

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH PENGGUNA *INTERNET BANKING*  
(STUDI KASUS DI AREA BISNIS SURABAYA)**

Andita Vindi Pratama

Ilmu Ekonomi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

[anditavindi@gmail.com](mailto:anditavindi@gmail.com)

**Abstrak** - *Internet Banking* merupakan salah satu layanan jasa Bank yang dimungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan internet seperti komputer atau *smartphone*. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kecepatan, kualitas layanan dan kenyamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di area bisnis kota Surabaya. Penelitian ini termasuk jenis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer yang di peroleh dari studi lapangan yaitu dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di area bisnis kota Surabaya yang menggunakan fasilitas *internet banking*. Pengambilan sampel menggunakan metode *sampel nonprobability sampling* dengan uji coba instrumen, uji asumsi klasik dan uji analisis data dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 18*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kecepatan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di area bisnis Surabaya, sedangkan tingkat kualitas layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di area bisnis Surabaya.

**Kata Kunci** : Internet Banking, Tingkat Kecepatan, Kualitas Layanan, Kenyamanan, Kepuasan Nasabah menggunakan *Internet Banking*.

**Abstract** - *Internet Banking is one of the Banking service that enable customers to obtain information, to communicate and doing transaction through internet network in a computer or smartphone. The purpose of this research study is to determine the influence of speed / promptness level, service quality and customer satisfaction in managing their finance for internet banking user in Surabaya business area. By using a qualitative descriptive as an approach, nonprobability sampling method was used with instrument test, and SPSS 18 was used as classical assumption test and data analysis test. The results of this study indicate that the rate of speed and convenience have a positive and significant impact on customer satisfaction of internet banking users is the business area of Surabaya, while the level of service quality has a positive impact but it is not significant on customers satisfaction of internet banking user in Surabaya business area.*

**Keywords:** *Internet Banking, Speed Rate, Service Quality, Convenience, Customer Satisfaction using Internet Banking.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi di Indonesia khususnya teknologi internet yang dulunya membangun bisnis yang bersifat real mulai beralih menuju bisnis yang bersifat maya atau yang disebut bisnis online. Meningkatnya penggunaan internet dan *smartphone*, mengakibatkan pengembangan jaringan *electronic banking*, menjadi sangat penting bagi bisnis perseroan untuk menjaga kesetiaan nasabah (Yoga, 2012). Semakin cepatnya perkembangan teknologi informasi pada masa sekarang ini menjadikan *internet banking* sebagai alternatif yang banyak dipakai oleh bank. dengan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 27/164/KEP/DIR/1995 Tentang Penggunaan Teknologi Sistem Informasi Nomor 31/175/KEP/DIR/1998 tentang Penyempurnaan Teknologi Sistem Informasi Bank dalam Menghadapi tahun 2000.

Dalam studi yang dilakukan (Kaleem dan Ahmad, 2008), di Pakistan disebutkan *e-banking* sebagai sarana untuk meminimalisir ketidaknyamanan, mengurangi biaya transaksi dan menghemat waktu. *Internet banking* menawarkan kemudahan dalam melakukan pengecekan saldo rekening terakhir (*account in quiry*), pembukuan rekening baru (*account opening*),

pengiriman uang (*transfer*), pembayaran tagihan (*payment*), informasi suku bunga dan nilai tukar mata uang, mengubah nomor PIN dan simulasi perhitungan kredit

Di Indonesia perkembangan *internet banking* pada Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI, dan Bank BRI berdasarkan peringkat *Top Brand Index* 2014-2017 dilihat dari kategori *Banking* dan *Finance* serta kategori *E-Channel*, dapat dilihat di dalam tabel 1.1

**Tabel 1**

**Tabel Top Brand Index Internet Banking**

Kategori	<i>Top Brand Index (TBI)</i>			
	2014	2015	2016	2017
klik BCA	53,70%	60,20%	54%	53,30%
Internet Banking Mandiri	20,20%	16,90%	20%	19%
Internet Banking BRI	10,6%	8,5%	9%	10,3%
BNI Internet Banking	9,6%	11,5%	6,3%	7,9%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) tahun 2014-2017

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam jenis deksriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dimana data yang diperoleh dari studi lapangan. Dalam penelitian ini data primer di dapat melalui kuesioner dan berisi daftar pertanyaan yang di bagikan ke 100 responden akan tetapi yang kembali hanya 97 responden. Dengan menggunakan kuesioner (*angket*) yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008). Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat kecepatan ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ) dan kenyamanan ( $X_3$ ) mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *internet banking* (Y) di area bisnis kota Surabaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran data terdapat 97 total data yang dapat dianalisis. Hasil data tersebut dibagi dalam beberapa karakteristik responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	40	41,2%
Perempuan	57	58,8%
Jumlah	97	100%

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 2 menunjukkan jumlah presentase responden laki-laki yang menggunakan *internet banking* sebesar 40 (41,2%) sedangkan responden perempuan yang menggunakan *internet banking* sebesar 57 (58,8%).

**Tabel 3**  
**Demografi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
19-25 tahun	45	46,4%
26-30 tahun	22	22,7%
31-38 tahun	19	19,6%
38-50 tahun	11	11,3%
Jumlah	97	100%

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 2 menunjukkan jumlah presentase responden dengan usia 19-25 tahun yang menggunakan *internet banking* sebesar 45 (46,4%), responden dengan usia 26-30 tahun yang menggunakan *internet banking* sebesar 22 (22,7%), responden dengan usia 31-38 tahun yang menggunakan *internet banking* sebesar 19 (19,6%) dan responden dengan usia 38-50 tahun yang menggunakan *internet banking* sebesar 11 (11,3%).

**Tabel 3**  
**Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Wiraswasta	15	15,5%
PNS	22	22,7%
Karyawan Swasta	37	38,1%
Ibu Rumah Tangga	3	3,1%
Pelajar/Mahasiswa	20	20,6%
Jumlah	97	100%

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 3 menunjukkan jumlah presentasi responden dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 15 (15,5%), responden dengan pekerjaan PNS sebesar 20 (22,7%), responden dengan pekerjaan karyawan swasta sebesar 37 (38,1%) dan responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 3 (3,1%) dan responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebesar (20,6%).

**Tabel 4**  
**Demografi Responden Berdasarkan Penggunaan Internet Banking**

<b>Pengguna Internet Banking</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
3 bulan	14	14,4%
7 bulan	13	13,4%
>1,5 tahun	33	34,0%
<3 tahun	20	20,6%
>3 tahun	17	17,5%
Jumlah	97	100%

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4 menunjukkan jumlah presentase responden pengguna *internet banking* sebesar 3bulan 14 (14,43%), responden pengguna *internet banking* sebesar 7bulan 13 (13,4%), responden pengguna *internet banking* sebesar >1,5 tahun 33 (34,0%), responden pengguna *internet banking* sebesar 20 (20,6%) dan reponden pengguna *internet banking* sebesar 17 (17,5%).

**Tabel 5**  
**Demografi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

<b>Pendapatan Perbulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Rp.1.000.000-2.500.000	32	33,0%
Rp. 2.500.000-4.000.000	44	45,4%
Rp. 4.000.000-7.000.000	21	21,6%
Jumlah	97	100%

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 5 menunjukkan jumlah presentase responden dengan pendapatan perbulan Rp. 1.000.000-2.500.000 sebesar 32 (33,0%), responden dengan pendapatan pebulan Rp. 2.500.000-4.000.000 sebesar 44 (45,4%) dan responden dengan pendapatan perbulan Rp. 4.000.000-7.000.000 sebesar 21 (21,6%).

**Tabel 6**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.637	.789		2.074	.041
Kecepatan	.420	.106	.417	3.968	.000
Kualitas layanan	.010	.092	.010	.104	.918
Kenyamanan	.487	.094	.493	5.165	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel diatas , maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

$$Y = 1,637 + 0,420 X_1 + 0,010 X_2 + 0,487 X_3 + e$$

1. Nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,420 maka dapat diartikan bahwa apabila tingkat kecepatan naik 1 tingkatan maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,420 tingkatan dengan asumsi bahwa  $X_2$  dan  $X_3$  tetap.

2. Nilai koefisien  $X_2$  sebesar 0,010 maka dapat diartikan bahwa apabila tingkat kualitas layanan naik 1 tingkatan maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,010 tingkatan dengan asumsi bahwa  $X_1$  dan  $X_2$  tetap.
3. Nilai koefisien  $X_3$  sebesar 0,487 maka dapat diartikan bahwa apabila tingkat kenyamanan naik 1 tingkatan maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,480 tingkatan dengan asumsi bahwa  $X_1$  dan  $X_2$  tetap.

**Tabel 7**  
**Hasil Perhitungan Koefisien Determinanan ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.881 <sup>a</sup>	0.776	0.769	1.69043

a. *Predictors: (Constant)*, kecepatan, kualitas layanan, kenyamanan

b. *Dependent Variabel: Kepuasan nasabah mengguna internet banking*

Berdasarkan tabel diatas nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0.776, menjelaskan artinya tingkat kecepatan ( $X_1$ ), Kualitas Layanan ( $X_2$ ) dan Kenyamanan ( $X_3$ ) secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan nasabah sebesar 77,6%, sedangkan sisanya yang sebesar 22,4% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

**Tabel 8**  
**Hasil Perhitungan Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	920.186	3	306.729	107.340	.000 <sup>a</sup>
	Residual	265.752	93	2.858		
	Total	1185.938	96			

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Kualitas layanan, Kecepatan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	920.186	3	306.729	107.340	.000 <sup>a</sup>
	Residual	265.752	93	2.858		
	Total	1185.938	96			

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Kualitas layanan, Kecepatan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Nilai F hitung > F tabel, yaitu  $107.340 > 3,09$  dan signifikansi  $0.000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kecepatan, kualitas layanan dan kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 9**  
**Hasil Perhitungan Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.637	.789		2.074	.041
	Kecepatan	.420	.106	.417	3.968	.000
	Kualitas layanan	.010	.092	.010	.104	.918
	Kenyamanan	.487	.094	.493	5.165	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis uji t sebagai berikut :

- 1) Kecepatan ( $X_1$ ) memperoleh nilai t hitung > t tabel sebesar  $3.968 > 1.986$  dan nilai signifikansi < 0,05 sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kecepatan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking*.



- 2) Kualitas Layanan ( $X_2$ ) memperoleh nilai t hitung  $< t$  tabel sebesar  $0,104 < 1,986$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  sebesar  $0,918 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif tetapi tidak signifikansi terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking*.
- 3) Kenyamanan ( $X_3$ ) memperoleh nilai t hitung  $> t$  tabel sebesar  $5,165 > 1,986$  dan signifikansi  $< 0,05$  sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kenyamanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking*.

## **KESIMPULAN**

Hasil pengolahan data dan hasil uji hipotesis yang dilakukan peneliti ini adalah tingkat kecepatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di area bisnis kota Surabaya. Tingkat kualitas layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di area bisnis kota Surabaya. Tingkat kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di area bisnis kota Surabaya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Acharya, S. N.; Thomas, J. E.; Basu, S. K., 2008. *Fenugreek, an alternative crop for semiarid regions of North America*. Crop Sci., 48 (3), pp. 841-853.
- Ahanger, G.R.2011. *Investigation into the Determinants of Customers' Preferences and Satiisfaction of Internet Banking*. Journal of Applies Sciences, Vol. 11 No. 03, pp. 426-437.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

- Dzurotun, Nisa Dede. Silvi Ariyani Tyas. Oktaviani, Karina. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri*. Juenal Manajemen, Vol. 13 No. 1.
- Engel, James F. Blackwell, Roger D. Dan Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen* Edisi 6 Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Engel, James F. Blackwell, Roger D. Dan Miniard, Paul W. 1996. *Kepuasan Pelanggan*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Gilarso. 2003. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Gronlund, dan Linn. 1990. *Measurement and Evaluation ini Teaching*. Sixth Edition. New York Macmillan Publishing Company.
- Kaleem, Ahmad, dan Saima Ahmad. 2008. “ *Banker’s Perception of Electronic Banking* “. Pakistan: Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 13, No. 1, pp. 1-16.
- Kerem K. 2003. *Adoption of Electronis Banking: Underlying Cstomer behaviour and Critical Success Factors*. Case of Estonia, PRAXIS Center for Policy Studies.
- Li, Zhao. 2010. *Study on Online Banking Adoption and Its Predictors*. Second International Conference on Multimedia and Information Technoloy. IEEE.
- Mamang dan Shopiah. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Mangkunegara, Anwar. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama.
- Mary J.Cronin, 1998. *Banking and Finance on The Internet*. Canada: John Wiley & Sons.
- Mukherjee, A. and Nath, P. 2003. *A Model of Trust in Online Relationship Banking*. The International Journal Of Bank Marketing Bradford, 21 (1),5.
- Meunter, M.L, Ostrom, A.L, Roundtree, R.I. & Bitner, M.J. 2000. “Self-service technologies : understanding customer satisfaction with

technology-based service encounters”. *Journal of Marketing*, Vol. 64 No. 3, 50-64.

Nazir, Moh. 1993. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Poon, W. C. 2008. Users Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23 (1), 59-69.

Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.

Sutrisno, Hadi. 2010. *Analisis Regresi*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Tampubolon, Nelson. 2004. Surat Edaran: *Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking) (online)*.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta : CV Andi.

Yoga, Paulus. 2012. 85% *Transaksi Lewat E-Channel, Bank Mandiri Klaim Makin Efisien*.

Zeithaml, V. et al. 1990. *Delivering Quality*. 5<sup>th</sup> Edition, Free Press A Division of Macmillan Inc.

<http://topbrand-award.com/top-brand-survey/survey->

[result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1) di Akses 03 April 2018.