

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN INTERNET BANKING (IB)
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BJB KCP CIPANAS**

Dadang Yudih^{1*}, Mia Siti Rahmiati², Suryana³

Universitas Suryakencana

*Corresponding Author e-mail: dadangyudih@unsur.ac.id

miasr379@gmail.com, Suryanaaditya30@gmail.com

Masuk: Juli 2021	Penerimaan: Juli 2021	Publikasi: September 2021
------------------	-----------------------	---------------------------

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan kualitas pelayanan internet banking yang terdiri dari desain website, reliabilitas, keamanan dan layanan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank BJB KCP Cipanas. Metode penelitian yang digunakan yaitu Metode Kuantitatif. Adapun variabel penelitian adalah kualitas pelayanan Internet Banking (X) dan Kepuasan (Y) untuk menguji tingkat reliabilitasnya dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank BJB KCP Cipanas, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Sedangkan alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Hasil analisis penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan Internet Banking (IB) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB KCP Cipanas.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Internet Banking, Kepuasan Nasabah, Bank BJB KCP Cipanas*

ABSTRACT

This study aims to determine the role of internet banking service quality which consists of website design, reliability, security and customer service in increasing customer satisfaction at Bank BJB KCP Cipanas. The research method used is the Quantitative Method. The research variables are Internet Banking service quality (X) and Satisfaction (Y) to test the level of reliability using Cronbach's Alpha. The population in this study were all customers of Bank BJB KCP Cipanas, with a total sample of 100 people. While the data collection tool used is a questionnaire. The results of the research analysis show the influence of Internet Banking (IB) service quality on customer satisfaction at Bank BJB KCP Cipanas.

Keywords: *Service Quality, Internet Banking, Customer Satisfaction, Bank BJB KCP Cipanas.*

A. PENDAHULUAN

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan persaingan yang ketat. Globalisasi dalam bidang perbankan saat ini berpengaruh besar terhadap persaingan. Perusahaan yang mempunyai keunggulan dalam

bersaing akan menjadi kunci sukses dalam persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini. Hal ini harus dilakukan oleh setiap perusahaan karena hanya dengan langkah inilah kelangsungan perusahaan akan dapat terjaga.

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu Profit Strategy untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Kepuasan pelanggan tidak hanya mendukung bertahannya suatu perusahaan, tetapi juga bagaimana perusahaan tersebut berkembang. Pelayanan harus dilakukan terus menerus tanpa henti, karena bank bekerja berdasarkan prinsip kepercayaan, sehingga value itu menjadi penting. Value terbaik bisa membuat nasabah puas dan pada akhirnya nasabah menjadi loyal (Syahputra & Susianto, 2020).

Salah satu tolak ukur keberhasilan bank dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Saat ini, para bank berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Semua ini menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bank pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan Total Customer Value yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank.

Menurut Kotler (2009: 83) bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Hamdani, 2019).

Kualitas pelayanan terhadap nasabah menjadi salah satu hal yang sangat urgen untuk diperhatikan oleh bank-bank yang beroperasi. Pelayanan yang baik dan paripurna penting untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan bank yang baik juga akan memberikan kenyamanan buat nasabah selain itu akan

membuat nasabah akan semakin loyal terhadap bank, selain itu akan menambah kepercayaan (*trust*) kepada bank.

Perkembangan pelayanan jasa-jasa perbankan yang dilakukan melalui internet semakin berkembang seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi yang semakin cepat. Faktor inovasi produk dan perkembangan teknologi sudah merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan perkembangan industri perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga menjadi lebih cepat, bagus dan efisien. Namun demikian, masalah keamanan bertransaksi serta perlindungan nasabah menjadi perhatian tersendiri untuk pengembangan internet banking ke depan, terutama karena tidak adanya kepastian hukum bagi nasabah dimana belum terdapat suatu bentuk pengaturan atas kegiatan internet di Indonesia.

Masalah keamanan tidak hanya untuk kepentingan nasabah tetapi juga untuk kepentingan bank penyelenggara internet banking itu sendiri maupun industri perbankan secara keseluruhan. Bank Indonesia sebagai otoritas pengawas bank sangat berkepentingan untuk menjaga agar bank-bank pelaksana internet banking senantiasa menerapkan prinsip-prinsip kehati-hatian dalam perbankan (*prudential banking operation*), manajemen resiko dan perlindungan terhadap nasabah (*customer protection*) dalam penyelenggaraan jasa perbankan melalui internet mengingat ketergantungan terhadap teknologi dan pihak ketiga sangat tinggi. Kajian mengenai internet banking ini nantinya akan menjadi bahan penyusunan pedoman serta dasar pemikiran dalam pembuatan ketentuan atau peraturan mengenai internet banking di Indonesia (Atorf, N., Sugiarto, A., Fiscallutfi, I., & Isnaeni, M. Y., 2002).

Dunia Perbankan tidak berbeda dengan industri lainnya dimana teknologi Internet mulai menjadi merasuk dan bahkan sebagian sudah menjadi standar *de facto*. Internet Banking mulai muncul sebagai salah satu servis dari Bank. Servis ini mulai menjadi tuntutan dari sebagian nasabah bank, sama halnya dengan servis ATM dan phone banking. Akan aneh jika sebuah bank tidak memiliki ATM. Demikian pula tidak lama lagi akan aneh jika sebuah bank tidak memiliki Internet Banking meskipun jumlah pengguna Internet di Indonesia masih sedikit. Tuntutan ini datang dari nasabah yang menginginkan servis cepat, tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu), nyaman, dan murah. Hal ini dapat diberikan oleh layanan

Internet Banking. Namun dibalik kemudahan dan kenyamanan tersebut terdapat aspek keamanan. Dalam sebuah survey oleh Ernst & Young tentang Information Security diperoleh informasi bahwa 66% responden mengatakan security dan privacy merupakan penghambat lebih besarnya penggunaan *electronic commerce*.

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Internet Banking (IB) terhadap kepuasan nasabah di Bank BJB KCP Cipanas. Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia secara umum. Kemudian dampak terhadap keilmuan adalah bisa menjadi referensi buat peneliti selanjutnya ataupun penelitian-penelitian sejenis, khususnya dalam kaidah keilmuan kontemporer dalam rangka era kebangkitan perbankan syariah di Indonesia dan di negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim di dunia seperti Malaysia dan negara-negara Arab di Timur Tengah (Subagja & Hanifah, 2020).

B. KERANGKA TEORI

1. Kualitas Pelayanan

Hasil studi menunjukkan bahwa ada beberapa indikator yang menjadi kualitas pelayanan, hal ini seperti yang diungkapkan Parasuraman, dkk (dalam Prastiwi, dkk Yogyakarta, 2017) yang mengatakan bahwa ada sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas, responsivitas atau daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, bukti fisik, meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (misalnya, kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain). (Guspul, 2014).

Selanjutnya kualitas pelayanan dapat dimaknai sebagai sejauhmana perbedaan terhadap layanan yang diharapkan oleh nasabah atau pelanggan yang mereka terima, hal ini baru dapat diketahui dengan membandingkan persepsi nasabah terhadap layanan yang mereka peroleh. (Febriana, 2016).

Setidaknya ada lima dimensi pelayanan yang wajib dipenuhi oleh perusahaan dalam melayani pelanggan yang disebut Service Quality (SERVQUAL), yaitu: bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, empati, dan jaminan. (Ratmino dan Atik dalam Febriana, 2016).

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan dan kenyataan menjadi indikator penting terhadap kepuasan nasabah. Nasabah tentu berharap banyak pelayanan yang diberikan akan bisa memenuhi harapan mereka, sehingga mereka akan terpuaskan dan akan semakin loyal.

2. Internet Banking

Internet merupakan sekumpulan jaringan yang terhubung satu dengan lainnya, di mana jaringan menyediakan sambungan menuju global informasi. Sedangkan *internet banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru. Internet banking sebagai bentuk pelayanan bank melalui media internet. Kehadiran internet banking telah menyebabkan efisiensi penyelenggaraan kegiatan usaha bank sangat tinggi. Internet banking memiliki tiga tahap pelayanan yang ditawarkan kepada nasabah, yaitu layanan informasi (informational) dimana bank hanya menyediakan informasi jasa keuangan dalam websitenya, komunikasi (communicational) dimana dalam website tersebut juga memungkinkan nasabah untuk dapat berkomunikasi dengan bank, transaksi (transaccional/advance) dimana sudah memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi-transaksi keuangan virtual seperti, transfer dana, pengecekan saldo, ataupun jenis pembayaran (Rahmah, Y. N. 2018).

3. Tujuan Internet Banking

Tujuan Internet Banking Media internet dapat digunakan oleh bank untuk beberapa tujuan, baik bagi pihak bank maupun pihak nasabah, yaitu:

- a. Bagi Bank
 - 1) Menjelaskan produk dan jasa seperti, pemberian pinjaman dan kartu kredit.
 - 2) Menyediakan informasi mengenai suku bunga dan kurs mata uang asing yang terbaru.
 - 3) Menunjukkan laporan tahunan perusahaan dan keterangan pers lainnya.
 - 4) Menyediakan informasi ekonomi dan bisnis seperti perkiraan bisnis.

- 5) Memberikan daftar lokasi kantor bank tersebut dan lokasi ATM.
- 6) Memberikan daftar pekerjaan yang membutuhkan tenaga kerja baru.
- 7) Memberikan gambaran mengenai bank.
- 8) Menyediakan informasi mengenai sejarah bank dan peristiwa terbaru.
- 9) Memberikan pelayanan kepada nasabah untuk memeriksa neraca tabungan dan memindahkan dana antar tabungan.
- 10) Menyediakan algoritma yang sederhana sehingga para nasabah dapat membuat perhitungan untuk pembayaran pinjaman, perubahan atau pengurangan pembayaran hipotik, dan lain sebagainya (Mary J.Cronin dalam Niko Estradiyanto, 2012).

b. Bagi Nasabah

- 1) Mempermudah nasabah dalam bertransaksi perbankan, karena dengan internet banking akses perbankan dapat dilakukan di 27 komputer pribadi (personal computer) nasabah bahkan lebih dekat, tanpa harus datang ke kantor cabang.
- 2) Mempercepat kegiatan transaksi perbankannya dengan modal komputer pribadi, nasabah dapat mengakses transaksi apapun dengan beberapa “klik” di mouse komputer. Tanpa membuang waktu untuk datang mengisi formulir di kantor cabang.
- 3) Menghemat biaya seperti menghemat ongkos jalan ke kantor cabang.

4. Faktor-Faktor Penggunaan Internet Banking

Faktor-faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan internet banking, yaitu:

- a. Kenyamanan (*Convenience*)
Kenyamanan berarti nasabah merasa bahwa internet banking itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat. Internet banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun.
- b. Kemampuan Mengakses (*Accessilability*)

Kemampuan mengakses adalah kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika dibutuhkan.

c. Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*)

Faktor lain yang penting di dalam kesuksesan e-banking, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur yang berbeda pada website. Fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan internet banking.

d. Privasi (*Privacy*)

Kerahasiaan (*privacy*) berarti segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada orang yang mengetahuinya.

e. Kecepatan (*Speed*)

Kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan internet banking untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna internet banking.

f. Tarif dan Biaya (*Fees and Charge*)

Internet banking memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. Internet banking memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka, biaya service yang lebih rendah, dan penghematan waktu.

g. Manajemen dan Citra Bank (*Bank Management and Image*)

Reputasi atau lebih dikenal dengan brand reputation sering didefinisikan sebagai persepsi kualitas yang digabungkan dengan nama. Pada bisnis- bisnis industri dan jasa, nama (merk) lebih sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan daripada dengan produk atau jasa itu sendiri.

h. Desain (*Design*)

Desain didefinisikan sebagai tampilan dari internet banking semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu website bank, semakin besar pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan transaksi online.

i. Konten (*Content*)

Konten merupakan kemampuan internet banking untuk menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan.

5. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian dari bank-bank yang beroperasi, hal ini karena bank menyadari tentang pentingnya nasabah terhadap kemajuan bisnis mereka. Karena sebuah bank tanpa nasabah tentu akan berdampak terhadap usaha perbankan itu sendiri. Oleh sebab itu, persaingan antar bank sangatlah tinggi dalam memperebutkan calon nasabah baru supaya tertarik menjadi nasabah mereka. Sehingga apapun caranya selama masih layak dilakukan akan mereka perbuat demi pengembangan usaha. Adapun tentang kepuasan nasabah menurut Tse dan Wilton (dalam Prasetyo, 2012) disebutkan bahwa kepuasan nasabah merupakan respon dari nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya (Saputra & Alwie, 2015).

Selanjutnya dikatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan harapan dari perusahaan terhadap tingkat keunggulan yang diberikan kepada nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan nasabah (Lovelock dalam Mutaqin, 2006). Selanjutnya Cahyani (2016) mendefinisikan bahwa faktor-faktor kualitas jasa yang mempunyai andil terbesar sampai terkecil dalam memberikan kepuasan pada nasabah yaitu responsiveness, compliance, empathy, tangible, reliability dan assurance.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena metode yang digunakan untuk mengumpulkan atau mencari data dalam penelitian ini berbentuk presentase yang menggunakan angka. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank BJB KCP Cipanas sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BJB KCP Cipanas. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Incidental Sampling (Sampling Insidental). Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Saputra & Alwie, 2015).

Sampel yang diteliti berjumlah 100 orang nasabah. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan cara penyebaran kuesioner. Kuesioner yang diberikan kepada nasabah untuk mengetahui kenyataan yang terjadi di lapangan. Kuesioner tersebut berkaitan dengan kualitas pelayanan Internet Banking (IB) di Bank BJB KCP Cipanas. Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. a. Variabel bebas (X) adalah kualitas pelayanan kualitas Internet Banking (IB) b. Variabel terikat (Y) adalah kepuasan nasabah Bank BJB KCP Cipanas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana (simple regression analysis) dengan bantuan aplikasi SPSS. Analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Internet Banking (IB) sebagai X terhadap kepuasan nasabah Bank BJB KCP Cipanas sebagai Y. Persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah: $Y = a + bX$ Dimana: Y = Variabel Response (Dependent), yaitu kepuasan nasabah X = Variabel Predictor (Independent), yaitu kualitas pelayanan Internet Banking a = Konstanta b = Koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB KCP Cipanas.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 orang nasabah sebagai sampel dalam penelitian ini diperoleh informasi mengenai usia mereka yang disajikan dalam tabel berikut :

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	< 20	9	9,00
2	20 – 30	46	46,00
3	31 – 40	19	19,00

4	41 – 50	15	15,00
5	> 50	11	11,00
Jumlah		100	100,00

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa usia nasabah yang menggunakan Bank BJB KCP Cipanas sangat bervariasi, mulai dari usia kurang dari 20 tahun sampai dengan usia lebih dari 50 tahun. Dalam tabel juga kita dapat menyimpulkan bahwa usia responden yang dominan adalah pada usia 20 – 30 tahun, yaitu 46%. Sedangkan usia responden yang paling sedikit menggunakan jasa Bank BJB KCP Cipanas adalah pada usia kurang dari 20 tahun yaitu 9%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 orang nasabah sebagai sampel dalam penelitian ini diperoleh informasi mengenai jenis kelamin mereka yang disajikan dalam tabel berikut.

<u>No.</u>	<u>Jenis Kelamin</u>	<u>Jumlah (Orang)</u>	<u>Presentase (%)</u>
1	Laki-laki	35	35,00
2	Perempuan	65	65,00
Jumlah		100	100,00

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 35 orang (35%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 65 orang (65%). Ini artinya, responden yang berjenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 orang nasabah sebagai sampel dalam penelitian ini diperoleh informasi mengenai pendidikan terakhir mereka yang disajikan dalam tabel berikut.

1	SMA/SMK/MA/Sederajat	63	63,00
2	S1	32	32,00
3	S2	5	5,00
Jumlah		100	100,00

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa para nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini dominan berpendidikan terakhir SMA/SMK/MA/Sederajat, yaitu sebanyak 63 orang (63%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 orang nasabah sebagai sampel dalam penelitian ini diperoleh informasi mengenai pekerjaan mereka yang disajikan dalam tabel berikut.

<u>No.</u>	<u>Pekerjaan</u>	<u>Jumlah (Orang)</u>	<u>Presentase (%)</u>
1	PNS/ASN	6	6,00
2	Karyawan Swasta	15	15,00
3	Guru	30	30,00
4	Wiraswasta/Wirausaha	11	11,00
5	Mahasiswa/Pelajar	12	12,00
6	Ibu Rumah Tangga	13	13,00
7	Belum Bekerja/Tidak Disebutkan	13	13,00
Jumlah		100	100,00

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa responden dominan bekerja sebagai guru, yaitu sebanyak 30 orang (30%). Kemudian disusul dengan pekerjaan responden sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 15 orang (15%). Sedangkan untuk jumlah responden dengan pekerjaan paling sedikit adalah PNS/ASN, yaitu sebanyak 6 orang saja (6%).

5. Validitas dan Reabilitas

Penilaian uji validitas adalah dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total, bila kolerasi tiap faktor tersebut positif dan r lebih besar atau

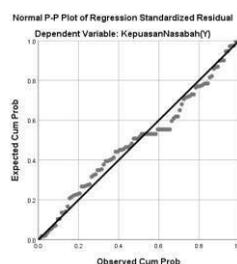
sama dengan 0,30, maka instrument dinyatakan valid dengan tingkat signifikan (alpha) 5% (0,05) (Sugiyono, 2010:172).

Jika kita melihat daftar r tabel untuk banyak responden 100 orang dengan tingkat signifikan 0,05, dapat diketahui bahwa nilai r tabelnya = 0.1966. Dari hasil uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa r hitung > r tabel atau dapat juga dilihat dari segi r hitung > 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam angket ini valid. Berdasarkan hasil uji validitas didapat seluruh item pernyataan dinyatakan valid, hasil signifikansi tiap-tiap item pernyataan dibawah 0,05.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha of Items	N
.951	
20	

Reabilitas merupakan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan penelitian yang ditunjukkan oleh instrumen pengukur dimana pengujiannya dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butirbutir yang ada dengan teknik tertentu. Variabel dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Sugiyono, 2010:183). Jika kita melihat daftar r tabel untuk banyak responden 100 orang dengan tingkat signifikan 0,05, dapat diketahui bahwa nilai r tabelnya = 0.1966. Dapat disimpulkan berdasarkan *output* di atas, nilai *alpha* > r tabel atau nilai *alpha* > 0,60, maka angket ini *reliable* atau konsisten.

6. Uji Normalitas



Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal, maka data dikatakan terdistribusi secara normal atau tidak ada penyimpangan.

7. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah (Y)	Between Groups	(Combined)	843.705	28	30.132	8.388	.000
		Linearity	723.254	1	723.254	201.341	.000
		Deviation from Linearity	120.451	27	4.461	1.242	.232
	Within Groups		255.045	71	3.592		
	Total		1098.750	99			

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Dari *output* di atas, dapat dilihat bahwa nilai Sig.-nya adalah 0,232. Ini artinya nilai Sig. > 0,05 yang berarti bahwa ada hubungan linear yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan Internet Banking (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) di Bank BJB KCP Cipanas.

8. Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.300	1.458		.206	.837

KualitasPelayana nInternetBanking(X)	.326	.024	.811	13.00 739 0
---	------	------	------	----------------

Coefficients^a

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$Y = 0,3 + 0,326X$$

Persamaan regresi linier diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai positif sebesar 0,3. Hal ini menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel X dan variabel Y, artinya apabila semua variabel bebas kualitas pelayanan *Internet Banking* tidak berubah atau dianggap konstan (bernilai 0). Maka Y atau Kepuasan Nasabah bernilai Positif sebesar 0,3.
- b. Nilai Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) bernilai positif, yaitu 0.326; artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,326 . Dengan asumsi variabel lain bernilai tetap, nilai koefisien bernilai positif menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, sehingga semakin naik kualitas pelayanan *Internet Banking* maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah.

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable Y. Dalam penelitian ini berarti, variabel kualitas pelayanan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah di Bank BJB KCP Cipanas. Untuk melakukan uji t, maka kita harus menentukan t tabel dan t hitung terlebih dahulu:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= \text{TINV}(0,05;df) && \Rightarrow \text{diuji di Ms. Excel} \\ &= \text{TINV}(0,05;100-2-1) = 1.984723 \\ T \text{ hitung} &= 13.739 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai t tabel dan t hitung, selanjutnya kita harus menentukan hipotesis untuk menarik kesimpulan:

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Internet Banking (X) terhadap kepuasan nasabah (Y)

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Internet Banking (X) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Dari data di atas, maka dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel. Dilihat dari signifikansi nilai sig dibawah 0.05. Maka dapat disimpulkan:

H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya “ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Internet Banking (X) terhadap kepuasan nasabah (Y)”.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan Internet Banking pada Bank BJB KCP Cipanas cukup tinggi. Mayoritas jawaban responden adalah menyatakan setuju bahwa kualitas pelayanan Internet Banking sesuai dengan yang diharapkan nasabah dan dinilai cukup baik oleh nasabah. Walaupun ada beberapa nasabah yang belum merasakan kualitas pelayanan Internet Banking Bank BJB KCP Cipanas dari segi kecepatan pelayanan, namun mayoritas nasabah setuju akan kualitas pelayanan Internet Banking yang cukup tinggi dan memuaskan di Bank BJB KCP Cipanas. Dengan demikian, Bank BJB KCP Cipanas harus meningkatkan kualitas pelayanan, karena kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa bank. Jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Sebaliknya jika nasabah merasa tidak puas, maka nasabah tersebut juga akan menceritakan pelayanan yang mengecewakan

tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

2. Karakteristik responden nasabah Bank BJB KCP Cipanas sebagai berikut : untuk jenis kelamin responden nasabah Bank BJB KCP Cipanas didominasi nasabah berjenis kelamin laki-laki sebesar 35% dan berjenis kelamin perempuan sebesar sebesar 65%, usia responden nasabah didominasi rentang usia 20-30 tahun sebesar 46%, pendidikan responden nasabah didominasi yang 23 berpendidikan Sarjana dengan persentase sebesar 37%, dan yang terakhir pekerjaan responden nasabah didominasi mereka yang bekerja sebagai Guru yaitu sebesar 30%, karyawan swasta sebesar 15%, sedangkan untuk jumlah responden dengan pekerjaan paling sedikit adalah PNS sebesar 6%.
3. Pelayanan Internet Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BJB KCP Cipanas. Besarnya pengaruh pelatihan tersebut adalah sebesar 65,8%. Artinya bahwa setiap pelayanan yang diberikan Internet Banking meningkat sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 65,8%.

REFERENSI

- Atorf, N., Sugiarto, A., Fiscallutfi, I., & Isnaeni, M. Y. (2002). Internet Banking di Indonesia. *Journal of Technology Management*, 1, 113679.
- Hamdani, H. (2019). Dampak Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(1), 129.
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I, Vol.1(No.1)*, PP.40-54.
- Rahardjo, B. (2001). Aspek Teknologi dan Keamanan dalam Internet Banking. *PT Insan Indonesia. PT INDOCISC*.
- Rahmah, Y. N. (2018). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(6), 579-588.
- Saputra, R. Ben, & Alwie, A. PURWANTI. (2015). Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt . Bank Riau Kepri Cabang Siak. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Kepri Cabang Siak*, VII(2), 285–294.

- Subagja, A. D., & Hanifah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Subang. *Ijd- Demos*, 1(2), 148–158. <https://doi.org/10.31506/ijd.v1i2.16>
- Syahputra, A. B., & Susianto, S. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Nasabah Bank Sumut *Ekonomi Dan Bisnis*, 477–48