



Jurnal Ekonomi

Analisis Expected Return CAPM Dan APT Pada Industri Pertambangan
Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia
(Dian Novita)

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian Terhadap Kualitas Pelayanan
Kepegawaian Pada Kopertis Wilayah IX Sulawesi
(Andi Sumange Megga Kessi)

Analisis SWOT Pemasaran Pada PT. Prima Jaya Makassar
(Eva Trisnawati)

Analisis Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah
Menggunakan Layanan Internet Banking
(Bambang Irawan)

Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Dosen
(Studi Pada Universitas Lakidende)
(Enny Wati)

Analisis Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada PT. Multi Logistics Indonesia)
(Syamsul Ridjal)

Pengaruh Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus dan Dana Bagi Hasil
Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Bone Bolango
(Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah)
(Marten Puyo)

Pengaruh Penilaian Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Ojek Online
Di Kota Makassar
(Roy Rocky Suprpto Baan)

Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Produksi
(Studi Kasus Pada Pabrik Minyak Kelapa Sawit PT. Kurnia Luwuk Sejati
Kabupaten Banggai)
(Irwan Moridu)

Kopertis Wil. IX Sulawesi

JURNAL ILMIAH EQUILIBRIUM Bung

Ketua Penyunting
Syahrir Mallongi

Penyunting Pelaksana:
Abd. Gani Bakkareng

Redaksi Pelaksana:
Hj. Andi Niniek Fariaty Lantara
Wellang Roeslam
Muh. Idris

Tata Usaha :
Syahriah Arif Aliyah
Ayu Retno Wahyuni

Desain Sampul
Muh. Ilyas

Alamat Redaksi:
Kantor Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta (KOPERTIS) Wilayah IX Sulawesi,
Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Bung, Jalan Bung Km 9 Tamalanrea
Tel/Fax (0411) 586201/586242/591427 Makassar

Website :
www.jurnalbung.com

Email :
ria_kpn@yahoo.co.id
muhmdilyas74@gmail.com

DAFTAR ISI

Analisis Expe
Di Bursa Efek
Dian Novita

Pengaruh Sis
Kepegawaian
Andi Sumange

Analisis SWOT
Eva Trisnawati

Analisis Faktor
Banking
Gambang Irawa

Pengaruh Motiv
Prata Universitas
Emmy Wati

Analisis Kinerja
Sjamsul Ridjal

Pengaruh Dana
Ternadap Belanj
Studi Kasus Pac
Waten Puyo

Pengaruh Penilai
Kota Makassar
Roi Rocky Supra

Analisis Perencar
Mak Kelapa Sa
Wen Worldu

JURNAL EQUILIBRIUM

ISSN. No. 2460-7250

Volume 2. Nomor 3, September 2016

DAFTAR ISI

Analisis Expected Return CAPM Dan APT Pada Industri Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia <i>Dian Novita</i>	215-223
Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian Terhadap Kualitas Pelayanan Kepegawaian Pada Kopertis Wilayah IX Sulawesi <i>Andi Sumange Megga Kessi</i>	224-232
Analisis SWOT Pemasaran Pada PT. Prima Jaya Makassar <i>Eva Trisnawati</i>	233-245
Analisis Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking <i>Bambang Irawan</i>	246-256
Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Dosen (Studi Pada Universitas Lakidende) <i>Enny Wati</i>	257-271
Analisis Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada PT. Multi Logistics Indonesia) <i>Syamsul Ridjal</i>	272-282
Pengaruh Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus Dan Dana Bagi Hasil Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Bone Bolango (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah) <i>Marten Puyo</i>	283-299
Pengaruh Penilaian Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Ojek Online Di Kota Makassar <i>Roy Rocky Suprpto Baan</i>	300-314
Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada Pabrik Minyak Kelapa Sawit PT. Kurnia Luwuk Sejati Kabupaten Banggai) <i>Irwan Moridu</i>	315-322

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN NASABAH
MENGUNAKAN LAYANAN INTERNET BANKING**

Bambang Irawan

b_irawan24@ymail.com

Abstract

This study aimed to analyze the factors that affect customer satisfaction whether using internet banking services. Survey in this study was designed to explain and explore what factors that significantly affect customer satisfaction using internet banking services. The study population was BRI bank customers who live in the town of Jember. The research sample is BRI bank customers who actively use internet banking services. The research sample is set at 70 respondents taken by purposive sampling. Criteria sample is BRI bank customers who actively use Internet banking services at least once a month. The results showed that the behavior of customers using internet banking services BRI influenced by three important factors are (1) The efficiency factor (service efficiency); (2) The safety factor (service safety); and (3) the ease factor (service convenience). The study was conducted in a relatively limited area (Jember) with a focus on the study of one of the banks customers, thereby generalizing the results megambarkan not enough empirical conditions.

Keywords: customer satisfaction, internet banking

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apakah yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Survey dalam penelitian ini dirancang untuk menjelaskan dan menggali faktor-faktor apa saja yang secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Populasi penelitian ialah nasabah bank BRI yang berdomisili di kota Jember. Sampel penelitian ialah nasabah bank BRI yang aktif menggunakan layanan *internet banking*. Sampel penelitian ditentukan sebanyak 70 responden yang diambil secara *purposive sampling*. Kriteria sampel ialah nasabah bank BRI yang aktif menggunakan layanan *internet banking* minimal sekali dalam sebulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku nasabah dalam menggunakan layanan BRI *internet banking* dipengaruhi oleh tiga faktor penting ialah (1) Faktor efisiensi layanan (*service efficiency*); (2) Faktor keamanan layanan (*service safety*); dan (3) Faktor kemudahan layanan (*service convenience*). Studi ini dilakukan di wilayah yang relatif terbatas (kota Jember) dengan fokus kajian nasabah salah satu bank, dengan demikian generalisasi hasil belum cukup megambarkan kondisi empirik.

PENDAHULUAN

Teknologi internet berkembang pesat dan merambah hampir disemua sektor aktifitas dan urusan manusia. Dampak tersebut juga terjadi di dunia perbankan, dimana sejak tahun 1990-an *internet banking* menjadi alternatif solusi yang populer untuk menopang operasional dan memberikan layanan kepada nasabahnya. Dengan memanfaatkan teknologi internet semuanya terasa menjadi lebih mudah sehingga segala urusan yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah bisa dicapai secara efektif dan efisien. Thaulani, *et al.*, (2009) dalam Chinakidzwa, (2014) menyatakan bahwa *internet banking* merupakan suatu sistem yang memberikan kemudahan kepada para nasabahnya untuk mengakses akun mereka dan memperoleh informasi mengenai produk dan layanan bank melalui situs *website* bank, tanpa harus mengirim surat, fax, dan tanda tangan maupun konfirmasi via teleponi. Dengan demikian kepuasan nasabah terhadap layanan *internet banking* menjadi penting ditengah ketatnya kompetisi dalam dunia perbankan.

Kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking* ditentukan oleh banyak faktor. Hope *et al.*, (2001) menyatakan bahwa dibandingkan dengan sistem konvensional atau tradisional, maka *internet banking* memberikan beberapa keuntungan bagi nasabah diantaranya; (1) penghematan waktu transaksi, (2) nasabah tidak perlu datang mengunjungi bank, (3) lebih nyaman karena bisa dilakukan kapan saja, (4) lebih fleksibel rekening dapat digunakan untuk pembayaran dan transfer rekening tanpa harus mengantri, (5) kemudahan mengakses pelayanan yang

tersedia dalam tujuh hari seminggu, dan 24 jam sehari, (6) bisa segera melakukan konfirmasi atas segala transaksi, (7) nasabah bisa melakukan apa saja mulai dari mengecek rekening hingga mengisi aplikasi kredit, (8) lebih aman karena nasabah bisa menentukan sendiri PIN, (9) terhindar dari upaya penggunaan akses tidak resmi pada akun mereka, dan (10) mengedepankan aspek keselamatan karena dengan *internet banking* nasabah tidak perlu repot membawa uang tunai dalam jumlah besar.

Dilihat dari kepentingan pihak bank Tong *et al.* (2011) menyatakan bahwa dengan menyediakan layanan *internet banking* memberikan beberapa keuntungan diantaranya bank mampu memberikan layanan dengan biaya yang relatif rendah, memangkas biaya operasional, memperbaiki efisiensi, mampu mereduksi biaya kertas untuk keperluan transaksi, dan memberikan kesempatan pada bank untuk menjaga realisasi dengan nasabah serta peluang untuk mencari nasabah baru. Sedangkan Tan dan Teo (2000) menyatakan bahwa keberadaan *internet banking* berpotensi dan berkembang menjadi "*one stop service and information unit*" artinya keberadaan layanan tersebut menjanjikan keuntungan berganda sekaligus baik bagi pihak bank maupun nasabahnya.

Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu bank pemerintah yang menerapkan *internet banking*, dan dikenal dengan istilah BRI *internet banking*. Secara umum BRI *internet banking* adalah suatu cara baru untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan jaringan internet yang memudahkan para nasabahnya untuk selalu dapat berinteraksi dengan Bank

BRI dimana pun berada dengan aman dan mudah. Kemudahan yang disediakan layanan BRI internet banking, misalnya nasabah diberi limit transaksi yang lebih besar, layanan multi account, nasabah bisa mengendalikan seluruh rekeningnya, kemudahan mengatur portofolio dananya, kemudahan melakukan akses, transaksi bisa dilakukan secara *real time online*, transaksi aman karena didukung dengan sistem yang canggih berstandar internasional dengan verifikasi *password* dan token, serta lebih fleksibel. Setiap laman pada BRI *internet banking*, sengaja dirancang untuk lebih mudah dimengerti oleh nasabah. Hemat waktu dan biaya karena nasabah tidak perlu datang ke kantor BRI untuk melakukan transaksi.

Layanan BRI *internet banking* terhadap nasabahnya juga terkait dengan bisa melihat saldo dan melakukan mutasi rekening; melakukan transfer sesama Bank BRI, transfer bank lain, dan RTGS, melakukan pembayaran berbagai tagihan Telkom, Kartu Kredit BRI, dan PLN, melakukan pembelian pulsa selular dan uang elektronik, berkomunikasi dengan Customer service Bank BRI melalui fasilitas *inbox internet banking*. Pengguna fasilitas pada layanan BRI *internet banking* ialah semua nasabah perorangan yang mempunyai rekening tabungan BRI dan memiliki ATM dan telah mendaftar terlebih dulu ke ATM, dan jika dibutuhkan untuk transaksi keuangan/finansial harus mendaftar *mTOKEN* di cabang Bank BRI terdekat.

Berdasarkan data yang dirilis melalui e-banking PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, pengguna layanan BRI *internet banking* menunjukkan pertumbuhan yang terus menggembirakan. Indikasi tersebut bisa dilihat dari *Fee Based Income*

(FBI) BRI yang terus meningkat sekitar 20,9% *year on year* (yoy), yang menarik dari data FBI tersebut bahwa pertumbuhan tertinggi terjadi pada transaksi *internet banking* sebesar 45,4%. Selanjutnya dilaporkan bahwa jumlah pengguna layanan BRI *internet banking* pada tahun 2014 naik 218% yoy dari 430 ribu menjadi 1,38 juta, jumlah transaksi naik 154% yoy, dari 4,1 juta menjadi 10,5 juta, demikian pula nilai transaksi juga naik sebesar 193,9% yoy, yakni dari Rp 3,9 triliun menjadi Rp 11,4 triliun (<http://www.bumn.go.id/bri/berita>, 2016).

Fenomena ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin menunjukkan antusiasnya untuk menggunakan layanan BRI *internet banking* karena dianggap dan sekaligus dipercaya akan banyak memberikan kemanfaatan kepada masyarakat khususnya nasabah BRI baik dari aspek ekonomi maupun dari aspek fleksibilitasnya, ditengah kesibukannya sehari-hari yang terus semakin meningkat. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, maka penelitian ini difokuskan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan internet banking. Sebagai unit analisis ialah nasabah BRI yang berdomisili di kota Jember.

Tan dan Teo (2000); Maharsi dan Fenny (2006); Kusuma dan Susilowati (2007) menyatakan sejak pertama diperkenalkan, *internet banking* secara fungsional bisa memberikan informasi bagi bank untuk memasarkan produk dan layanannya serta memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dengan demikian kedua belah pihak (bank dan

nasabah
perbankan
dalam
enviro
Dalam
menjadi
memiliki
banking
konver
faktor a
nasabah
banking
mengar
memer
mengu

dirancar
faktor-fa
memeng
mengu
Populasi
yang be
peneliti
mengu
Penentu
dari Hair
jumlah
Roscoe
(Lincoln
menyatak
30 dan k
analysis s
pemyataa
penelitian
responden
sampling.
bank BRI
internet b
sebulan.

Fal

nasabah-nya) bisa melakukan layanan perbankan dan bertransaksi jasa keuangan dalam suatu lingkungan semu (*virtual environment*) secara intens melalui internet. Dalam tataran praktik tentu banyak hal yang menjadi sebab para nasabah bank lebih memilih menggunakan fasilitas internet banking daripada menggunakan cara konvensional. Permasalahannya ialah faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Studi ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apakah yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*.

METODE

Survey dalam penelitian ini dirancang untuk menjelaskan dan menggali faktor-faktor apa saja yang secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Populasi penelitian ialah nasabah bank BRI yang berdomisili di kota Jember. Sampel penelitian ialah nasabah bank BRI yang aktif menggunakan layanan *internet banking*. Penentuan ukuran sampel berbasis kaidah dari Hair (2008) ialah 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang dioperasionalkan. Roscoe dalam Uma Sekaran (2006) dan Lincoln Arsyad dan Soeratno (1999) menyatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 untuk *multivariate analysis* sudah dianggap memadai. Merujuk pernyataan tersebut ukuran sampel penelitian ditentukan sebanyak 70 responden yang diambil secara *purposive sampling*. Kriteria sampel ialah nasabah bank BRI yang aktif menggunakan layanan *internet banking* minimal sekali dalam sebulan.

Faktor-faktor yang dioperasionalkan

dalam studi ini ialah: **Faktor waktu** meliputi penghematan waktu yang diperlukan untuk bertransaksi (X_1), berkaitan dengan *real time online* ialah penyelesaian transaksi dengan segera (X_2). **Faktor fleksibilitas** ialah berkaitan dengan aktivitas nasabah tidak perlu datang mengunjungi bank (X_3), nasabah bisa menggunakan rekeningnya untuk pembayaran dan transfer rekening tanpa harus mengantri (X_4), nasabah bisa segera melakukan konfirmasi atas segala transaksi (X_5). **Faktor kenyamanan** bahwa nasabah lebih nyaman karena bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja (X_6), nasabah bisa melakukan apa saja mulai dari mengecek rekening hingga mengisi aplikasi kredit (X_7). **Faktor kemudahan** bahwa nasabah mudah mengakses pelayanan yang tersedia dalam tujuh hari seminggu, dan 24 jam sehari (X_8); terkait dengan pemberian limit transaksi yang lebih besar (X_9), pengendalian seluruh rekening nasabah (X_{10}), nasabah mudah menggunakan *multi account* (X_{11}), mengatur portofolio nasabah secara mudah (X_{12}). **Faktor keamanan** bahwa aman bertransaksi karena nasabah bisa menentukan PIN sendiri (X_{13}), nasabah terhindar dari upaya penggunaan akses tidak resmi pada akun mereka (X_{14}), dan nasabah tidak perlu repot membawa uang tunai dlm jml besar (X_{15}) (Hope et al., 2001).

HASIL STUDI

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan dalam studi ini mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (sahih), hasil uji validitas menunjukkan seluruh variabel valid (koefisien *Pearson Correlation* > 0,185, dan sig < 0,05) nampak pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
X ₁	0,321	0,000	Valid
X ₂	0,427	0,000	Valid
X ₃	0,528	0,001	Valid
X ₄	0,495	0,000	Valid
X ₅	0,642	0,000	Valid
X ₆	0,743	0,002	Valid
X ₇	0,668	0,000	Valid
X ₈	0,269	0,000	Valid
X ₉	0,532	0,008	Valid
X ₁₀	0,861	0,000	Valid
X ₁₁	0,487	0,000	Valid
X ₁₂	0,625	0,000	Valid
X ₁₃	0,463	0,000	Valid
X ₁₄	0,436	0,000	Valid
X ₁₅	0,487	0,000	Valid
Y	0,735	0,000	Valid

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Reliabilitas	Keterangan
X	0,713	Reliabel	Tinggi
Y	0,826	Reliabel	Sangat tinggi

Sumber: diolah dari data primer

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa handal alat ukur variabel bisa dipercaya dilakukan uji reliabilitas. Jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari nilai kritisnya 0,50 maka butir item instrumen bisa dihandalkan (*reliabel*). Intensitas kehandalan kurang 0,20 (sangat rendah); 0,20-0,39 (rendah); 0,40-0,59 (cuku); 0,60-0,79 (tinggi); dan 0,80-1 (sangat tinggi) (Santoso, 2001:180) dan Sugiyono (2008:107) yang hasilnya nampak pada Tabel 2.

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan kuisioner yang diberikan kepada 70 responen yang dipilih secara *purposive*, diketahui bahwa semuanya dikembalikan dan bisa dianalisis. Sebagian besar nasabah pengguna BRI *internet banking* berusia 26-65 tahun, berjenis kelamin laki-laki memiliki profesi swasta dalam sebulan lebih dari tiga kali menggunakan *internet banking*, seperti nampak pada Tabel 3.

Tabel 3. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Usia (tahun)		
17-20	6	9
21-25	11	16
26-65	53	75
> 65	-	-
Jenis kelamin		
Laki-laki	54	77
Perempuan	16	23
Pekerjaan		
Palajar/Mahasiswa	5	7
Swasta	52	74
PNS/TNI/POLRI	13	19
Intensitas menggunakan (per bulan)		
1-3 kali	23	32
Lebih dari 3 kali	47	68

Sumber: diolah dari data primer

Tabel 4. Tendensi Nilai Sentral Variabel yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan *internet banking*

Variabel	Mean	Median	Modus	Standar deviasi	Minimum	Maximum
X ₁	3,86	4,00	3,00	0,7855	3,00	5,00
X ₂	3,69	4,00	4,00	1,0142	2,00	5,00
X ₃	3,79	4,00	3,00	0,7593	3,00	5,00
X ₄	4,59	5,00	5,00	0,4962	4,00	5,00
X ₅	4,63	4,00	3,00	1,0389	3,00	5,00
X ₆	3,66	4,00	3,00	0,8493	2,00	5,00
X ₇	3,57	4,00	4,00	0,6871	3,00	5,00
X ₈	4,21	4,00	4,00	0,5326	4,00	5,00
X ₉	3,35	4,00	3,00	0,6923	3,00	5,00
X ₁₀	3,32	3,00	4,00	0,9426	2,00	5,00
X ₁₁	3,83	4,00	4,00	0,8735	2,00	5,00
X ₁₂	3,89	4,00	3,00	0,7956	3,00	5,00
X ₁₃	3,75	4,00	3,00	0,7163	3,00	5,00
X ₁₄	3,52	4,00	3,00	0,8104	3,00	5,00
X ₁₅	3,49	4,00	4,00	0,9683	2,00	5,00
Y	4,39	3,00	4,00	1,0859	3,00	5,00

Sumber: diolah dari data primer

Deskripsi Data Primer

Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa tendensi nilai sentral variabel yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan BRI *internet banking* ialah

Tabel 4 menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan nasabah menggunakan *internet banking* 4,39 dengan standar deviasi 1,0859. Faktor fleksibilitas nasabah untuk bisa menggunakan rekeningnya guna melakukan pembayaran dan transfer antar rekening tanpa harus mengantri yang memiliki nilai rata-rata terbesar ialah 4,59 dengan standar deviasi 0,4962. Faktor kemudahan mengendalikan seluruh rekening nasabah

memiliki nilai rata-rata terendah 3,32 dengan standar deviasi 0,9426.

Hasil Uji Ketepatan Model

Berdasarkan hasil uji ketepatan model dalam faktor diketahui bahwa nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) adalah 0,785 dan nilai *Chi-Square* sebesar 1302,287 derajat kebebasan (df) 120 tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semua variabel sebagai komponen faktor bisa diproses lebih lanjut, karena nilai MSA lebih besar dari 0,5. Hasil uji ketepatan model (*KMO and Bartlett,s test*) pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Ketepatan Model (*KMO and Bartlett,s test*)

MSA	Chi-Square	df	Sig
0,785	1302,287	120	0,000

Sumber: data primer diolah (SPSS statistic 21)

Tabel 6. Total Variance Explaine

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	% of Commulative
1	4,854	63,856	63,856
2	2,936	15,375	79,231
3	1,029	9,004	88,235
4	0,893	2,877	91,112
5	0,748	2,458	93,570
6	0,621	1,095	94,665
7	0,597	1,846	96,511
8	0,465	1,098	97,609
9	0,402	0,912	98,521
10	0,389	0,684	99,205
11	0,314	0,437	99,642
12	0,287	0,103	99,745
13	0,206	0,096	99,841
14	0,194	0,083	99,924
15	0,127	0,076	100,00

Sumber: data primer diolah (SPSS statistic 21)

Total
yang
dari
mener
memer
mengg

Rotate

(Tabel
10 vari
lebih b
(Ferdin
tersebu
yang ha
pertama
efisiensi
untuk

Sumber:

Total Variance Explaine

Tabel 6 menunjukkan variabel yang memiliki *Eigenvalues* lebih besar dari satu sebagai basis untuk menentukan faktor yang signifikan memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*,

Rotated Component Matrics

Hasil *rotated component matrics* (Tabel 7) diketahui dari 15 variabel hanya 10 variabel yang memiliki nilai *cut of point* lebih besar dari 0,5 (Hair, 2009) dan (Ferdinand, 2008). Berdasarkan kaidah tersebut terdapat lima variabel lainnya yang harus dikeluarkan dari faktor. Faktor pertama ialah faktor *efficiency* atau efisiensi meliputi: penghematan waktu untuk bertransaksi (X_1), nasabah tidak

perlu datang mengunjungi kantor bank (X_3), dan pembayaran dan transfer rekening tanpa harus mengantri (X_4). Faktor kedua ialah faktor *safety* atau keamanan meliputi penyelesaian transaksi secara *real time online* (X_2), transaksi bisa dilakukan kapan dan dimana saja (X_6), bisa mengakses layanan tujuh hari seminggu dan 24 jam sehari (X_8), nasabah bisa menentukan PIN sendiri (X_{13}), dan tidak perlu repot membawa uang tunai dalam jumlah besar (X_{15}). Faktor ketiga ialah faktor *convenience* atau kemudahan nasabah bisa segera melakukan konfirmasi atas segala transaksi (X_5), bisa melakukan apa saja mulai mengecek rekening hingga aplikasi kredit (X_7), dan nasabah mudah menggunakan *multi account* (X_{11}).

Tabel 7. Hasil *Rotated Component Matric*

Variabel	Component		
	1	2	3
X_1	0,529	0,421	0,389
X_2	0,492	0,508	0,267
X_3	0,626	0,438	0,447
X_4	0,564	0,362	0,316
X_5	0,449	0,473	0,513
X_6	0,335	0,687	0,482
X_7	0,359	0,368	0,611
X_8	0,481	0,545	0,374
X_9	0,483	0,492	0,337
X_{10}	0,382	0,441	0,395
X_{11}	0,472	0,401	0,639
X_{12}	0,306	0,348	0,305
X_{13}	0,421	0,745	0,428
X_{14}	0,383	0,308	0,394
X_{15}	0,442	0,548	0,307

Sumber: data primer diolah (SPSS statistic 21)

Berdasarkan hasil analisis faktor, bisa diinterpretasikan bahwa diketahui ada tiga faktor penting yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan BRI *internet banking* ialah faktor efisiensi, faktor keamanan, dan faktor kemudahan. Faktor efisiensi (*efficiency*) menjadi pertimbangan utama nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Aspek yang paling dipertimbangkan ialah dalam melakukan transaksi nasabah tidak perlu harus datang ke kantor bank, tetapi cukup dilakukan dengan memanfaatkan layanan yang tersedia melalui jaringan *internet banking*, dengan demikian tidak perlu harus mengantri sehingga alokai waktu dianggap relatif lebih singkat. Terlebih lagi sebagian besar nasabah yang diteliti adalah profesional swasta berusia produktif, sibuk dan sangat menghargai waktu. Dengan demikian keberadaan layanan *internet banking* sangat bermanfaat untuk efisiensi transaksi nasabah. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Bashir dan Madhaviah, (2014); Yuan *et al.*, (2014); Yiga dan Cha (2014); dan Davis (1989) bahwa sebuah sistem teknologi akan dipersepsikan baik dan digunakan karena dianggap mampu memberikan manfaat untuk meningkatkan kinerja.

Faktor keamanan (*safety*) merupakan aspek penting berikutnya yang memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Nasabah tertarik dan menggunakan layanan *internet banking* tanpa merasa khawatir terhadap rekening keuangannya. Teknologi *internet banking* yang tersedia sudah dianggap memadai sehingga mampu mengeliminir terhadap

tindak kejahatan. Nasabah bisa bertransaksi secara *real time online*, kapan saja dan dilakukan dimana saja, bisa mengakses layanan sepanjang hari, tidak perlu repot membawa uang tunai dalam jumlah besar dan yang paling penting nasabah bisa menentukan PIN sendiri. Temuan ini sejalan dan mendukung hasil studi Mann dan Sahni, (2012); Santouridis dan Kyritsi (2013); Daneshgاده dan Yildirim (2014) yang menyatakan bahwa walaupun teknologi *internet banking* dipandang dan dipersepsikan berisiko, namun hal tersebut tidak signifikan memengaruhi nasabah untuk tetap memanfaatkan layanan tersebut karena dianggap relatif lebih bisa diandalkan aspek keamanannya.

Faktor kemudahan (*convenience*) menjadi aspek penting ketiga memengaruhi kepuasan nasabah menggunakan layanan *internet banking*. Aspek penting yang mendorong nasabah menggunakan layanan *internet banking* ialah adanya kemudahan untuk melakukan konfirmasi atas segala rekening, melakukan investigasi rekening, cek saldo, aplikasi kredit, menggunakan *multi account* termasuk transfer antar rekening bank dan melakukan berbagai pembayaran PLN, Telepon dan sebagainya. Hal tersebut diperkuat dengan perilaku nasabah yang sangat intensif untuk menggunakan layanan *internet banking* lebih dari tiga kali setiap bulan. Temuan ini sejalan dan memperkuat hasil studi Ria *et al.*, (2016); George dan Kumar (2013); Yoon dan Occena (2014) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi nasabah terhadap layanan *internet banking* dengan intensitas untuk tetap menggunakan teknologi tersebut karena dianggap lebih praktis dan mampu

memberikan banyak kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi.

Kesimpulan

Perilaku nasabah dalam menggunakan layanan BRI *internet banking* dipengaruhi oleh tiga faktor penting ialah (1) Faktor efisiensi layanan (*service efficiency*); (2) Faktor keamanan layanan (*service safety*); dan (3) Faktor kemudahan layanan (*service convenience*).

Keterbatasan

Studi ini dilakukan di wilayah yang relatif terbatas (kota Jember) dengan fokus kajian nasabah salah satu bank, dengan demikian generalisasi hasil belum cukup menggambarkan kondisi empirik.

Daftar Pustaka

-----, 2016,

<http://www.bumn.go.id/bri/berita/77/e-banking> BRI Favorit User Internet Banking Banking BRI Favorit

Chinakidzwa, More. 2014. Impact of Marketing Communications on Customer Attitudes towards Internet Banking Adoption by University Students in Zimbabwe-Case of Harare Institute of Technology. *Journal of Business Administration and Education*, Vol. 6(1):1-14

Daneshgadeh, Salva, dan Yildirim, O. Sevgi. 2014. Empirical Investigation of Internet Banking Usage: The Case of Turkey. *Procedia Technology*, Vol.16:322-331

Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13,

No. 5, pp. 319-339.

Ferdinand, Augusty. 2008. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

George, Ajimon, dan Kumar, Giresh, G.S. 2013. Antecedents of Customer Satisfaction in Internet Banking: Technology Acceptance Model (TAM) Redefined. *Global Business* Vol.14, No. 4, pp. 627-638.

Hoppe, Rudi., Paul Newman., dan Pauline Mugera. 2001. Factors Affecting the Adoption of *Internet banking* in South Africa: a Comparative Study, *ER Project, in Partial Fulfillment of the Requirements for The Course on Information Systems Honours (INF 414 W)*.

Maharsi, Sri dan Fenny, 2006. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas *Internet Banking* di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8, No.1, pp. 35-39.

Ria Sri Hardiningtyas, Andi Sularso, Bambang Irawan, 2016; Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Risiko terhadap Sikap dan Intensi Perilaku Nasabah dalam Penggunaan Internet Banking di PT Bank Muamalat Indonesia TBK Cabang Jember, *e-Journal Akuntansi dan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember*

Santoso, Singgih. 2001. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Santouridis, Ilias, dan Kyritsi, Maria. 2014. Investigating The Determinants of

Internet Banking Adoption in Greece. *Procedia Economics and Finance*, Vol.9:501-510.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 2. Edisi 4. Jakarta: PT Salemba Empat.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Tan, Margaret., dan Thompson S. H. Teo. 2000. Factors Influencing the Adoption of Internet Banking,

Journal of the Association for Information Systems, July, Vol 1, No 5.

Yiga, Charles, dan Cha, J. Kyung. 2014. Towards Understanding The Importance of Trust in Influencing Internet Banking Adoption in Uganda. *Information Development*, 1-15.

Yoon, S. Hyun, dan Occena, Luis. 2014. Impacts of Customers's Perception on Internet Banking Use With Smartphone. *Journal of Computer Information Systems*, 1-10.

