

**PERAN PENGGUNAAN INTERNET BANKING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK BCA
(Studi pada Nasabah Pengguna Fasilitas M-BCA di Kota Depok)**

Andilie Lily Wijanarto
andiliewijanarto@gmail.com

Deni Wardani
deni@ibs.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to analyse the influence of usage of internet banking's toward customer m-BCA satisfaction. The object of this research is Bank Central Asia (BCA), and the subject is BCA customer in Depok City.

This study is a descriptive quantitative analysis through primary data exercise. This research was conducted with 3 independent variables which are Independency, Convenience, and Security towards 1 dependant variable which is Customer satisfaction. Data was obtained by distributing questionnaires to the user of internet banking m-BCA using Google form then analysed with multiple regression approach,

The result of this research shows that the usage of m-BCA user has significant effect to customer satisfaction, there are two variables that have significant effect, which are Independency and Security. Independency has significant effect to customer satisfaction. Then Security is also has significant effect to customer satisfaction. The only variable that does not have significant effect is Convenience. Therefore to increase customer satisfaction, BCA should be able to improve Independency and Security of m-BCA user in order to fulfill customer satisfaction.

Keywords: Usage of internet banking, Customer Satisfaction, Independence, Convenience, and Security

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh penggunaan Internet Banking terhadap kepuasan pelanggan m-BCA. Objek dari penelitian ini adalah Bank Central Asia (BCA), dan subjeknya adalah nasabah BCA di Kota Depok.

Studi ini adalah analisis Deskriptif kuantitatif melalui pembelajaran data primer. Penelitian ini dilakukan dengan 3 variabel independen yaitu kebebasan, kenyamanan, dan keamanan terhadap 1 variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Data diperoleh dengan mendistribusikan kuesioner kepada pengguna Internet Banking m-BCA yang menggunakan Google form kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan internet banking m-BCA mempunyai efek yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ada dua variabel yang mempunyai efek yang signifikan, yaitu kebebasan dan keamanan. Kebebasan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian keamanan juga memiliki efek yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Satu-satunya variabel yang tidak memiliki efek yang signifikan adalah variabel kenyamanan. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, BCA harus meningkatkan kebebasan dan keamanan pengguna m-BCA agar dapat memenuhi kepuasan nasabah.

Kata kunci : Penggunaan Internet Banking, Kepuasan Nasabah, Kebebasan, Kenyamanan, dan Keamanan

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan (Ismail, 2010). Dalam dunia perbankan, banyak inovasi layanan yang sudah dibentuk bertujuan untuk menarik dan memberikan layanan yang nyaman, aman dan mudah bagi nasabah, dengan perkembangan teknologi informasi saat ini telah menciptakan jenis dan peluang bisnis yang baru dan transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik.

Perkembangan teknologi dalam bidang perbankan memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan transfer uang, jual beli dan transaksi lainnya. Sehingga dengan adanya layanan tersebut dapat memberikan kenyamanan dan mobilitas bagi para nasabah bank dalam melakukan kegiatan pekerjaan ataupun kebutuhan dalam kehidupannya sehari-hari.

Dewasa ini, salah satu isu yang sangat penting dikalangan perbankan nasional adalah menjaga nasabah yang telah ada di tengah tuntutan kebutuhan yang semakin beragam, baik dalam konteks produk maupun pelayanan, yang disiasati melalui beragam pelayanan yang didukung teknologi informasi. Teknologi informasi menunjang keberhasilan operasional sebuah lembaga keuangan atau perbankan seperti bank. Dalam hal ini, sudah pasti diperlukan sistem informasi yang handal yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabahnya, sebagai contoh teknologi informasi online yang sering kita jumpai, misalnya seorang nasabah dapat menarik uang dimanapun mereka berada selama masih ada layanan ATM dari bank tersebut. Seorang nasabah dapat mengecek saldo dan mentransfer uang tersebut ke rekening yang lain serta dapat melakukan pembayaran listrik, telepon, kartu kredit dan sebagainya. Hanya dalam hitungan menit saja semua transaksi dapat dilakukan.

Keandalan bank di masa depan lebih ditentukan oleh seberapa efisien dalam menggali sumber dana murah untuk intermediasi dan seberapa besar bank mendapatkan penghasilan nonbunga. Cara paling ampuh untuk meraih masa depan itu adalah mengembangkan saluran perbankan elektronik atau dikenal sebagai electronic banking (e-banking). Pengembangan e-banking relatif lebih efisien dengan dukungan teknologi informasi. E-banking menawarkan kemudahan tanpa batas kepada nasabah. Layanan tersebut merupakan salah satu di antara layanan perbankan melalui e-banking, sebab segala transaksi dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun berada. E-banking pada dasarnya memiliki sejumlah layanan yaitu Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu debit, layanan pesan singkat (mobile banking), telepon (call center/ phone banking) dan internet (internet banking). Untuk menggunakan layanan e-banking tersebut nasabah tentu saja harus memiliki rekening tabungan untuk menyimpan uang yang akan ditransaksikan (Arga Satria Antasari, Kertahadi, 2013).

Salah satu layanan e-banking yang menjadi andalan sebuah bank kini adalah internet banking. Hadirnya internet banking harus diakui banyak membantu masalah pelayanan. Dengan adanya layanan internet banking yang disediakan oleh sebuah bank, pelayanan akan menjadi cepat dan efektif serta dilakukan di mana pun dan kapan pun selama 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu. Sehingga, nasabah tidak perlu repot-repot lagi mengantri di depan teller saat hendak mengirim sejumlah uang. Hal seperti inilah yang bisa menarik minat nasabah untuk membuka

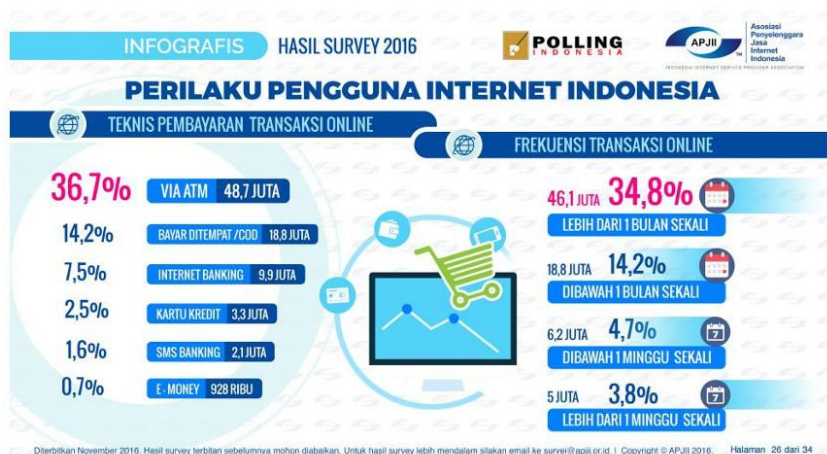
rekening di bank bersangkutan. Nasabah dapat dilayani di mana saja, nasabah juga dapat bertransaksi di mana saja. Sejak dioperasikannya sistem internet banking maka para nasabah sekarang ini memiliki pilihan dalam melakukan transaksi. Dalam sistem internet banking, transaksi perbankan akan berlangsung dalam dunia maya (*cyber*) dan dilakukan oleh pelaku bisnis tanpa pelayanan dari petugas bank.

Dalam penelitian ini dikemukakan adanya tiga faktor yang menyebabkan nasabah menggunakan internet banking. Satu, kebebasan, nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berhubungan langsung dengan karyawan bank. Dua, kesenangan, kenyamanan pada sisi lain dapat menggambarkan kesenangan seseorang untuk menggunakan layanan ini. Nasabah dapat menggunakan jasa perbankan ini dimana saja dan kapan saja selama 24 jam non-stop. Tiga, keamanan, dimensi ini mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan ini.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia Melalui beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran, solusi finansial BCA mendukung perencanaan keuangan pribadi dan perkembangan nasabah bisnis. Didukung oleh kekuatan jaringan antar cabang, luasnya jaringan ATM, serta jaringan perbankan elektronik lainnya, siapa saja dapat menikmati kemudahan dan kenyamanan bertransaksi yang ditawarkan BCA.

Bank BCA sendiri telah menjadi salah satu bank besar yang memberikan pelayanan kepada nasabahnya dengan banyak jenis-jenis produknya dalam proses transaksi keuangan dan terus berkembang dengan teknologi yang sudah maju, Bank BCA memiliki produk layanan berbasis online seperti Internet Banking, dan Mobile Banking yang terkenal di masyarakat.

Dengan kemajuan teknologi dan adanya Smartphone, kini layanan perbankan berbasis online milik BCA sudah Compatible dan dapat digunakan kapanpun, dan dimanapun, hal ini yang memicu berkembangnya penggunaan layanan perbankan berbasis online dimasyarakat, dengan layanan yang mudah, cepat, dan aman, nasabah akan merasa seperti di manjakan oleh produk layanan yang di berikan perbankan di masa teknologi ini.



Gambar 1.1 Data Perilaku Pengguna Internet di Indonesia

Menurut data, Bank BCA memiliki jumlah transaksi melalui mobile banking yg cukup besar, terutama seperti yang disebutkan, di DKI Jakarta banyak transaksi besar yang terjadi baik itu melalui Internet banking, ataupun transaksi lainnya, namun apakah nasabah bank BCA di Depok ini telah menggunakan internet banking dan apakah layanan internet banking yang di berikan oleh bank BCA di kota depok dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini yang mendorong penulis untuk menguji kembali penelitian sebelumnya namun di daerah Kota Depok

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah variabel kebebasan dalam penggunaan nternet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah variabel kenyamanan dalam penggunaan internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah variabel keamanan dalam penggunaan internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
4. Variabel manakah dari penggunaan internet banking yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan daam penulisan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah variabel kebebasan dalam penggunaan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui apakah variabel kenyamanan dalam penggunaan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui apakah variabel keamanan dalam penggunaan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui variabel manakah dari penggunaan *internet banking* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
5. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan kepada perusahaan bank dalam menciptakan inovasi - inovasi baru dalam memberikan kepuasan kepada nasabah

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Internet Banking* dan *M-Banking*

Menurut Center For Regulatory Research/ CFRR (2003) definisi dari internet banking adalah penggunaan internet sebagai jalur pengiriman jarak jauh untuk pelayanan tradisional, seperti pembukaan rekening deposito atau pengiriman dana pada rekening yang berbeda, sebagaimana pelayanan perbankan baru-baru ini seperti pengiriman dan pembayaran tagihan elektronik yang memperkenankan nasabah untuk menerima dan membayar tagihan melalui website bank tersebut. Pengertian m-Banking menurut (Riswandi, 2005:83), m-Banking suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Layanan mobile Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, denga penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone. Melalui adanya handphone dan layanan m-Banking, transaksi

perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu mobile banking juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.

Layanan internet banking dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama pengguna internet banking memiliki sarana internet untuk dapat berkomunikasi dengan pihak bank. Kelebihan dari fasilitas ini adalah nasabah dapat mengakses rekening 24 jam sehari dalam 7 hari seminggu.

Layanan m-Banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bankberamai-ramai menyediakan fasilitas m-Banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

2.2. Kebebasan

Pada konsep kebebasan dalam menggunakan layanan transaksi perbankan disini, maksudnya para nasabah bank dapat berinteraksi dan melakukan layanan bank dalam bertransaksi tanpa harus berhubungan secara langsung dengan karyawan bank. Hal ini sangat berguna untuk mengurangi dalam meluangkan waktu untuk mendatangi bank tersebut. Selain itu, layanan elektronik ini dapat mengurangi kekeliruan ataupun kesalahan komunikasi apabila transaksi tersebut dilakukan melalui karyawan bank secara langsung.

Kebebasan atau kemandirian ini menangkap konsep pelanggan yang berinteraksi dengan bank mereka menggunakan Internet tanpa perlu langsung berinteraksi dengan karyawan bank untuk menghindari kesalahan komunikasi. Misalnya, interaksi virtual menyediakan pelanggan dengan kemandirian dan kontrol saat mereka mengelola akun mereka tanpa risiko kesalahan karena bahasa atau persepsi yang salah. (Raed Awamleh, 2005).

2.3. Kenyamanan

Kenyamanan disini dapat menggambarkan kesenangan seseorang dalam menggunakan layanan ini. Nasabah dapat menggunakan jasa perbankan ini dimana saja dan kapan saja selama 24 jam non-stop. Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media mobile banking merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah dalam menggunakan jasa layanan mobile banking. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan pada perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

Menurut (Poon, 2008:157), internet banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun. Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan internet banking misalnya dengan transaksi interpersonal, internet banking memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan.

Menurut (Poon, 2008:157) terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kenyamanan suatu sistem internet banking, yaitu :

1. Nasabah dapat mengakses internet banking kapanpun dan di manapun setiap waktu.
2. Tidak terdapat antrian (queue).
3. Hemat waktu, jika dibandingkan dengan cara konvensional (conventional banking) yang kemudian mereka akan berminat untuk menggunakannya di masa datang

2.4. Keamanan

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko-risiko yang terjadi. Tingkat keamanan bertransaksi secara online adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk mengadopsi e-banking. Beberapa nasabah menghindari penggunaan e-banking karena memiliki persepsi bahwa bertransaksi secara online melalui e-banking mudah terjadi penyalahgunaan. Persepsi ini dapat merusak kepercayaan nasabah terhadap sistem online secara keseluruhan. Nasabah tidak akan siap merubah kebiasaan dari transaksi konvensional menjadi transaksi online jika kebutuhan spesifik mereka tentang keamanan belum terpenuhi, Variabel ini digunakan empat pernyataan melalui kuesioner. Berikut beberapa item pernyataan dari keamanan (Datta, 2010).

Keamanan disini untuk mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan. Dalam hal ini penyedia Internet Banking menjamin resiko yang lebih kecil dari pada harus datang langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan mobile banking untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media mobile banking.

Masalah keamanan menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan internet banking, dengan layanan internet banking akan meminimalisir resiko yang ditimbulkan dari pada langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Namun, keamanan dalam melakukan transaksi pada internet banking bukanlah sepenuhnya tanggung jawab pihak bank. Nasabah pun dituntut berperan aktif menjaganya (Raed Awamleh, 2005).

2.5. Kepuasan

Dalam upaya memenuhi kepuasan nasabah, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah dengan cepat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian dapat terjadi tergantung dari kinerja penawaran yang diberikan oleh perusahaan dibandingkan dengan harapan konsumen.

Berikut ini beberapa definisi kepuasan yang dikemukakan oleh para ahli: Kepuasan menurut (Tjiptono, 2011) didefinisikan sebagai berikut :

“Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas. Tetapi jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka artinya pelanggan tidak puas”.

Kepuasan diperkuat oleh pendapat (Kotler, 2012:177) adalah “Customer satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectation”. Yang dapat diartikan kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkannya.

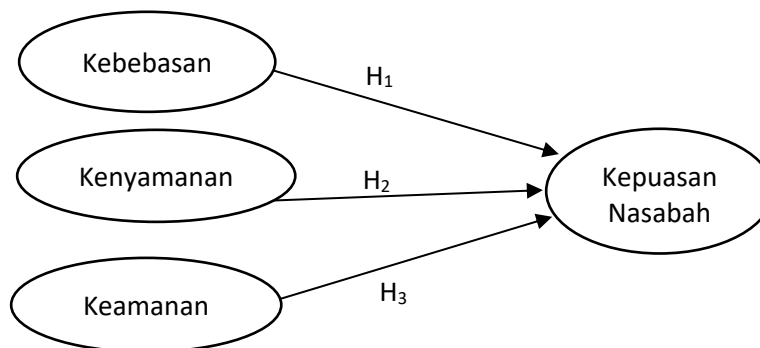
Philip Kotler mengatakan bahwa (P. Kotler, 2000:36) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi yang dilakukan atau dirasakan oleh pelanggan. Perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk akan muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas. Tetapi apabila kinerja tidak memenuhi harapan, maka artinya pelanggan akan merasa tidak puas.

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. 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.

2.6. Model Penelitian

Model penelitian ini disusun berdasarkan penelitian ini membahas mengenai pengaruh kebebasan, kenyamanan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah pada nasabah industri perbankan. Model pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Sumber: Data dimodifikasi

Gambar 1.2. Model Penelitian

2.7. Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis dilakukan untuk menentukan prediksi atau dugaan awal dari perkiraan hasil yang berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

Dalam memasarkan produknya perusahaan selain harus memiliki strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya juga harus mempunyai kualitas pelayanan yang baik pula agar dapat memuaskan konsumen. Selain itu kualitas pelayanan juga dianggap sebagai kunci keberhasilan bagi perusahaan agar bisa memenangkan persaingan dengan pesaing. Kualitas pelayanan merupakan serangkaian aktifitas yang terjadi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen, serta untuk memenuhi keinginan konsumen sebagai hasil dari kinerja pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Selain kualitas pelayanan produk juga merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam hal ini, Internet Banking merupakan produk yang ditawarkan oleh pihak bank untuk nasabah dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, dapat dilihat apabila dikaitkan dengan 3 dimensi yaitu kebebasan, kesenangan, dan kemanan. Dari sisi kebebasan, Nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berhubungan langsung dengan karyawan bank. Hal ini sangat berguna untuk mengurangi kekeliruan dalam berkomunikasi, dan lebih memberi *experience* kepada nasabah untuk melakukan transaksi itu sendiri.

2.7.1. Kebebasan dalam penggunaan *Internet Banking* terhadap Kepuasan nasabah

Menurut Jurnal acuan saya, oleh Arga Satria Antasari, Kertahadi, Riyadi, (2013) Kebebasan dalam menggunakan Internet Banking yaitu Nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berhubungan langsung dengan karyawan bank. Hal ini sangat berguna untuk mengurangi kekeliruan dalam berkomunikasi. Dengan adanya dimensi kebebasan ini, nasabah akan merasakan memegang kendali dalam bertransaksi dan dapat merasa lebih memiliki akses terhadap layanan perbankan yang sangat mudah ini dengan cara melakukan transaksi sendiri tanpa ada interaksi dengan pihak bank, hanya menggunakan produk Internet Banking. Dengan begini kebebasan penggunaan Internet Banking diharapkan akan mampu menciptakan kepuasan konsumen dalam penggunaan Internet Banking. Karena kelebihan dari Internet Banking itu sendiri pun yaitu dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.

H₁ : Kebebasan Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

2.7.2. Kesenangan dalam penggunaan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah

Untuk dimensi kesenangan dapat kita ketahui bahwa kenyamanan pada sisi lain dapat menggambarkan kesenangan seseorang untuk menggunakan layanan ini. Nasabah dapat menggunakan jasa perbankan ini dimana saja dan kapan saja selama 24 jam. Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi serta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun hal ini akan memberikan dampak yang positif dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah.(Poon, 2008). Dapat kita ketahui bahwa apabila seseorang telah merasa nyaman akan cenderung menjadi loyal customer, dan loyal customer dapat memberikan feedback yang

positif bagi bank tersebut, sehingga diharapkan dengan adanya Internet Banking ini dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga memberikan rasa kepuasan terhadap fasilitas yang diberikan pihak bank ini.

H₂ : Kenyamanan Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

2.7.3. Keamanan dalam penggunaan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah

Keamanan mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan ini. Dalam hal ini penyedia Internet Banking menjamin resiko yang lebih kecil dari pada harus datang langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Masalah keamanan menjadi dimensi yang mempengaruhi nasabah menggunakan internet banking, dengan layanan internet banking akan meminimalisir risiko yang ditimbulkan dari pada langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Namun, keamanan dalam melakukan transaksi pada internet banking bukanlah sepenuhnya tanggung jawab pihak bank. Nasabah pun dituntut berperan aktif menjaganya (Raed Awamleh, 2005)

Dalam hal keamanan, perbankan dapat dibidang cukup kuat dalam hal keamanan, karena untuk dapat mengakses Internet Banking pun dibutuhkan otentikasi yang cukup banyak. Dengan berlapis - lapisnya proteksi ini diharapkan nasabah pun harus berhati - hati dalam bertransaksi, walaupun proteksi yang diberikan pihak bank sudah kuat, apabila nasabah memberikan kata sandi pada website yang tidak dikenal, hal ini pun dapat meningkatkan risiko keamanan, maka itu nasabah pun harus lebih berhati - hati dalam aktifitasnya menggunakan Internet Banking.

H₃ : Kenyamanan Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel terhadap kepuasan nasabah pada salah satu industri perbankan, maka populasi penelitian adalah nasabah bank BCA yang menggunakan layanan transaksi melalui online yang domisilinya berada di daerah kota Depok. Objek penelitian ini yaitu mengukur penggunaan fasilitas dari PT Bank Central Asia Tbk khususnya nasabah yang berdomisili di kota Depok.

Metode pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode random sampling yang bersifat *convenience sampling*, yaitu pemilihan sampel tidak dilakukan secara subjektif, dalam arti sampel yang terpilih tidak di dasarkan semata-mata pada keinginan peneliti, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survey dengan melakukan penyebaran kuesioner sebagai alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian secara sistematis melalui sekumpulan daftar pertanyaan yang sudah diatur terlebih dahulu untuk dibagikan dan diisi oleh responden untuk dijawab. Data ini berguna untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan mengenai pengaruh terhadap penggunaan *Internet Banking* dalam menciptakan kepuasan nasabah. Data diperoleh melalui online survey *google form* dengan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 responden.

Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang diberikan kepada populasi atau sample. Daftar pertanyaan yang diberikan berkaitan dengan

tahapan pelaksanaan yang akan dilakukan dalam analisis dalam menentukan analisis pengaruh kebebasan, kenyamanan dan keamanan dalam melakukan transaksi pada layanan internet banking. Kuesioner dibuat berdasarkan pada instrumen yang pada masing-masing variabel sesuai dengan model penelitian awal yang dibangun. Setiap instrument diterjemahkan menjadi pertanyaan yang akan dijawab oleh para responden. Responden akan diminta menjawab pertanyaan berdasarkan skala likert 1 – 5 dengan nilai terendah dari skala likert ini adalah sangat setuju dan yang tertinggi sangat tidak setuju.

Kuesioner yang disebarkan terdiri dua bagian, bagian pertama terdiri dari lima pertanyaan yang akan mengungkapkan karakteristik dari responden dan bagian ke dua terdiri dari 16 pertanyaan yang merupakan persepsi dari nasabah bank BCA yang menggunakan layanan transaksi *internet banking*. Untuk pengambilan data persepsi, akan digunakan kuesioner dengan 5 skala Likert yaitu mulai sangat setuju , setuju , ragu – ragu , tidak setuju sampai sangat tidak setuju. Pada penelitian ini, alat bantu yang digunakan dalam menganalisis hasil pengolahan adalah SPSS. Penggunaan program analisis SPSS ini akan dilakukan pengujian indikator yang membentuk setiap variabel, dan kemudian akan dianalisa keterkaitan atau hubungan antara variabel dengan menggunakan analisa regresi berganda. Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, sesuai dengan metodologi yang dilakukan sebagai syarat dari pengolahan data yang akan dilakukan. Pengujian yang dilakukan yaitu uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, reabilitas yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan area itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument, kemudian uji sumsi klasik yang terdiri dari ujin normalitas sebagai syarat pengolahan data dapat dilakukan, multikolinearitas untuk mengetahui bahwa pada variabel independen terbebas dari gejala multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas untuk mengetahui sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain.

4. HASIL ANALISIS

Pada bagian ini akan dibahas mengenai analisis hasil pengolahan data yang didapat dari responden yang telah ditentukan kategorinya sesuai dengan metodologi pada bagian bab tiga yaitu untuk responden yang masih usia muda.

4.1 Profil Responden

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada responden diketahui bahwa profil respondennya didominasi oleh laki-laki, sehingga dapat dikatakan persepsi yang terbentuk pada penelitian ini dari seluruh responden yang berjumlah 80 orang, terdapat sebanyak 39 responden (48.8%) berjenis kelamin wanita dan 41 responden (51.2%) berjenis kelamin pria. Hal ini dapat menunjukkan bahwa responden pria lebih besar dibandingkan responden wanita.

Responden berdasarkan usia 17-23 tahun berjumlah 48 orang dengan presentase 60%, kemudian responden berusia 24-40 tahun yang berjumlah 25 orang dengan presentasi 31.3%. Selanjutnya adalah usia lebih dari 40 tahun yang berjumlah 6 orang dengan presentasi 7.5% dan sisanya responden berusia kurang dari 17 tahun (>50) berjumlah 1 orang dengan presentasi 1.3%.

Responden berdasarkan jenis pekerjaan yaitu karyawan swasta sejumlah 28 orang atau sebesar 35%, kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa

yang berjumlah 24 orang atau sebesar 30%, peringkat selanjutnya adalah pekerjaan PNS sejumlah 14 orang atau sebesar 17.5%. Selanjutnya responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha sejumlah 12 orang atau sebesar 15%, kemudian terdapat responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Karyawan BUMN sejumlah 1 orang atau sebesar 1.2%, responden yang mempunyai pekerjaan ibu rumah tangga sejumlah 1 orang atau sebesar 1.2%.

Responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah Sarjana (S1) dengan jumlah 36 orang atau sebesar 45%, selanjutnya responden dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma 3 dengan jumlah 25 orang atau 31.3%. Kemudian urutan berikutnya responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA dan Sederajat yang berjumlah 8 orang atau sebesar 10%, peringkat berikutnya responden dengan pendidikan terakhir Magister (S2) yang berjumlah 7 orang atau sebesar 8.8%. Peringkat terakhir yaitu responden dengan tingkat pendidikan terakhir Doktor (S3) yang berjumlah orang atau sebesar 5%.

4.2 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Hasil dari pengujian validitas pada penelitian ini dengan data yang telah dikumpulkan dari responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 hasil uji validitas

No	Variable	r-hitung	Nilai rtabel	Keputusan
1	Independence			
	IND1	0.474	0.286	Valid
	IND2	0.782	0.286	Valid
	IND3	0.726	0.286	Valid
2	Convenience			
	CON1	0.496	0.286	Valid
	CON2	0.598	0.286	Valid
	CON3	0.575	0.286	Valid
	CON4	0.530	0.286	Valid
	CON5	0.551	0.286	Valid
3	Security			
	SEC1	0.779	0.286	Valid
	SEC2	0.813	0.286	Valid
	SEC3	0.861	0.286	Valid
4	Customer Satisfaction			
	SAT1	0.867	0.286	Valid
	SAT2	0.790	0.286	Valid
	SAT3	0.785	0.286	Valid
	SAT4	0.682	0.286	Valid
	SAT5	0.855	0.286	Valid

Dari tabel di atas dapat dilihat dari 80 responden nilai *Correlation Pearson Value* di atas nilainya diatas 0,286, maka dapat dikatakan hasil pengolahan data instrument penelitian ini valid.

4.3 Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan. Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut tidak *reliable*. (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2001:42). Hasil dari pengujian reabilitas dapat dilihat pada tampilan tabel berikut:

Tabel 4.2 hasil uji validitas

Indikator	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
IND1	.782	Reliable
IND2	.767	Reliable
IND3	.768	Reliable
CON1	.781	Reliable
CON2	.801	Reliable
CON3	.770	Reliable
CON4	.775	Reliable
CON5	.778	Reliable
SEC1	.768	Reliable
SEC2	.770	Reliable
SEC3	.768	Reliable
SAT1	.750	Reliable
SAT2	.756	Reliable
SAT3	.759	Reliable
SAT4	.767	Reliable
SAT5	.752	Reliable

4.4 Hasil Uji Normalitas

Pengujian Normalitas Data bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Terdapat dua cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik (Ghozali,2009). Hasil pengujian normalitas residual dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 hasil uji normalitas

	Unstandardized Residual
N	80
Test Statistic	.072
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Dari hasil uji normalitas dapat di lihat bahwa *Asymp.Sig* bernilai 0.200 yang berarti di atas 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal.

4.5 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai output dari tolerance dan *Variance Information Factor* (VIF) hasil analisis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Apabila hasil pengujian pada nilai *tolerance* lebih tinggi dari 0,10 atau VIF lebih kecil dari 10 maka dapat dikatakan bahwa pada variabel independen tersebut hasilnya tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini yang diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

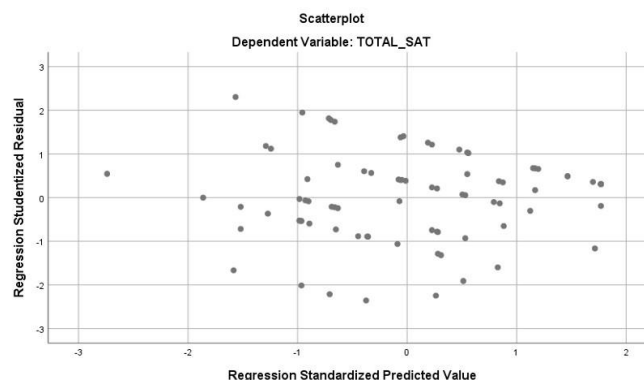
Tabel 4.4 hasil uji multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	IND	.873	1.145
	CON	.813	1.230
	SEC	.902	1.108

Dari hasil tabel uji multikolinearitas di atas dapat dilihat nilai dari variabel Kebebasan yaitu 0.873, nilai dari kenyamanan adalah 0.813 dan nilai dari keamanan adalah 0.902 maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari *tolerance* sesuai dengan kriteria maka dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas. Untuk hasil menggunakan nilai VIF pun menunjukkan nilai lebih kecil dari 10 dan lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas

4.6 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas menunjukkan kondisi dimana seluruh faktor gangguan tidak memiliki varian yang sama. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1 Uji heterokedastisitas

Dari data di atas dapat kita simpulkan bahwa tidak ada pola yang terbentuk pada gambar di atas sehingga tidak terjadi Heterokedastisitas, Heterokedastisitas dapat terjadi apabila terbentuk sebuah pola atau titik tidak menyebar dan berkumpul di atas ataupun dibawah, apabila titik menyebar dekat dengan titik 0 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4.7 Pengujian variabel dan Analisa Hipotesis

Pengujian hubungan antara variabel-variabel dependen dan independen dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS untuk menganalisa jalur agar dapat diketahui besarnya pengaruh antara variabel-variabel yang terdapat pada model penelitian.

Pengujian awal adalah hubungan antara variabel kebebasan, kenyamanan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5 hasil regresi berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant)	1.506	.694
IND	.425	.110
CON	.043	.150
SEC	.207	.099

Dari tabel dapat kita tuliskan persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan nasabah} = 1,506 + 0,425 \text{ kebebasan} + 0,043 \text{ kenyamanan} + 0,207 \text{ keamanan} + e$$

Koefisien regresi kebebasan sebesar 0,425 dan bertanda positif menyatakan bahwa variabel kebebasan berbanding lurus dengan kepuasan nasabah. Koefisien regresi kenyamanan sebesar 0,043 dan bertanda positif menyatakan bahwa variabel kenyamanan berbanding lurus dengan kepuasan nasabah. Sama seperti variabel lain koefisien regresi keamanan sebesar 0,207 dan bertanda positif menyatakan bahwa variabel keamanan berbanding lurus dengan variabel kepuasan nasabah. Konstanta sebesar 1.506 artinya jika variabel kebebasan, kenyamanan dan keamanan bersama nilainya adalah tetap (tidak berubah), maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 1,506 poin. Koefisien regresi variabel kebebasan sebesar 0,425 artinya jika variabel kenyamanan dan keamanan nilainya adalah tetap (tidak berubah), sedangkan variabel kebebasan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,425 poin. Koefisien regresi variabel kenyamanan sebesar 0,043 artinya jika variabel kebebasan, dan keamanan nilainya adalah tetap (tidak berubah), sedangkan variabel kenyamanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,043 poin. Koefisien regresi variabel keamanan sebesar 0,207 artinya jika variabel kebebasan, dan kenyamanan nilainya adalah tetap (tidak berubah), sedangkan variabel keamanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,207 poin.

4.8 Uji Variabel Dominan

Untuk menentukan variabel dominan pada penelitian ini dilakukan dengan mencari nilai dari kontribusi variabel yang menjauhi nilai nol dengan cara mengalikan nilai dari koefisien variabel dengan nilai dari korelasinya. Hasil dari koefisien variabel dan tabel korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 hasil koefisien kontribusi variabel yang signifikan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.407	.454		5.297	.000
	X1	.473	.105	.456	4.520	.000
2	(Constant)	1.621	.561		2.887	.005
	X1	.435	.103	.418	4.203	.000
	X3	.215	.094	.227	2.278	.026

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4.7 hasil korelasi variabel

		IND	CON	SEC	SAT
SAT	Pearson Correlation	.456**	.242*	.295**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.031	.008	
	N	80	80	80	80

Dari data di atas dapat kita tentukan variabel mana yang paling dominan, pada tabel 4.10 dapat kita lihat variabel Kenyamanan (CON) sudah dihilangkan karena tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan nasabah.

Kontribusi Variabel Kebebasan = Standard koefisien regresi kebebasan dikali dengan korelasi variabel kepuasan nasabah dan kebebasan = $0.418 \times 0.456 = 0.19068$

Kontribusi Variabel keamanan = Standard koefisien regresi keamanan dikali dengan korelasi variabel kepuasan nasabah dan keamanan = $0.227 \times 0.295 = 0.06696$

Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kebebasan lebih dominan dimana mampu menjelaskan variabel kebebasan dari variabel kepuasan nasabah sebesar 19,06%.

4.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui adjust R^2 . adjust R^2 ini digunakan karena variabel bebas dalam penelitian ini lebih dari dua. Nilainya terletak antara 0 dan 1. Jika hasil yang diperoleh lebih besar dari 0,5 maka model pada penelitian ini dianggap cukup handal dalam melakukan suatu estimasi. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini yang diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 hasil uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	R Square Change
1	.508 ^a	.258	.258

Dari data di atas dapat kita lihat nilai R^2 sebesar 0.258 yang berarti dampak yang diberikan Variabel kebebasan, kenyamanan, dan keamanan secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah memberikan dampak sebesar 25,8% dan 74,2% nya di pengaruhi variabel lain diluar model.

4.10 Uji Hipotesis

Hasil uji t dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi dua arah atau two tailed test dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 hasil uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.171	.033
	IND	3.867	.000
	CON	.286	.776
	SEC	2.103	.039

Untuk dasar pengambilan keputusan yang digunakan yaitu apabila nilai Signifikasi lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung lebih besar dari t-tabel (1,991) maka hipotesis diterima, namun sebaliknya maka hipotesis ditolak dan dianggap tidak berpengaruh.

Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Hubungan variabel	Nilai t	t tabel	Signifikasi	Keterangan
Kebebasan → Kepuasan Nasabah	3,867	1,991	0,000	H ₁ diterima
Kenyamanan → Kepuasan Nasabah	0,286	1,991	0,776	H ₂ ditolak
Keamanan → Kepuasan Nasabah	2,103	1,991	0,039	H ₃ diterima

Dari hasil persamaan regresi tersebut diperoleh dua variabel dari penggunaan *internet banking* yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu variabel Kebebasan dan Keamanan. Sedangkan variabel kenyamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, demi tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, diharapkan Bank BCA mampu untuk mempertahankan maupun meningkatkan kebebasan dan keamanan dalam menggunakan *Internet Banking* m-BCA. Dimana dalam hal ini yang dimaksud kebebasan dalam penggunaan *internet banking* yaitu privasi dalam bertransaksi, karena banyak orang yang sangat menginginkan privasi saat bertransaksi dan lebih memilih menggunakan aplikasi m-BCA daripada harus datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi, dan juga agar dapat meningkatkan respon atau feedback dari transaksi yang dilakukan oleh nasabah saat menggunakan m-BCA agar memberikan respon yang cepat sehingga para nasabah dapat

mempersingkat waktu transaksi, dan juga untuk selalu memberikan beragam layanan demi memenuhi segala kebutuhan perbankan nasabah dalam aplikasi m-BCA.

Selain itu, variabel keamanan juga memiliki peran penting dalam memenuhi kepuasan nasabah dalam menggunakan internet banking m-BCA, keamanan dalam bertransaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena apabila nasabah tidak merasa aman saat menggunakan aplikasi m-BCA maka nasabah akan memberikan feedback yang negatif pada pihak bank, untuk keamanan diharapkan pihak bank BCA terus meningkatkan keamanan dengan cara selalu menjaga kerahasiaan pribadi nasabah dan tidak memberikan data nasabah secara sembarangan kepada pihak lain atau pihak ke 3 tanpa persetujuan nasabah, dan diharapkan juga bank BCA dapat di percaya dan diandalkan dalam aktivitas transaksi nasabah dan terus menanggulangi masalah dengan cepat seperti maintenance pada sistem atau keluhan keluhan nasabah terutama dalam masalah cyberhack, diharapkan pihak bank terus memperbaharui sistem keamanan perbankan sehingga nasabah akan merasa puas dalam menggunakan fasilitas internet banking m-BCA. Walaupun variabel kenyamanan tidak pengaruh terhadap kepuasan nasabah, diharapkan Bank BCA dapat meningkatkan faktor kenyamanan yang diberikan kepada nasabah, terutama akses 24 jam dalam aplikasi m-BCA, karena maintenance yang dilakukan dan aplikasi m-BCA tidak dapat diakses pada tengah malam, dan juga akses m-BCA tidak dapat di akses pada area yang jauh dari perkotaan atau sinyal jaringan yang lemah, diharapkan bank BCA dapat meningkatkan jangkauan aplikasi m-BCA dapat memperluas area sapai ke daerah terpencil di kota Depok.

5. KESIMPULAN

Hasil pada penelitian ini dilakukan untuk menganalisis besarnya pengaruh dari penggunaan internet banking terhadap kepuasan nasabah yang datanya didapatkan dari responden nasabah bank BCA yang berada di daerah Depok. Hasil dari analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan hasilnya bahwa dua hipotesis memiliki pengaruh baik secara positif dan satu variabel tidak memberi pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dari variabel-variabel independen yang telah digunakan didalam penelitian ini adalah kebebasan, kenyamanan, dan keamanan dengan mengacu pada hipotesis awal diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan nasabah dari nasabah bank BCA didalam melakukan transaksi pada layanan internet banking. Hasil dari pengolahan data dapat dilihat ada dua variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel kebebasan dan variabel keamanan dan ada satu variabel yang tidak memiliki pengaruh secara signifikan pada variabel dependen yaitu variabel kenyamanan.

Variabel yang paling dominan dalam penggunaan internet banking adalah variabel kebebasan, dimana para nasabah di Depok dapat merasakan kebebasan transaksi dalam menggunakan layanan internet banking.

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, karena adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pembuatannya yaitu:

1. Singkatnya waktu dalam pengambilan data dari responden pada penelitian ini, sehingga mengalami kesulitan dalam mengumpulkan jumlah data dari responden yang lebih banyak, agar hasil penelitian ini dapat lebih baik lagi.

2. Jumlah responden masih relatif sedikit jumlahnya yang tertarik melakukan transaksi melalui layanan internet banking sebagai pengalaman saja dan masih banyak nasabah yang meragukan keamanan layanan tersebut.
3. Untuk penelitian selanjutnya mengenai bahasan penelitian ini dapat ditambah variabel lain yang berkaitan dengan tema internet banking atau mobile banking agar hasil penelitian dapat lebih menjelaskan apakah ada hubungan yang kuat antara variabel independe terhadap variabel dependen dengan nasabah bank yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Arga Satria Antasari, Kertahadi, R. (2013). Administration and business Journal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 1.
- Budisantoso, T. dan S. T. (2006). Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- C. Loudon, Kenneth dan P. Loudon, J. (2005). Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital (Edisi Kedelapan). Yogyakarta: Andi Offset.
- Darmawan, D. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Datta. (2010). Users' adoption of e-banking services. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Dendawijaya, L. (2005). Manajemen Perbankan. Firdous, S., & Farooqi, R. (2017). Internet banking service quality impact on customer satisfaction. *The Journal of International Trade & Commerce*, 9(3), 617-637. <https://doi.org/10.16980/jitc.9.3.201306.617>
- Ghozali, Imam, 2001, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP.
- Hair, Joseph F, Black, William C, B. B. J. and A. R. E. (2010). Multivariate Data Analysis A Global Perspective. Seventh Edition. Pearson Education.
- Hartawan, D. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(2), 149. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v3i2.1457>
- Imam, G. (2001). Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, D. (2010). *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi Dalam Rupiah*. Jakarta: Media Group.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, P. W. M. (1994). *Perilaku konsumen, ahli bahasa FX*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Jogiyanto. (2002). *Analisis & Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, K. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Malhotra, N. K. (2007). Marketing Research: An Applied Orientation, 5th Edition. *Prentice-Hall, Inc, New Jersey, USA*, 212.
- Mila, K. (2017). *Pengaruh layanan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah*.
- Mts.Arief. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*. Jakarta: Bayu Media Publishing.
- O'Brien, J. A. (2005). Pengantar Sistem Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 1). Jakarta, Salemba Empat.
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(1).
- Poon, Wai-Ching. 2008. User Adoption Of E-Banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 23, No. 1, 2008
- Raed Awamleh, C. F. (2005). *Internet Banking: An empirical investigation into the extent of adoption by banks and the determinants of customer satisfaction in the United Arab Emirates*.

- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Safitri, F. N. E. (2018). *pengaruh layanan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Madiun*.
- Sekaran, U. (2009). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- SuharsiniArikunto. (1998). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunyoto, D. (2010). *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- SyofianSiregar. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran (ketiga). In *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardiana, W. (2002). *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*.

<https://www.bca.co.id/id/Tentang-BCA>