliabel sebesar 0,6 atau lebih, sehingga apabila $\alpha \geq 0,6$ berarti item tersebut dapat dikatakan reliabel.

3. Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas instrumen dilakukandengan menggunakan program SPSS 11 for Windows. Hasil pengujian Uji Validitas dan Uji Reliabilitas instrumen tampak pada tabel berikut.

- a. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Independence* / Kebebasan (X1)

Tabel 2

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Variabel *Independence* / Kebebasan (X1)

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X.1.1 – X1	0,543	0,000	Valid
2	X.1.2 – X1	0,534	0,000	Valid
3	X.1.3 – X1	0,750	0,000	Valid
4	X.1.4 – X1	0,698	0,000	Valid
5	X.1.5 – X1	0,598	0,000	Valid
6	X.1.6 – X1	0,474	0,000	Valid
Alpha : 0,6637				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

X.1.1 : Kemampuan layanan *Internet Banking* dalam memberikan privasi.

- X.1.2 : Kemudahan dalam pengoperasian layanan *Internet Banking*.
- X.1.3 : Kemudahan dalam bertransaksi.
- X.1.4 : Kemudahan berinteraksi dengan bank.
- X.1.5 : Kecepatan dalam bertransaksi.
- X.1.6 : Kemampuan layanan memenuhi kebutuhan akan transaksi perbankan.
- X.1 : Kebebasan.

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebebasan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach dan didapatkan koefisien alpha sebesar 0,6637 dan dinyatakan reliabel karena suatu instrument dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

- b. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Convenience/Kesenangan (X2)*

Tabel 3

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas
Variabel *Convenience/Kesenangan (X2)***

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X.2.1 – X2	0,653	0,000	Valid
2	X.2.2 – X2	0,819	0,000	Valid
3	X.2.3 – X2	0,801	0,000	Valid
4	X.2.4 – X2	0,610	0,000	Valid
Alpha : 0,6902				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

X.2.1 : Kemampuan *Internet Banking* menghadirkan layanan dimana saja.

X.2.2 : Kemampuan *Internet Banking* menghadirkan layanan kapan saja.

X.2.3 : Menghemat waktu yang digunakan untuk bertransaksi ke bank.

X.2.4 : Penggunaan *Internet Banking* hemat biaya.

X.2 : Kesenangan.

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kesenangan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach dan didapatkan koefisien alpha sebesar 0,6902 dan dinyatakan reliabel karena suatu instrument dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

c. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Security* / Keamanan (X1)

Tabel 4

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas
Variabel *Security* / Keamanan (X3)**

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	X.3.1 – X3	0,773	0,000	Valid
2	X.3.2 – X3	0,857	0,000	Valid
3	X.3.3 – X3	0,878	0,000	Valid
4	X.3.4 – X3	0,779	0,000	Valid
Alpha : 0,8401				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

X.3.1 : Kemampuan Sistem *Internet Banking* untuk melindungi transaksi nasabah.

X.3.2 : Ketepatan informasi yang didapat dari *Internet Banking*.

X.3.3 : Adanya jaminan keamanan keuangan.

X.3.4 : Adanya integrasi data *Internet Banking* dengan data pada Bank.

X.3 : Keamanan

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel keamanan dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach dan didapatkan koefisien alpha sebesar 0,8401 dan dinyatakan reliabel karena suatu instrument dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

d. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 5
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Hubungan	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	Y.1 – Y	0,692	0,000	Valid
2	Y.2 – Y	0,703	0,000	Valid
3	Y.3 – Y	0,554	0,000	Valid
4	Y.4 – Y	0,632	0,000	Valid
5	Y.5 – Y	0,440	0,000	Valid
6	Y.6 – Y	0,662	0,000	Valid
Alpha : 0,6619				
Kesimpulan : Reliabel				

Keterangan :

- Y.1 : Nasabah merasa puas akan faktor *Independence* / Kebebasan.
- Y.2 : Nasabah merasa puas akan faktor *Convenience* / Kesenangan.
- Y.3 : Nasabah merasa puas akan faktor *Security* / Keamanan.
- Y.4 : Nasabah tidak memiliki keluhan atas layanan.
- Y.5 : Nasabah akan merekomendasikan layanan kepada orang lain.
- Y.6 : Nasabah senantiasa kembali menggunakan layanan yang disediakan.
- Y : Kepuasan nasabah.

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid karena probabilitas kurang dari 0,05. Reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach dan didapatkan koefisien alpha sebesar 0,6619 dan dinyatakan reliabel karena suatu instrument dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6.

F. Tehnik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam penelitian ilmiah, karena dengan analisis, data tersebut dapat diberi makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Pada penelitian ini Analisis data yang dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif.

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik daerah penelitian, keadaan responden yang diteliti dan distribusi item masing-masing variabel. Data yang terkumpul ditabulasikan dalam tabel dan dibahas secara deskriptif dalam angka dan persentase.

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (OLS), maka dalam pelaksanaan analisa data harus memenuhi asumsi-asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas.

Uji normalitas data dalam analisis regresi harus dilakukan agar hasil analisis regresi nantinya akan memberikan kesimpulan yang valid. Untuk menguji normalitas data dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menentukan seberapa baik sebuah sample random data menjajaki distribusi normal (Sulaiman, 2004 : 18)

Hipotesis $\rightarrow H_0$: Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

H_1 : Data bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Pengambilan keputusan pada pengujian hipotesis dilakukan sebagai berikut:

Asymp Sig. < taraf signifikansi (α) \rightarrow tolak H_0 , terima H_1

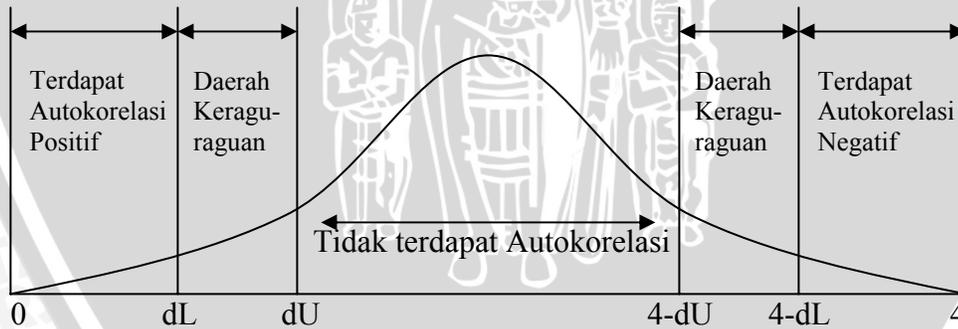
Asymp Sig. > taraf signifikansi (α) \rightarrow terima H_0 , tolak H_1

b. Uji Autokorelasi.

Menurut Gujarati (1997), autokorelasi adalah korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data deretan waktu) atau ruang (seperti dalam data cross sectional).

Menurut Ghozali (2005), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi bisa terjadi karena observasi yang berurutan muncul sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada persamaan penduga dapat dilihat dari nilai statistik-d Durbin Watson Test sebagai berikut :

Statistik-d Durbin Watson



Sumber : Gujarati (1997)

Jika : $d < dL$ = terdapat autokorelasi positif.

$d > 4-dL$ = terdapat autokorelasi negatif.

$dU < d < 4-dU$ = tidak terdapat autokorelasi.

$dL \leq d \leq dU$ atau $4-dU \leq d \leq 4-dL$ = daerah keragu-raguan.

c. Uji Heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana masing-masing pengganggu tidak konstan. Untuk menguji adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji korelasi *Spearman Rank* yaitu pengukuran hubungan antara variabel berdasarkan ranking (Sulaiman, 2002 : 112)

Menurut Umar (1998 : 198) korelasi ini mengasumsikan bahwa data terdiri dari pasangan-pasangan hasil pengamatan numeric atau nonnumeric. Setiap data X_t maupun Y_t ditetapkan peringkatnya relative terhadap X dan Y yang lain dari yang terkecil sampai terbesar.

Hipotesis $\rightarrow H_0$: tidak terdapat kesesuaian antara variabel.

H_1 : terdapat kesesuaian antara variabel.

Kriteria keputusan :

Jika $Sig < \text{taraf signifikan } (\alpha)$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika $Sig > \text{taraf signifikan } (\alpha)$, maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinieritas.

Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel bebas diantara satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui ada atau

tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan cara menghitung nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Kriteria keputusan :

- Jika nilai tolerance kurang dari 1 maka tidak ada multikolinieritas.
- Jika nilai tolerance lebih dari 1 maka ada multikolinieritas.
- Jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak ada multikolinieritas.
- Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada multikolinieritas.

3. Regresi linier berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel bebas secara bersamaan dengan satu variabel terikatnya.

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_k X_k + \epsilon_i$$

Keterangan :

β_0 : Intersep

β_1, β_2 : Koefisien regresi parsial untuk X_1, X_2, X_k

X_1, X_2, X_k : Variabel bebas.

Y_1 : Nilai variabel terikat yang diramalkan

ϵ_i : Kesalahan

k : Jumlah variabel bebas

sumber : Sugiarto (1992 : 14)

Untuk uji signifikansi dilakukan uji statistic F test dengan menggunakan rumus dari Malhotra (2002:555).

$$F = \frac{SS_R / k}{SS_E / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

SS_R : regression sum of square

K : degrees of freedom

SSE : error sum of square

$n-k-1$: degrees of freedom

kriteria pengambilan keputusan menurut Santoso (2001:273) adalah:

- Apabila probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- Apabila probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Bila H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya variabel – variabel bebas yang diuji secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Santoso menyatakan bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi. Jadi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan *Adjusted R Square* sebagai petunjuk.

4. Analisis Regresi Parsial.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat, sementara sejumlah variabel bebas lainnya yang ada atau diduga ada kaitannya dengan variabel terikat tersebut bersifat tetap atau konstan, serta mengetahui variabel bebas yang paling berpengaruh diantara variabel-variabel yang lain terhadap variabel terikat, dilakukan uji regresi parsial dengan pendekatan uji t dan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{SE_b}$$

Keterangan:

b = penduga bagi β

SE_b = standart error dari β

Sumber : Malholtra (2002:547)

Kriteria pengambilan keputusan menurut Santoso (2001:273) :

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
- Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

Bila H_0 ditolak maka H_1 diterima artinya variabel bebas yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah perusahaan.

Bank Central Asia atau selanjutnya disebut BCA adalah salah satu bank swasta besar di Indonesia. Bank ini didirikan pada tanggal 21 Februari 1957 di pusat perniagaan Jakarta dengan nama Bank Central Asia NV. BCA terus mengalami perkembangan, sehingga pada tahun 1977 BCA dapat menyandang predikat sebagai Bank Devisa.

Perkembangan BCA dapat pula dilihat dari total asset yang selalu meningkat dari Rp 36,10 triliun di tahun 1996 menjadi Rp 53,36 triliun pada akhir Desember 1997. Pada tahun 1998 total asset BCA menjadi Rp 67,93 triliun walaupun sempat turun saat terjadi rush, dan pada akhir Desember 1999 telah mencapai Rp 96,45 triliun.

BCA merupakan bank yang memiliki jaringan elektronik terbesar dan paling tersebar di seluruh Indonesia. Dengan jaringan kantor cabang dan ATM BCA yang terhubung secara online di seluruh Indonesia. BCA bekerja sama dengan lebih dari 34,000 merchant di Indonesia, sehingga nasabah dapat dengan mudah dan leluasa berbelanja menggunakan fasilitas debit BCA. Layanan Tunai BCA

memungkinkan nasabah melakukan transaksi tarik tunai pada saat berbelanja. Kartu kredit BCA (BCA Card, JBC BCA, BCA VISA, BCA Mastercard) yang telah dikeluarkan, diterima oleh berjuta-juta merchant di seluruh dunia. BCA juga mengutamakan kepentingan nasabah dengan memberikan layanan perbankan non tunai dengan cepat dan mudah melalui fasilitas BCA By PHONE, m-BCA dan KlikBCA, sehingga seolah-olah nasabah memiliki ATM pribadi.

Layanan KlikBCA mulai diluncurkan sejak tanggal 17 Agustus 2000 dan dilengkapi dengan sistem keamanan sejak bulan Mei 2002. Melalui layanan klikBCA nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan yang biasanya dilakukan di ATM BCA seperti cek saldo, transfer antara rekening BCA, cek mutasi rekening, pembayaran berbagai tagihan. Nasabah juga dapat melakukan transaksi pembelian seperti : pulsa isi ulang, saham, reksa dana dan lain-lain.

Internet Banking BCA (klikBCA) merupakan layanan perbankan yang mudah, praktis, aman, dan user friendly. Layanan ini dikatakan mudah karena nasabah cukup datang ke ATM BCA untuk melakukan registrasi internet dan mendapatkan user ID serta PIN *Internet Banking* yang dapat langsung digunakan untuk LOGIN ke *Internet Banking* BCA di www.klikbca.com. Praktis karena nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan melalui internet tanpa harus datang ke bank atau ATM BCA kecuali untuk pengambilan uang tunai. Layanan ini bersifat user friendly karena fitur yang terdapat dalam *Internet*

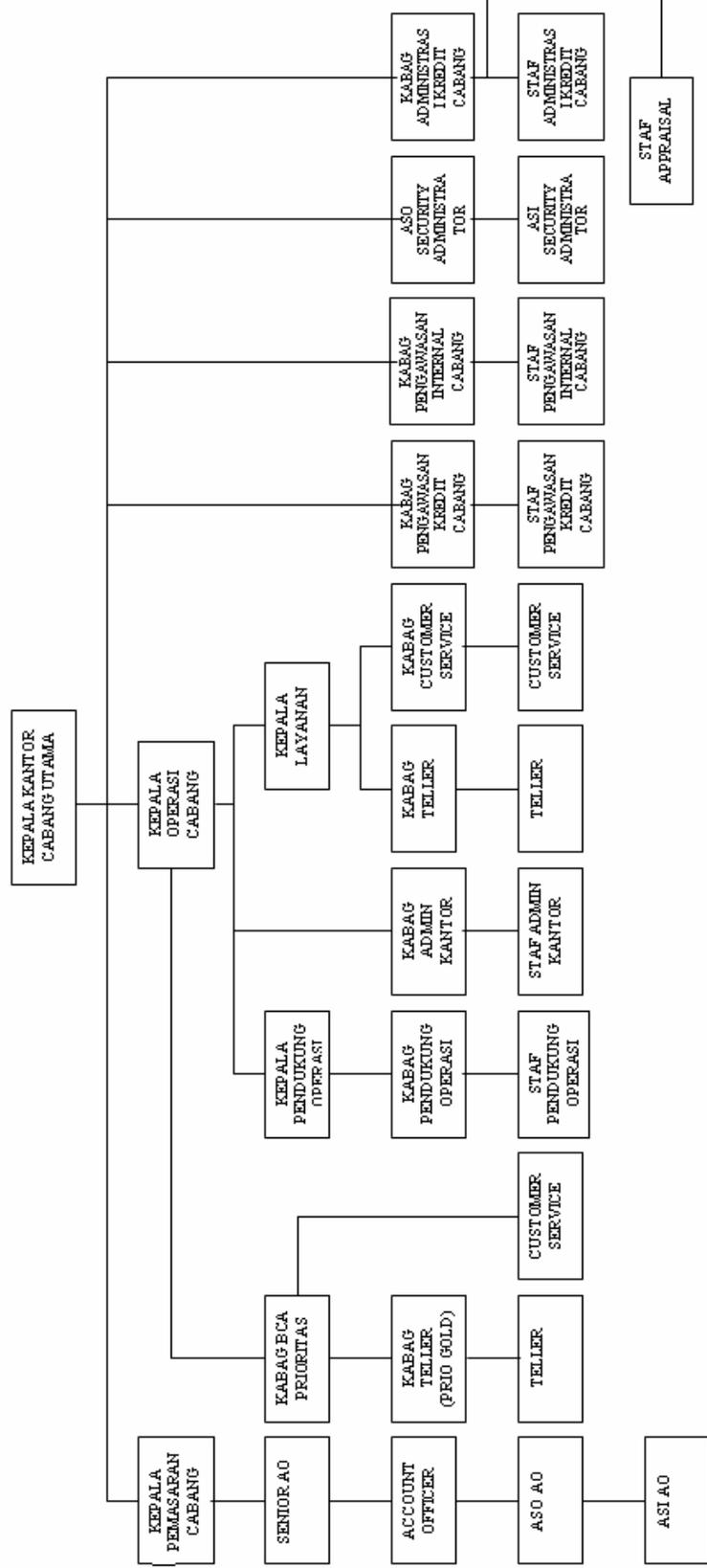
Banking BCA atau klikbca dirancang seperti fitur yang terdapat pada ATM BCA sehingga tidak dibutuhkan keterampilan khusus untuk penggunaannya. KlikBCA dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan data dan transaksi yang dilakukan oleh nasabah. KlikBCA juga dilengkapi dengan keyBCA, yaitu alat pengaman tambahan untuk lebih mengamankan transaksi finansial di klikBCA. Alat ini berfungsi untuk mengeluarkan password yang selalu berganti setiap kali nasabah melakukan transaksi finansial.



2. Struktur Organisasi.

Gambar 7

STRUKTUR ORGANISASI BCA KANTOR CABANG UTAMA
(Jend. Basuki Rachmat 70 - 74 Malang)



3. Produk dan Jasa BCA

BCA membagi produknya menjadi:

Tabel 6
JENIS DAN PRODUK BCA

Jenis	Nama Produk dan Jasa
Simpanan	Rekening TAHAPAN, Rekening TAPRES, Rekening Giro, Deposito Berjangka dan Sertifikat Deposito
Kartu Kredit	BCA Card, BCA Master Card, BCA Visa, BCA JCB
Perbankan Elektronik	ATM BCA, Debit BCA, Tunai BCA, klikBCA <i>Internet Banking</i> , m-BCA mobile banking, BCA Link, Call Center
Layanan Transaksi Perbankan	Safe Deposit Box (SDB), Pengiriman Uang, Travelers Cheques, Inkaso dan Kliring, mata uang asing
Fasilitas Kredit	KPR, KKB, Kredit Modal Kerja, Kredit Sindikasi, Kredit Ekspor, Trust Receipt, Kredit Investasi.
Bank Garansi	Bid bond, Payment Bond, Advance Payment Bond, Performance Bond, dan Pusat Pengelolaan Pembebasan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM).
Fasilitas Ekspor – Impor	LC, Negosiasi, Bill Discounting, Documentary Collections, Bankers Acceptance
Fasilitas Valuta Asing	Spot, Forward, Swap, dan produk derivative lain

3. Jenis Layanan *Internet Banking* BCA (KlikBCA)

Berikut adalah layanan yang bisa didapatkan melalui klikBCA :

d. Informasi Rekening yang terdiri dari :

- Informasi Saldo. Yaitu informasi saldo semua rekening yang terhubung dengan kartu ATM BCA.
- Mutasi Rekening. Yaitu informasi transaksi finansial atas semua rekening yang terhubung dengan kartu ATM BCA (maksimum 31 hari).
- e. Transfer dana antar rekening BCA.
- f. Pembelian pulsa isi ulang dengan merchant ProXL, Simpati, Mentari, Kring 12000.
- g. Pembayaran, antara lain :
 - Kartu kredit (BCA Card, Citibank, HSBC, AMEX, ANZ Panin Bank).
 - Internet (CBN, Cabinet, Centrin, Idola, Indosat, Meganet).
 - Telpon (Telkom).
 - Handphone (Satelindo, GSM-XL, Telkomsel, Komselindo, Mobisel, Metrosele).
 - Pager (Nusapage, Skytel, Starko, Starpage).
 - Pendidikan (AmikBSI, Binus).
 - Lain-lain (ACC, Columbia, Courts, Manulife Indonesia, Gramedia Telemarketing, Gramedia Cybermedia, Indovision).
- e. Administrasi, antara lain :
 - Ganti PIN.
 - Ubah Bahasa.

- Hapus daftar transfer.
 - Hapus daftar pembayaran.
 - Ubah alamat e-mail.
 - Registrasi keyBCA.
 - Tambah koneksi keyBCA.
 - Hapus koneksi keyBCA.
 - Aktivasi keyBCA.
- f. Informasi meliputi informasi kurs, fluktuasi saham, dan lain-lain.
- g. History transaksi. Melalui menu ini nasabah dapat mengetahui seluruh transaksi yang telah dilakukan melalui klikBCA selama 30 hari yang lalu.
- h. E-mail, melalui menu ini nasabah dapat mengirim e-mail ke Halo BCA dan juga memperoleh balasan dari Halo BCA.

B. Gambaran Umum Responden

1. Distribusi Jenis Kelamin Responden.

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki – laki	44	58,7
2.	Perempuan	31	41,3
	Jumlah	75 orang	100

Dari tabel diatas maka dapat terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 44 orang dengan persentase sebesar 58,7%. Jumlah responden berjenis kelamin pria lebih besar daripada responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 41,3%.

2. Distribusi Usia Responden.

Distribusi usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

NO	Tingkat Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	20-24 tahun	25	33,3
2.	25-29 tahun	26	34,7
3.	30-34 tahun	17	22,7
4.	35-39 tahun	7	9,3
	Jumlah	75 orang	100

Dari tabel maka dapat diketahui bahwa usia responden yang paling banyak adalah responden yang berusia 25 sampai 29 tahun sebanyak 26 orang (34,7%).

Diikuti responden yang berusia 20 sampai 24 tahun yakni sebanyak 25 orang (33,3%). Responden yang berusia 30 sampai 34 tahun sebanyak 17 orang (22,7%). Responden yang berusia 35 sampai 39 tahun sebanyak 7 orang (9,3%).

3. Distribusi Tingkat Pendidikan Responden.

Distribusi tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9

Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMU	11	14,7
2.	Diploma	18	24,0
3.	Sarjana	46	61,3
	Jumlah	75 orang	100

Distribusi tingkat pendidikan responden yang dapat diketahui dari tabel diatas adalah bahwa responden dengan tingkat pendidikan Sarjana yang berjumlah 46 orang dengan persentase sebesar 61,3% merupakan tingkat pendidikan responden yang terbesar, diikuti responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebesar 18 orang (24,0%). Responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Umum sebanyak 11 orang (14,7%).

3. Distribusi Pekerjaan Responden.

Distribusi pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1.	Pegawai Negeri	0	0
2.	Swasta	45	60
3.	Wiraswasta	16	21,3
4	Pelajar / Mahasiswa	14	18,7
	Jumlah	75 orang	100

Dari data tabel diatas maka dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan nasabah yang menggunakan *Internet Banking* Klik BCA terbesar ialah swasta yaitu sebanyak 45 orang dengan persentase sebesar 60%. Responden yang berwiraswasta sebesar 16 orang dengan persentase sebesar 21,3% , sedangkan responden dengan yang merupakan pelajar atau mahasiswa sebanyak 14 orang dengan tingkat persentase sebesar 18,7%. Dan tidak ada responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai negeri.

4. Distribusi Sumber Informasi Responden.

Distribusi sumber informasi responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11

Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Informasi

NO	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1.	Iklan	36	48,0
2.	Teman atau relasi	37	49,3
3.	Keluarga	2	2,7
	Jumlah	75 orang	100

Dari data tabel diatas maka dapat diketahui bahwa sumber informasi mengenai *Internet Banking* Klik BCA terbesar ialah melalui teman atau relasi yaitu sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar 49,3%. Responden yang mengetahui informasi mengenai *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA melalui iklan sebesar 36 orang dengan persentase sebesar 48%, sedangkan responden dengan yang mendapatkan informasi mengenai *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA melalui keluarga sebanyak 2 orang dengan tingkat persentase sebesar 2,7%.

C. Distribusi Item.

1. Distribusi Item Variabel *Independence/Kebebasan*.

Distribusi Item Variabel *Independence/Kebebasan* dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12
Distribusi Item X1.1 – X1.6
Dari Variabel *Independence* / Kebebasan

Item	Keterangan	Jumlah		Mean
		Frekuensi	Persentase(%)	
X1.1	Privasi penggunaan <i>Internet Banking</i>			
	a. Sangat setuju	20	26,7	
	b. Setuju	43	57,3	
	c. Ragu-ragu	12	16	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,1067
X1.2	Kemudahan dalam penggunaan			
	a. Sangat setuju	22	29,3	
	b. Setuju	45	56	
	c. Ragu-ragu	8	10,7	
	d. Tidak setuju	3	4	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,1067
X1.3	Kemudahan dalam bertransaksi			
	a. Sangat setuju	30	40	
	b. Setuju	37	49,3	
	c. Ragu-ragu	8	10,7	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,2933
X1.4	Kemudahan berinteraksi dengan Bank			
	a. Sangat setuju	28	37,3	
	b. Setuju	41	54,7	
	c. Ragu-ragu	6	8	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,2933
X1.5	Mempercepat transaksi perbankan			
	a. Sangat setuju	26	34,7	
	b. Setuju	46	61,3	
	c. Ragu-ragu	3	4	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,3067

Lanjutan Tabel 12

Item	Keterangan	Jumlah		Mean
		Frekuensi	Persentase(%)	
X1.6	Dapat digunakan untuk transaksi perbankan yang tersedia.			
	a. Sangat setuju	23	30,7	
	b. Setuju	39	52	
	c. Ragu-ragu	9	12	
	d. Tidak setuju	4	5,3	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,0800
Rata-rata (Mean) frekuensi untuk X.1 = 4,1978				

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dalam item privasi yang diberikan *Internet Banking* (X1.1) dapat dijelaskan bahwa nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang (57,3%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (26,7%). 12 orang (16%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item privasi (X1.1) = 4,1067 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa privasi yang diberikan *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA sudah baik dan menjadi satu alasan nasabah merasa puas.

Item kemudahan penggunaan yang dimiliki *Internet Banking* (X1.2) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang (56%), sangat setuju sebanyak 22 orang (29,3%), responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 8 orang (10,7%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item kemudahan penggunaan (X1.2) = 4,1067 maka dapat diartikan

sebagian besar responden merasa setuju bahwa kemudahan penggunaan yang diberikan *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA sudah baik dan menjadi satu alasan nasabah merasa puas.

Item kemudahan bertransaksi yang dimiliki *Internet Banking* (X1.3) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang (49,3%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (40%), ragu-ragu sebanyak 8 orang (10,7%), dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item kemudahan dalam bertransaksi (X1.3) = 4,2933 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa kemudahan bertransaksi yang diberikan *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA sudah baik dan menjadi satu alasan nasabah merasa puas.

Item kemudahan dalam berinteraksi dengan Bank yang dimiliki *Internet Banking* (X1.4) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 41 orang (54,7%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (37,3%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 6 orang (8%), dan tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item kemudahan dalam berinteraksi (X1.4) = 4,2933 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa kemudahan berinteraksi yang diberikan *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA sudah baik dan menjadi satu alasan nasabah merasa puas.

Item kecepatan bertransaksi yang dimiliki *Internet Banking* (X1.5) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang (61,3%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (34,7%), ragu-ragu sebanyak 3 orang (4%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item kecepatan bertransaksi (X1.5) = 4,3067 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa kecepatan bertransaksi yang diberikan *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA sudah baik dan menjadi satu alasan nasabah merasa puas.

Item dapat digunakan untuk setiap transaksi yang disediakan yang dimiliki *Internet Banking* (X1.6) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang (52%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (30,7%), ragu-ragu sebanyak 9 orang (12%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang (5,3%), dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item dapat digunakan untuk setiap transaksi (X1.6) = 4,08 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* menyediakan fasilitas transaksi perbankan yang tersedia. Sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan menjadi salah satu alasan nasabah merasa puas.

2. Distribusi Item Variabel *Convenience* / Kesenangan

Distribusi Item Variabel *Convenience* / Kesenangan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 13 sebagai berikut.

Tabel 13
Distribusi Item X2.1 – X2.4
Dari Variabel Convenience / Kesenangan

Item	Keterangan	Jumlah		Mean
		Frekuensi	Persentase(%)	
X2.1	Dapat digunakan dimana saja			
	a. Sangat setuju	24	32	
	b. Setuju	27	36	
	c. Ragu-ragu	17	22,7	
	d. Tidak setuju	7	9,3	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9067
X2.2	Dapat digunakan kapan saja			
	a. Sangat setuju	32	42,7	
	b. Setuju	35	46,7	
	c. Ragu-ragu	3	4	
	d. Tidak setuju	5	6,6	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,2533
X2.3	Hemat waktu			
	a. Sangat setuju	30	40	
	b. Setuju	34	45,3	
	c. Ragu-ragu	7	9,3	
	d. Tidak setuju	4	5,4	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,2000
X2.4	Hemat biaya			
	a. Sangat setuju	24	32	
	b. Setuju	26	34,7	
	c. Ragu-ragu	20	26,7	
	d. Tidak setuju	5	6,6	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9200
Rata-rata (Mean) frekuensi untuk X.2 = 4,0700				

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada item *Internet Banking* dapat digunakan dimana saja (X2.1) nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang (36%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang

(32%). 17 orang (22,72%) menyatakan ragu-ragu dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang (9,3%) dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item *Internet Banking* dapat digunakan dimana saja (X2.1) = 3,9067 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* dapat digunakan dimana saja, sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA.

Item *Internet Banking* dapat digunakan kapan saja (X2.2) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang (46,7%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (42,7%) dan ragu-ragu sebanyak 3 orang (4%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang (6,6%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item *Internet Banking* dapat digunakan kapan saja (X2.2) = 4,2533 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* dapat digunakan kapan saja, sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA.

Item *Internet Banking* hemat waktu (X2.3) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 34 orang (45,3%), sangat setuju sebanyak 30 orang (40%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 orang (9,3%) yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang (5,4%) dan tidak ada responden yang

menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item hemat waktu (X2.3) = 4,2000 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* dapat menghemat waktu yang digunakan oleh nasabah untuk bertransaksi. Sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA.

Item *Internet Banking* hemat biaya (X2.4) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang (34,7%), sangat setuju sebanyak 24 orang (32%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 20 orang (26,7%) yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang (6,6%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item hemat biaya (X2.4) = 3,9200 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* dapat menghemat biaya yang digunakan oleh nasabah untuk bertransaksi. Sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA.

3. Distribusi Item Variabel *Security* / Keamanan

Distribusi Item Variabel *Security* / Keamanan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 14 sebagai berikut.

Tabel 14
Distribusi Item X3.1 – X3.5
Dari Variabel *Security / Keamanan*

Item	Keterangan	Jumlah		Mean
		Frekuensi	Persentase(%)	
X3.1	Sistem yang melindungi transaksi nasabah			
	a. Sangat setuju	17	22,7	
	b. Setuju	38	50,7	
	c. Ragu-ragu	18	24	
	d. Tidak setuju	2	2,6	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9333
X3.2	Ketepatan Informasi			
	a. Sangat setuju	14	18,7	
	b. Setuju	30	40	
	c. Ragu-ragu	29	38,7	
	d. Tidak setuju	2	2,6	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,7467
X3.3	Jaminan keamanan keuangan			
	a. Sangat setuju	14	18,7	
	b. Setuju	30	40	
	c. Ragu-ragu	30	40	
	d. Tidak setuju	1	1,3	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,7600
X3.4	Data yang terintegrasi dengan bank			
	a. Sangat setuju	17	22,7	
	b. Setuju	38	50,7	
	c. Ragu-ragu	20	26,6	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9600
Rata-rata (Mean) frekuensi untuk X.3 = 3,8500				

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada item sistem yang melindungi transaksi nasabah (X3.1) nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang (50,7%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 18 orang (24%), 17 orang

(22,7%) menyatakan sangat setuju dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,6%) dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item sistem yang melindungi transaksi nasabah (X3.1) = 3,9333 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* memiliki sistem yang mampu melindungi transaksi nasabah, sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa aman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA.

Item Ketepatan Informasi (X3.2) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang (40%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (18,7%), ragu-ragu sebanyak 29 orang (38,7%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,6%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item ketepatan informasi (X3.2) = 3,7467 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa informasi yang didapatkan dari *Internet Banking* tepat dan akurat, sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA.

Item jaminan keamanan keuangan (X3.3) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang (40%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (40%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (18,7%) yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,3%) dan tidak ada responden yang

menyatakan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk jaminan keamanan keuangan (X3.3) = 3,7600 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa *Internet Banking* mampu menjamin keamanan keuangan nasabah. Sehingga menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA.

Item data yang terintegrasi dengan bank (X3.4) dapat dijelaskan bahwa nasabah yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang (50,7%), ragu-ragu sebanyak 20 orang (26,6%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang (22,7%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item data yang terintegrasi dengan bank (X3.4) = 3,9600 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju bahwa data yang terdapat pada *Internet Banking* terintegrasi dengan data pada bank sehingga nasabah tidak merasa khawatir akan perbedaan data. Hal ini menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA.

4. Distribusi Item Kepuasan Nasabah

Distribusi Item Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 15 sebagai berikut.

Tabel 15
Distribusi Item Y.1 – Y.6
Dari Kepuasan Nasabah

Item	Keterangan	Jumlah		Mean
		Frekuensi	Persentase(%)	
Y1	Kepuasan terhadap faktor <i>Independence</i> / Kebebasan			
	a. Sangat setuju	13	17,3	
	b. Setuju	48	64	
	c. Ragu-ragu	14	18,7	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9867
Y2	Kepuasan terhadap faktor <i>Convenience</i> / Kesenangan			
	a. Sangat setuju	14	18,7	
	b. Setuju	54	72	
	c. Ragu-ragu	7	9,3	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,0933
Y3	Kepuasan terhadap faktor <i>Security</i> / Keamanan			
	a. Sangat setuju	13	17,3	
	b. Setuju	44	58,7	
	c. Ragu-ragu	18	24	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9333
Y4	Tidak adanya keluhan			
	a. Sangat setuju	17	22,7	
	b. Setuju	38	50,7	
	c. Ragu-ragu	20	26,6	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9600

Lanjutan Tabel 15

Item	Keterangan	Jumlah		Mean
		Frekuensi	Persentase(%)	
Y5	Merekomendasikan pada orang lain			
	a. Sangat setuju	14	18,7	
	b. Setuju	47	62,7	
	c. Ragu-ragu	14	18,6	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	4,000
Y6	Menggunakan kembali layanan			
	a. Sangat setuju	14	18,7	
	b. Setuju	43	57,3	
	c. Ragu-ragu	18	24	
	d. Tidak setuju	0	0	
	e. Sangat tidak setuju	0	0	
	Jumlah	75	100	3,9467
Rata-rata (Mean) frekuensi untuk Y = 3,9867				

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada item kepuasan nasabah terhadap faktor *Independence* / Kebebasan (Y1), nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang (64%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 14 orang (18,7%), 13 orang (17,3%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk Item kepuasan nasabah terhadap faktor *Independence* / Kebebasan (Y1) = 3,9867 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju yang berarti responden merasa puas terhadap faktor *Independence* / Kebebasan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA.

Item kepuasan nasabah terhadap faktor *Convenience* / Kesenangan (Y2), nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 54 orang (72%), yang

menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (18,7%), 7 orang (9,3%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Nilai mean untuk Item kepuasan nasabah terhadap faktor *Convenience / Kesenangan* (Y2) = 4,0933 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju yang berarti responden merasa puas terhadap faktor *Convenience / Kesenangan* yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA.

Item kepuasan nasabah terhadap faktor *Security / Keamanan* (Y3), nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang (58,7%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 18 orang (24%), menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (17,3%) dan tidak ada responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item kepuasan nasabah terhadap faktor *Security / Keamanan* (Y3) = 3,9333 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju yang berarti responden merasa puas terhadap faktor *Security / Keamanan* yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA yakni KlikBCA.

Item tidak adanya keluhan (Y4), nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang (50,7%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 20 orang (26,7%), 17 orang (22,6%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item tidak adanya keluhan (Y4) = 3,9600 maka dapat diartikan sebagian besar responden

merasa setuju yang berarti responden merasa tidak memiliki keluhan terhadap layanan yang diberikan oleh *Internet Banking* BCA.

Item merekomendasikan pada orang lain (Y5), nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang (62,7%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 14 orang (18,7%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (18,7%) dan tidak ada responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item merekomendasikan pada orang lain (Y5) = 4,000 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju yang berarti responden akan merekomendasikan *Internet Banking* BCA kepada orang lain, sehingga dapat menguntungkan perusahaan .

Item menggunakan kembali layanan (Y6), nasabah atau responden yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang (57,3%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 18 orang (24%), 14 orang (18,7%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Nilai mean untuk item menggunakan kembali layanan (Y6) = 3,9467 maka dapat diartikan sebagian besar responden merasa setuju yang berarti responden akan menggunakan kembali layanan *Internet Banking* BCA.

D. Analisis dan Interpretasi Data.

1. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas.

Untuk menguji apakah residual atau faktor pengganggu dalam model empiris mempunyai distribusi normal atau tidak, maka dapat dikatakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 16

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15.4000
	Std. Deviation	2.48781
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Lampiran 8

Dari hasil uji *Kologorov-Smirnov* didapat nilai asymp. Sig. sebesar 194. Karena nilai asymp.sig lebih besar dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$), yaitu $0,194 > 0,05$, maka dapat disimpulkan untuk menerima H_0 artinya data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi.

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk melihat ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan uji *Durbin Watson*.

Dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai statistik-
d *Durbin Watson* sebesar 2,075

Tabel 17
Uji Autokorelasi

	dL	dU	4-dU	4-dL	DW	Interprestasi
Nilai	1,21	1,65	2,35	2,79	2,075	Tidak ada autokorelasi

Dari tabel diatas dapat kita lihat tidak ada autokorelasi diantara kesalahan pengganggu, sehingga variabel tersebut independe, tidak ada autokorelasi. Hal ini ditunjukkan dengan $dU < DW < 4-dU$ ($1,65 < 2,075 < 2,35$).

c. Uji Heteroskedastisitas.

Heeroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana masing-masing pengganggu tidak konstan. Untuk menguji adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji korelasi *Spearman Rank*

Tabel 18
Hasil Uji Spearman Rank

Correlations

			Variabel Independence (X1)	Variabel Convenience(X2)	Variabel Security (X3)	Kepuasan Nasabah (Y)
Spearman's rho	Variabel Independence (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.514**	.466**	.579**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	75	75	75	75
	Variabel Convenience(X2)	Correlation Coefficient	.514**	1.000	.699**	.742**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	75	75	75	75
	Variabel Security (X3)	Correlation Coefficient	.466**	.699**	1.000	.730**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	75	75	75	75
	Kepuasan Nasabah (Y)	Correlation Coefficient	.579**	.742**	.730**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Lampiran 8

Jika Sig. < taraf signifikan (α), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil dari output pada sig (2-tailed) = 0,000 (nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi), maka dapat disimpulkan hasil tersebut signifikan pada taraf signifikansi 5% bahkan pada taraf signifikansi 1%. Dengan hasil pengujian

tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam data tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinearitas.

Untuk mengetahui kemungkinan adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai Faktor Varian Inflasi (VIF). Jika nilai tolerance < 1 maka tidak ada multikolinearitas. Dan sebaliknya jika nilai VIF > 10 maka ada multikolinearitas.

Dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai tolerance untuk setiap variabel bebas bernilai kurang dari 10, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak saling berkorelasi (tidak terdapat multikolinearitas).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabell berikut :

Tabel 19
Nilai VIF Setiap Variabel Bebas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	0,750	1,333
X2	0,574	1,743
X3	0,530	1,888

Sumber : Lampiran 8

2. Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis ini dipergunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan dengan interval kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 0,05. analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah yang pertama yaitu apakah variabel-variabel *Internet Banking* yang terdiri dari Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2), dan Variabel *Security* / Keamanan (X3) sebagai variabel bebas memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini hasil analisis regresi yang bisa dilihat dalam tabel 20 sebagai berikut.

Tabel 20
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Antara
Variabel-Variabel *Internet Banking* (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel		Koefisien			Probabilita	Keputusan	
Bebas	Terikat	Regresi	β	T hitung	s (sig.t)	terhadap	
		(b)				H_0	
X1	Y	0,205	0,209	2,563	0,012	Ditolak	
X2		0,272	0,313	3,352	0,001	Ditolak	
X3		0,399	0,433	4,449	0,000	Ditolak	
Konstanta		= 8,149					
Multiple R		= 0,803					
R Square		= 0,644					

Adjusted R Square	= 0,629
Fhitung	= 42,903
Sig.t	= 0,000
N	= 75

Tabel diatas menunjukkan bahwa Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2), dan Variabel *Security* / Keamanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 42,903 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ ($p < 0,05$). Besarnya kontribusi Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2), dan Variabel *Security* / Keamanan (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,629 atau (62,9%). Angka ini menunjukkan bahwa Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2), dan Variabel *Security* / Keamanan (X3) memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 62,9%, sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis pada halaman sebelumnya maka persamaan regresinya adalah:

$$Y = 8,149 + 0,205 X1 + 0,272 X2 + 0,399 X3$$

Hasil analisis tersebut diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel *Independence* / Kebebasan (X1) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Variabel *Independence* / Kebebasan (X1) mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien regresi (b1) sebesar 0,205 serta t.hitung sebesar 2,563 dan probabilitas 0,012 sehingga H_0 ditolak. Variabel-variabel lain diasumsikan konstan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel *Independence* / Kebebasan (X1) yang meliputi privasi, kemudahan penggunaan, kemudahan transaksi, kemudahan interaksi, mempercepat transaksi dan dapat digunakan untuk transaksi perbankan yang tersedia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

- b. Pengaruh variabel *Convenience* / Kesenangan (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2) mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien regresi (b1) sebesar 0,272 serta t.hitung sebesar 3,352 dan probabilitas 0,001 sehingga H_0 ditolak. Variabel-variabel lain diasumsikan konstan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel *Convenience* / Kesenangan (X2) yang meliputi item dapat digunakan dimana saja, dapat digunakan kapan saja, hemat waktu dan

hemat biaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

- c. Pengaruh variabel *Security* / Keamanan(X3) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Variabel *Security* / Keamanan (X3) mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien regresi (b1) sebesar 0,399 serta t.hitung sebesar 4,449 dan probabilitas 0,000 sehingga H_0 ditolak. Variabel-variabel lain diasumsikan konstan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel *Security* / Keamanan (X3) yang meliputi sistem yang melindungi transaksi nasabah, ketepatan informasi, jaminan keamanan keuangan dan data yang terintegrasi dengan bank, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

3. Analisis Regresi Parsial.

Untuk mengetahui antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat, sementara sejumlah variabel bebas lainnya yang ada atau diduga berkaitan dengan variabel terikat tersebut bersifat konstan, serta untuk mengetahui variabel bebas yang paling berpengaruh diantara variabel lain terhadap variabel terikat. Oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan uji regresi parsial dengan pendekatan uji t. dari nilai t.hitung menunjukkan bahwa :

- a. Variabel *Independence* / Kebebasan (X1) mempunyai nilai t.hitung sebesar 2,563 dan probabilitas sebesar 0,012 karena probabilitas kurang dari 5% ($0,012 < 0,05$) maka secara parsial variabel *Independence* / Kebebasan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).
- b. Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2) mempunyai nilai t.hitung sebesar 3,352 dan probabilitas sebesar 0,001 karena probabilitas kurang dari 5% ($0,001 < 0,05$) maka secara parsial variabel *Convenience* / Kesenangan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).
- c. Variabel *Security* / Keamanan (X3) mempunyai nilai t.hitung sebesar 4,449 dan probabilitas sebesar 0,000 karena probabilitas kurang dari 5% ($0,000 < 0,05$) maka secara parsial variabel *Security* / Keamanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Selanjutnya untuk menjawab rumusan masalah yang kedua mengenai variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel Kepuasan Nasabah, maka menggunakan analisis regresi parsial dengan melihat variabel yang mempunyai t hitung paling besar. Hasil analisis yang ditunjukkan oleh tabel menunjukkan bahwa variabel *Security* / Keamanan (X3) mempunyai t hitung paling besar yaitu 4,449 dan koefisien regresi sebesar 0,399 dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel *Security* / Keamanan (X3) berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah terbukti benar.

Variabel *Security* / Keamanan yang meliputi sistem yang mampu melindungi transaksi, ketepatan informasi, jaminan keuangan dan data yang terintegrasi mempengaruhi Kepuasan Nasabah. Apabila dalam variabel *Security* / Keamanan terdapat hal-hal yang tidak berkenan dalam diri nasabah tersebut maka nasabah tersebut dapat dipastikan akan merasa kecewa dan mempengaruhi tingkat kepuasan pada dirinya. Misalnya sistem *Internet Banking* yang tidak up to date yang akan mengakibatkan kerugian pada nasabah sehingga akan menimbulkan ketidakpuasan dalam diri nasabah. Dengan adanya ketidakpuasan itu maka nasabah tersebut akan menghentikan penggunaan *Internet Banking* atau bahkan beralih pada bank lain.

Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa nasabah menggunakan *Internet Banking* terutama disebabkan oleh faktor *Security* / Keamanan dari *Internet Banking* yang memiliki sistem yang mampu melindungi transaksi, ketepatan informasi, jaminan keuangan dan data yang terintegrasi yang sesuai dengan keinginan nasabah. Nasabah kurang memperdulikan faktor penunjang lain yang terdapat dalam variabel *Independence* / Kebebasan (X1), dan *Convenience* / Kesenangan (X2). Hal ini dikarenakan nasabah menganggap bahwa transaksi perbankan yang aman merupakan syarat mutlak terjadinya suatu transaksi. Faktor-faktor lain dalam *Internet Banking* merupakan faktor penunjang dalam melakukan transaksi perbankan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah adalah:

1. Permasalahan dalam penelitian ini adalah nasabah bank menginginkan kenyamanan dalam bertransaksi sesuai dengan perkembangan perilaku masyarakat modern yang mendukung suatu adanya mobilitas oleh karena itu nasabah seringkali membutuhkan keamanan, kemudahan, keandalan, fleksibilitas, dan biaya yang murah dalam bertransaksi.
2. Penilaian pelanggan / nasabah merupakan suatu evaluasi kerja bagi bank. Oleh karena itu apabila nasabah merasa puas ataupun timbul ketidakpuasan nasabah setelah menggunakan suatu jasa maka akan berdampak pada citra dan profitabilitas perusahaan. Kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah berhubungan erat dengan harapan maupun persepsi nasabah yang juga akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan tersebut oleh karena itu perumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah serta variabel manakah dari *Internet Banking* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

3. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dengan pengambilan sampel berjumlah 75 orang responden yang di dapat dengan menggunakan rumus dari Machin. Uji validitas menggunakan rumus Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji apakah variabel *Internet Banking* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama. Sedangkan regresi parsial digunakan untuk mengetahui variabel *Internet Banking* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah..
4. Dari hasil penelitian ini maka dapat diketahui bahwa pada 75 nasabah yang dijadikan responden 58,7% berjenis kelamin laki-laki, dari 75 responden tersebut sebanyak 34,7% berusia diantara 25 sampai 29 tahun, tingkat pendidikan responden terbanyak sebesar 61,3% adalah sarjana dan responden sebesar 45% bekerja sebagai pekerja swasta, dari penelitian ini juga dapat diketahui bahwa sumber informasi yang dominan atau sebanyak 49,3% didapatkan dari teman/ relasi.
5. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel yakni Variabel *Independence* / Kebebasan (X1), Variabel *Convenience* / Kesenangan (X2), dan Variabel *Security* / Keamanan (X3) terbukti berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y).

6. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar ialah Variabel *Security* / Keamanan (X3) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,399 sehingga dapat diketahui bahwa variabel *Security* / Keamanan (X3) yang meliputi sistem yang mampu melindungi transaksi, ketepatan informasi, jaminan keuangan dan data yang terintegrasi berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah.



B. Saran

1. Bank harus lebih meningkatkan perhatian terhadap faktor keamanan *Internet Banking* karena keamanan transaksi nasabah melalui *Internet Banking* merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang akan berpengaruh pada loyalitas dalam diri nasabah.
2. Bank hendaknya lebih meningkatkan promosi akan *Internet Banking* kepada nasabahnya. Hal ini diperlukan karena sumber informasi terbanyak didapatkan nasabah dari relasi atau teman atau dengan kata lain informasi yang didapatkan ialah informasi dari mulut kemulut. Apabila promosi *Internet Banking* yakni KlikBCA ditingkatkan maka hal ini dapat menjadi media promosi yang efektif. Karena selama ini nasabah enggan menggunakan fasilitas *Internet Banking* disebabkan mereka kurang mendapatkan informasi yang lengkap mengenai fasilitas ini.
3. Bank hendaknya memberikan informasi yang cukup pada nasabah untuk memahami layanan *Internet Banking* yang sebenarnya mudah digunakan semudah menggunakan layanan lainnya seperti mesin ATM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Awamleh, R. 2002, *Internet Banking : An Empirical Investigation Into The Extent of Adoption by Bank and Determinants of customer Satisfaction in the United Arab Emirates*, Journal of *Internet Banking and Commerce*.
- Cooper. R Donald, GC dan William, Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Alih Bahasa : Sitompul. Jakarta: Erlangga
- Hahn, Harley, Rick Stout. 1994. *The Internet Complete Reference*. Berkeley California. Osborne McGraw Hill.
- Kashmir, 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media Kencana.
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Millenium*. Jakarta: Prehallindo
- Machin, David & Michael c. Champell, 1987. *Statistical Tables For The Design of Chemical Trial*, Oxford London: Blackwell Scientific Publication.
- Malholtra, Naresh K. 2002. *Basic Marketing Research : Application To Contemporary Issues. International Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Nazir, Mohammad. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta :Ghalia Indonesia
- Raharjo, Agus. 2002. *Cyber Crime*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Raharjo, Budi. 2002. *Arsitektur Internet Banking Yang Terpercaya*. Artikel *Internet Banking*.
- Riswandi, Budi Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Saladin, Djaslim. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Bandung: Mandar Maju.

Sidharta, Lani. 1996. *Internet Informasi Bebas Hambatan, Jilid Satu*. Jakarta : Gramedia PT Elex Media Komputindo.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.

Sugiarto. 1992. *Tahap Awal Dan Aplikasi Analisis Regresi*. Yogyakarta : Andi Offset

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

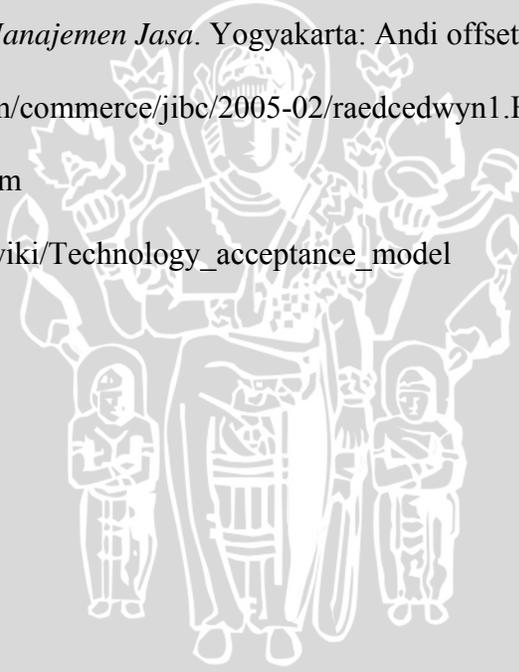
Suryadi, MT. 1997. *TCP/IP dan Internet Sebagai Jaringan Komunikasi Global*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Tjiptono, Fandy 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi offset.

<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/2005-02/raedcedwyn1.HTM>

<http://www.KlikBCA.com>

http://en.wikipedia.org/wiki/Technology_acceptance_model



LAMPIRAN 1. KUESIONER DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada : Yth. Bapak / Ibu / Saudara

Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Central Asia.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya penelitian yang saya adakan dengan judul “Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Nasabah Bank Central Asia Malang” guna penyusunan Skripsi pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, maka saya mohon kesediaan Bpk/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang berhubungan dengan persepsi anda terhadap pelayanan yang anda terima selama ini. Adapun jawaban yang diberikan, akan saya jaga kerahasiaannya sehingga tidak akan berpengaruh sedikitpun terhadap Bpk/ Ibu/ Saudara. Untuk itu saya harapkan kesediaan Bpk/Ibu/saudara untuk dapat mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Kesediaan anda merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi terselesaikannya penelitian ini. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih dan saya mohon maaf apabila ada pertanyaan yang kurang berkenan.

Hormat saya,

Petunjuk Pengisian : Isilah pertanyaan berikut dan coret pernyataan yang tidak perlu *

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Jenis kelamin : L / P*
 Usia :
 Tingkat pendidikan : SD / SLTP / SLTA / Diploma / Sarjana*
 Pekerjaan : Peg. Negri / Swasta / Wiraswasta / Mahasiswa*
 Sumber informasi : Iklan / Relasi atau teman / Keluarga*

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai.

SS : untuk jawaban **SANGAT SETUJU**

S : untuk jawaban **SETUJU**

RR : untuk jawaban **RAGU-RAGU**

TS : untuk jawaban **TIDAK SETUJU**



STS : untuk jawaban **SANGAT TIDAK SETUJU**



UKURAN PENILAIAN

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Independence / Kebebasan						
01.	Saya mendapatkan privasi dalam menggunakan internet banking					
02.	Saya dapat mencari dengan mudah apa yang ingin saya kerjakan di internet banking					
03.	Internet banking memudahkan saya dalam bertransaksi					
04.	Internet banking memudahkan saya berinteraksi dengan bank					
05.	Internet banking mempercepat transaksi perbankan					
06.	Internet banking dapat digunakan untuk transaksi perbankan yang tersedia					
Convenience / Kesenangan						
07.	Internet banking dapat digunakan dimana saja					
08.	Internet banking dapat digunakan kapan saja					
09.	Internet banking menghemat waktu yang digunakan untuk bertransaksi daripada harus datang ke Bank atau mesin ATM					
10.	Biaya yang saya gunakan untuk menggunakan internet banking relatif rendah					
Security / Keamanan						
11.	Saya yakin sistem internet banking mampu melindungi transaksi saya					
12.	Informasi yang saya dapatkan dalam internet banking					

	selalu tepat					
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
13.	Internet banking mampu menjamin keamanan keuangan saya					
14.	Saya yakin bahwa data yang ada dalam internet banking sama atau terintegrasi dengan data pada bank					

UKURAN KEPUASAN

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
01.	Saya merasa puas dengan faktor independence/kebebasan yang terdapat dalam internet banking					
02.	Saya merasa puas dengan faktor convenience/kesenangan yang terdapat dalam internet banking					
03.	Saya merasa puas dengan faktor security/keamanan yang terdapat dalam internet banking					
04.	Saya tidak memiliki keluhan berarti terhadap faktor internet banking					
05.	Saya akan merekomendasikan internet banking kepada orang lain					
06.	Saya akan menggunakan internet banking dalam melakukan transaksi					

LAMPIRAN 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	58.7	58.7	58.7
	Perempuan	31	41.3	41.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-24	25	33.3	33.3	33.3
	25-29	26	34.7	34.7	68.0
	30-34	17	22.7	22.7	90.7
	35-39	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	11	14.7	14.7	14.7
	Diploma	18	24.0	24.0	38.7
	Sarjana	46	61.3	61.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Swasta	45	60.0	60.0	60.0
	Wiraswasta	16	21.3	21.3	81.3
	Pelajar / Mahasiswa	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber Informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iklan	36	48.0	48.0	48.0
	Relasi / Teman	37	49.3	49.3	97.3
	Keluarga	2	2.7	2.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	



LAMPIRAN 3. DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

Frequency Table

Privasi (X1.1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	12	16.0	16.0	16.0
	4.00	43	57.3	57.3	73.3
	5.00	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kemudahan Penggunaan (X1.2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	4.0	4.0	4.0
	3.00	8	10.7	10.7	14.7
	4.00	42	56.0	56.0	70.7
	5.00	22	29.3	29.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kemudahan Bertransaksi (X1.3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	10.7	10.7	10.7
	4.00	37	49.3	49.3	60.0
	5.00	30	40.0	40.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kemudahan Berinteraksi (X1.4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	8.0	8.0	8.0
	4.00	41	54.7	54.7	62.7
	5.00	28	37.3	37.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kecepatan Transaksi (X1.5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	4.0	4.0	4.0
	4.00	46	61.3	61.3	65.3
	5.00	26	34.7	34.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Dapat digunakan untuk transaksi yang disediakan (X1.6)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	5.3	5.3	5.3
	3.00	9	12.0	12.0	17.3
	4.00	39	52.0	52.0	69.3
	5.00	23	30.7	30.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Dapat digunakan dimana saja (X2.1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	9.3	9.3	9.3
	3.00	17	22.7	22.7	32.0
	4.00	27	36.0	36.0	68.0
	5.00	24	32.0	32.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Dapat digunakan kapan saja (X2.2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	6.7	6.7	6.7
	3.00	3	4.0	4.0	10.7
	4.00	35	46.7	46.7	57.3
	5.00	32	42.7	42.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Hemat waktu (X2.3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	5.3	5.3	5.3
	3.00	7	9.3	9.3	14.7
	4.00	34	45.3	45.3	60.0
	5.00	30	40.0	40.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Hemat biaya (X2.4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	6.7	6.7	6.7
	3.00	20	26.7	26.7	33.3
	4.00	26	34.7	34.7	68.0
	5.00	24	32.0	32.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sistem yang melindungi transaksi nasabah (X3.1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	18	24.0	24.0	26.7
	4.00	38	50.7	50.7	77.3
	5.00	17	22.7	22.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Ketepatan Informasi (X3.2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	29	38.7	38.7	41.3
	4.00	30	40.0	40.0	81.3
	5.00	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Jaminan keamanan keuangan (X3.3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.3	1.3	1.3
	3.00	30	40.0	40.0	41.3
	4.00	30	40.0	40.0	81.3
	5.00	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Data yang terintegrasi dengan bank (X3.4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	26.7	26.7	26.7
	4.00	38	50.7	50.7	77.3
	5.00	17	22.7	22.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kepuasan terhadap faktor independence (Y1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	18.7	18.7	18.7
	4.00	48	64.0	64.0	82.7
	5.00	13	17.3	17.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kepuasan terhadap faktor convinience (Y2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	9.3	9.3	9.3
	4.00	54	72.0	72.0	81.3
	5.00	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Kepuasan terhadap faktor security (Y3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	24.0	24.0	24.0
	4.00	44	58.7	58.7	82.7
	5.00	13	17.3	17.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Tidak adanya keluhan (Y4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	26.7	26.7	26.7
	4.00	38	50.7	50.7	77.3
	5.00	17	22.7	22.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Merekomendasikan pada orang lain (Y5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	18.7	18.7	18.7
	4.00	47	62.7	62.7	81.3
	5.00	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Menggunakan kembali layanan (Y6)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	24.0	24.0	24.0
	4.00	43	57.3	57.3	81.3
	5.00	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	



LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS

Correlations

Correlations

		Variabel Independence (X1)
Privasi (X1.1)	Pearson Correlation	.543(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kemudahan Penggunaan (X1.2)	Pearson Correlation	.534(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kemudahan Bertransaksi (X1.3)	Pearson Correlation	.750(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kemudahan Berinteraksi (X1.4)	Pearson Correlation	.698(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kecepatan Transaksi (X1.5)	Pearson Correlation	.598(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Dapat digunakan untuk transaksi yang disediakan (X1.6)	Pearson Correlation	.474(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Variabel Convenience(X2)
Dapat digunakan dimana saja (X2.1)	Pearson Correlation	.653(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Dapat digunakan kapan saja (X2.2)	Pearson Correlation	.819(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Hemat waktu (X2.3)	Pearson Correlation	.801(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Hemat biaya (X2.4)	Pearson Correlation	.610(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Variabel Security (X3)
Sistem yang melindungi transaksi nasabah (X3.1)	Pearson Correlation	.773(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Ketepatan Informasi (X3.2)	Pearson Correlation	.857(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Jaminan keamanan keuangan (X3.3)	Pearson Correlation	.878(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Data yang terintegrasi dengan bank (X3.4)	Pearson Correlation	.779(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Kepuasan Nasabah (Y)
Kepuasan terhadap faktor independence (Y1)	Pearson Correlation	.692(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kepuasan terhadap faktor convinience (Y2)	Pearson Correlation	.703(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kepuasan terhadap faktor security (Y3)	Pearson Correlation	.554(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Tidak adanya keluhan (Y4)	Pearson Correlation	.632(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Merekomendasikan pada orang lain (Y5)	Pearson Correlation	.440(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Menggunakan kembali layanan (Y6)	Pearson Correlation	.662(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Kepuasan Nasabah (Y)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	75

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 5. UJI RELIABILITAS

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X1.1	4.1067	.6488	75.0
2.	X1.2	4.1067	.7457	75.0
3.	X1.3	4.2933	.6529	75.0
4.	X1.4	4.2933	.6101	75.0
5.	X1.5	4.3067	.5446	75.0
6.	X1.6	4.0800	.8014	75.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 75.0 N of Items = 6

Alpha = .6637

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X2.1	3.9067	.9610	75.0
2.	X2.2	4.2533	.8235	75.0
3.	X2.3	4.2000	.8220	75.0
4.	X2.4	3.9200	.9265	75.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 75.0 N of Items = 4

Alpha = .6902

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X3.1	3.9333	.7593	75.0
2.	X3.2	3.7467	.7900	75.0
3.	X3.3	3.7600	.7683	75.0
4.	X3.4	3.9600	.7060	75.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 75.0

N of Items = 4

Alpha = .8401

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Y1	3.9867	.6039	75.0
2.	Y2	4.0933	.5244	75.0
3.	Y3	3.9333	.6438	75.0
4.	Y4	3.9600	.7060	75.0
5.	Y5	4.0000	.6151	75.0
6.	Y6	3.9467	.6554	75.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 75.0

N of Items = 6

Alpha = .6619

LAMPIRAN 6. ANALISIS REGRESI BERGANDA

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Nasabah (Y)	23.9200	2.29429	75
Variabel Independence (X1)	25.3733	2.34102	75
Variabel Convenience(X2)	16.2267	2.63845	75
Variabel Security (X3)	15.4000	2.48781	75

Correlations

		Kepuasan Nasabah (Y)	Variabel Independence (X1)	Variabel Convenience(X2)	Variabel Security (X3)
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah (Y)	1.000	.547	.677	.735
	Variabel Independence (X1)	.547	1.000	.411	.482
	Variabel Convenience(X2)	.677	.411	1.000	.643
	Variabel Security (X3)	.735	.482	.643	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah (Y)	.	.000	.000	.000
	Variabel Independence (X1)	.000	.	.000	.000
	Variabel Convenience(X2)	.000	.000	.	.000
	Variabel Security (X3)	.000	.000	.000	.
N	Kepuasan Nasabah (Y)	75	75	75	75
	Variabel Independence (X1)	75	75	75	75
	Variabel Convenience(X2)	75	75	75	75
	Variabel Security (X3)	75	75	75	75

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Variabel Security (X3), Variabel Independence (X1), Variabel Convenience (X2)(a)		Enter

- a All requested variables entered.
- b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803(a)	.644	.629	1.39658

- a Predictors: (Constant), Variabel Security (X3), Variabel Independence (X1), Variabel Convenience(X2)

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.040	3	83.680	42.903	.000(a)
	Residual	138.480	71	1.950		
	Total	389.520	74			

- a Predictors: (Constant), Variabel Security (X3), Variabel Independence (X1), Variabel Convenience(X2)
- b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	8.149	1.793		4.546	.000			
	Variabel Independence (X1)	.205	.080	.209	2.563	.012	.547	.291	.181
	Variabel Convenience (X2)	.272	.081	.313	3.352	.001	.677	.370	.237
	Variabel Security (X3)	.399	.090	.433	4.449	.000	.735	.467	.315

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



LAMPIRAN 7. MATRIKS DATA

Matriks Data. (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
1.	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	26.00
2.	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	3.00	24.00
3.	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	25.00
4.	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	28.00
5.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
6.	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	27.00
7.	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	27.00
8.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	29.00
9.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	29.00
10.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
11.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
12.	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	28.00
13.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
14.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
15.	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	26.00
16.	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	26.00
17.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
18.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	29.00
19.	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	29.00
20.	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	28.00
21.	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	27.00
22.	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	26.00
23.	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	3.00	25.00
24.	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	25.00
25.	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27.00
26.	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	24.00
27.	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	21.00
28.	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	21.00
29.	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	23.00
30.	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	23.00
31.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
32.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
33.	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	23.00
34.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	23.00
35.	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	3.00	23.00
36.	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	21.00

37.	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	27.00
38.	5.00	2.00	4.00	4.00	5.00	2.00	26.00
39.	5.00	3.00	4.00	3.00	5.00	4.00	24.00
40.	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	25.00
41.	4.00	2.00	4.00	5.00	4.00	5.00	26.00
42.	3.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	24.00
43.	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	25.00
44.	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	28.00
45.	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
46.	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27.00
47.	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27.00
48.	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
49.	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
50.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
51.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	24.00
52.	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	28.00
53.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
54.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
55.	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	26.00
56.	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	26.00
57.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	24.00
58.	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
59.	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	29.00
60.	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	28.00
61.	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	27.00
62.	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	26.00
63.	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	25.00
64.	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	2.00	25.00
65.	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	27.00
66.	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	24.00
67.	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	21.00
68.	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	21.00
69.	3.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	23.00
70.	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	23.00
71.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
72.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
73.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	23.00
74.	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	23.00
75.	3.00	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	23.00



Matriks Data (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
1.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
2.	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
3.	2.00	2.00	2.00	3.00	9.00
4.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
5.	3.00	4.00	3.00	3.00	13.00
6.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
7.	4.00	4.00	5.00	5.00	18.00
8.	5.00	5.00	5.00	3.00	18.00
9.	5.00	5.00	5.00	2.00	17.00
10.	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
11.	2.00	4.00	4.00	4.00	14.00
12.	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
13.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
14.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
15.	5.00	5.00	5.00	3.00	18.00
16.	3.00	2.00	2.00	3.00	10.00
17.	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
18.	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
19.	5.00	5.00	5.00	3.00	18.00
20.	4.00	4.00	5.00	3.00	16.00
21.	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
22.	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
23.	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
24.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
25.	5.00	4.00	4.00	4.00	17.00
26.	4.00	4.00	5.00	3.00	16.00
27.	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
28.	4.00	4.00	3.00	3.00	14.00
29.	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
30.	4.00	4.00	5.00	2.00	15.00
31.	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
32.	5.00	5.00	3.00	3.00	16.00
33.	5.00	5.00	5.00	3.00	18.00
34.	5.00	5.00	4.00	2.00	16.00
35.	2.00	4.00	3.00	3.00	12.00
36.	4.00	4.00	3.00	3.00	13.00
37.	5.00	5.00	3.00	4.00	17.00

38.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
39.	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
40.	2.00	3.00	2.00	2.00	9.00
41.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
42.	5.00	4.00	5.00	4.00	18.00
43.	3.00	2.00	2.00	2.00	9.00
44.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
45.	3.00	3.00	4.00	3.00	13.00
46.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
47.	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
48.	3.00	5.00	5.00	5.00	18.00
49.	2.00	5.00	5.00	5.00	17.00
50.	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
51.	4.00	2.00	4.00	4.00	14.00
52.	4.00	5.00	5.00	5.00	19.00
53.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
54.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
55.	3.00	5.00	5.00	5.00	18.00
56.	3.00	3.00	3.00	4.00	10.00
57.	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
58.	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
59.	3.00	5.00	5.00	5.00	18.00
60.	3.00	4.00	4.00	5.00	16.00
61.	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
62.	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00
63.	4.00	5.00	5.00	5.00	19.00
64.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
65.	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
66.	3.00	4.00	4.00	5.00	16.00
67.	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
68.	3.00	4.00	4.00	3.00	14.00
69.	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00
70.	2.00	4.00	4.00	5.00	15.00
71.	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
72.	3.00	5.00	5.00	3.00	16.00
73.	3.00	5.00	5.00	5.00	18.00
74.	2.00	5.00	5.00	4.00	16.00
75.	3.00	2.00	4.00	3.00	12.00



Matriks Data (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
1.	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
2.	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
3.	2.00	3.00	3.00	4.00	12.00
4.	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00
5.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
6.	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00
7.	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
8.	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
9.	4.00	3.00	4.00	5.00	16.00
10.	3.00	3.00	4.00	4.00	14.00
11.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
12.	3.00	4.00	4.00	5.00	16.00
13.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
14.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
15.	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
16.	2.00	3.00	3.00	4.00	12.00
17.	3.00	3.00	3.00	4.00	13.00
18.	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
19.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
20.	3.00	4.00	3.00	5.00	15.00
21.	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
22.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
23.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
24.	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
25.	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
26.	3.00	3.00	3.00	4.00	13.00
27.	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00
28.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
29.	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
30.	3.00	3.00	3.00	4.00	13.00
31.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
32.	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
33.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
34.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
35.	3.00	3.00	3.00	4.00	13.00
36.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
37.	3.00	3.00	4.00	4.00	14.00

38.	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
39.	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
40.	3.00	4.00	2.00	3.00	12.00
41.	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
42.	4.00	4.00	5.00	5.00	18.00
43.	4.00	2.00	3.00	3.00	12.00
44.	5.00	4.00	4.00	4.00	17.00
45.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
46.	4.00	4.00	3.00	3.00	14.00
47.	5.00	5.00	4.00	5.00	19.00
48.	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
49.	5.00	4.00	3.00	4.00	16.00
50.	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00
51.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
52.	5.00	3.00	4.00	4.00	16.00
53.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
54.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
55.	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
56.	4.00	2.00	3.00	3.00	12.00
57.	4.00	3.00	3.00	3.00	13.00
58.	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
59.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
60.	5.00	3.00	4.00	3.00	15.00
61.	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
62.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
63.	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
64.	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00
65.	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
66.	4.00	3.00	3.00	3.00	13.00
67.	4.00	4.00	3.00	3.00	14.00
68.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
69.	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
70.	4.00	3.00	3.00	3.00	13.00
71.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
72.	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
73.	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
74.	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
75.	4.00	3.00	3.00	3.00	13.00



Matriks Data (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
1.	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	23.00
2.	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	24.00
3.	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	21.00
4.	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	27.00
5.	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	20.00
6.	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26.00
7.	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	25.00
8.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	24.00
9.	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	25.00
10.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	23.00
11.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
12.	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	26.00
13.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
14.	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	23.00
15.	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	25.00
16.	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	21.00
17.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	23.00
18.	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	25.00
19.	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	29.00
20.	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	24.00
21.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
22.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
23.	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	28.00
24.	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	24.00
25.	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	24.00
26.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	23.00
27.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	22.00
28.	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	20.00
29.	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	22.00
30.	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	24.00
31.	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	25.00
32.	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	23.00
33.	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	27.00
34.	4.00	4.00	3.00	3.00	5.00	4.00	23.00
35.	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	21.00
36.	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	21.00
37.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00

38.	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	21.00
39.	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	23.00
40.	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	21.00
41.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	23.00
42.	4.00	4.00	5.00	5.00	3.00	3.00	24.00
43.	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	20.00
44.	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26.00
45.	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	21.00
46.	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	26.00
47.	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	24.00
48.	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	25.00
49.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
50.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
51.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
52.	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	27.00
53.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
54.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	23.00
55.	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	25.00
56.	3.00	3.00	4.00	3.00	5.00	4.00	22.00
57.	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	23.00
58.	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26.00
59.	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
60.	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	24.00
61.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
62.	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	29.00
63.	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	27.00
64.	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	3.00	25.00
65.	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	24.00
66.	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	22.00
67.	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	21.00
68.	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	21.00
69.	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	22.00
70.	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	24.00
71.	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	26.00
72.	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	22.00
73.	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	26.00
74.	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	24.00
75.	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	20.00



LAMPIRAN 8. UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Kenormalan.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15.4000
	Std. Deviation	2.48781
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Autokorelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.803 ^a	.644	.629	1.39658	.644	42.903	3	71	.000	2.075

a. Predictors: (Constant), Variabel Security (X3), Variabel Independence (X1), Variabel Convenience (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

c. Uji Multikolinearitas.

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.149	1.793		4.546	.000		
	Variabel Independence (X1)	.205	.080	.209	2.563	.012	.750	1.333
	Variabel Convenience(X2)	.272	.081	.313	3.352	.001	.574	1.743
	Variabel Security (X3)	.399	.090	.433	4.449	.000	.530	1.888

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

d. Uji Heteroskedastisitas.

Correlations

			Variabel Independence (X1)	Variabel Convenience(X2)	Variabel Security (X3)	Kepuasan Nasabah (Y)
Spearman's rho	Variabel Independence (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.514**	.466**	.579**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	75	75	75	75
Variabel Convenience(X2)	Variabel Convenience(X2)	Correlation Coefficient	.514**	1.000	.699**	.742**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	75	75	75	75
Variabel Security (X3)	Variabel Security (X3)	Correlation Coefficient	.466**	.699**	1.000	.730**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	75	75	75	75
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan Nasabah (Y)	Correlation Coefficient	.579**	.742**	.730**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).