



Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Medan Petisah

Bertha Nerphy Siahaan

Universitas Mandiri Bina Prestasi, Indonesia

Alamat : Jl. Jamin Ginting No.285-287, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan,
Sumatera Utara 20165

Korespondensi penulis: bhertasiahaan9@gmail.com

Abstract : *The research entitled “The Effect of Internet Banking Service Quality on Customer Satisfaction of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Medan Petisah”. This study aims to determine whether the quality of Internet Banking services affects the level of customer satisfaction at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Medan Petisah. The data collection technique in this study was through a questionnaire. Data processing methods: Descriptive Analysis, Simple Linear Regression, Correlation Coefficient, and Coefficient of Determination. Based on the results of the regression equation $y=0.52 - 0.88x$, the Correlation Coefficient value of 0.68 means that the relationship between Internet Banking service quality and customer satisfaction is in the strong category, and the results of the calculation of the Coefficient of Determination; that 46.24% of customer satisfaction is influenced by the Analysis of Internet Banking Services and 53.76% is more influenced by other factors not examined by the author.*

Keywords: *Internet, Banking, Service, Quality, Customer.*

Abstrak : Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Medan Petisah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan Internet Banking berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Medan Petisah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Metode pengolahan data: Analisis Deskriptif, Regresi Linier Sederhana, Koefisien Korelasi, dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil persamaan regresi $y=0,52 - 0,88x$ diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,68 artinya hubungan antara kualitas layanan Internet Banking dengan kepuasan nasabah berada pada kategori kuat, dan hasil perhitungan Koefisien Determinasi bahwa 46,24% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh Analisis Layanan Internet Banking dan 53,76% lebih dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Kualitas, Layanan, Internet, Banking, Nasabah

1. LATAR BELAKANG

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, yang dimaksud dengan bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan meyalurkan dana tersebut dalam bentuk kredit dan yang di pesamakan dengan itu dalam rangka upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak (Kasmir 2014:24). Dunia perbankan adalah industri yang paling banyak dipengaruhi oleh konsumen dan kemampuan perusahaan tersebut untuk terus bertahan dalam lingkungan kompetitif. Dimana lingkungan kompetitif sangat bergantung pada kualitas jasa yang disediakan.

Teknologi sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas jasa yang dihasilkan perusahaan. Salah satu bentuknya adalah internet yang membawa revolusi pada dunia perbankan. Internet sangat membantu bank untuk mengevaluasi pelayanan yang lebih berkualitas kepada nasabah. Aplikasi internet pada dunia perbankan yang mulai mendapat

perhatian dari masyarakat umum adalah *internet banking*. Kemajuan di bidang teknologi sangat mempermudah nasabah untuk bertransaksi di manapun mereka berada tanpa perlu harus mengantri panjang untuk melakukan transaksi dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini yaitu bertransaksi dengan mudah melalui *internet banking* atau lebih dikenal dengan *E-Banking* (Vebrika dalam Chopipah O., 2013).

Menurut David Whiteley (Anniysa dan Hastuti, 2012), *internet banking* didefinisikan sebagai salah satu jasa pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya dengan maksud agar nasabah dapat mengecek saldo rekeningnya dan membayar tagihan selama 24 jam tanpa perlu datang ke kantor. Dalam manajemen jasa, produk adalah proses itu sendiri karena pelanggan terlibat secara langsung dalam pengantaran jasa. Kesuksesan inovasi teknologi dalam industri jasa perbankan secara langsung tergantung dari penerimaan dan persepsi konsumen terhadap teknologi itu sendiri. Adapun kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Pinontoan, 2013) terdiri dari reliabilitas/kehaandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*). Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka (Koler, 2008:138).

Deinisi lain menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chandra dan Danny dalam Lovenia, 2012). Yang berarti salah satu cara mempertahankan konsumennya adalah dengan memastikan kualitas produk dan jasa memenuhi harapan konsumen, dimana pemenuhan ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. PT. Bank Mandiri (Persero)Tbk adalah Bank yang memiliki komitmen untuk terus mengembangkan landasan oprasional guna mencapai tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Adapun tujuan jangka pendek adalah untuk merebut hati nasabah. Sedangkan, tujuan jangka panjang adalah agar tetap eksis dalam skala nasional dan internasional.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk telah diakui dan dihargai sebagai peringkat pertama dalam *Banking Service Excellence Awad 2016 : 5xGolden Trophy for Banking Service Excellence 2012-2016, 7x The Most Consistent Bank in Service Excellence 2010-2016, 9x Best Bank In Service Excellence 2008-2016, 1st Place The Best Overall Performance, 1st Place Terbaik Walk-in Channel, 1st Place Terbaik e-Channel, 1st Place Terbaik Mobile Internet, 1st Place Terbaik Internet Banking, 1st Place Terbaik Customer Service, 1st Place Terbaik ATM, 2nd PlaceTerbaik Teller, 2nd Place Terbaik Security, 3rd Place Terbaik Telepon Cabang, 3rd Place, Terbaik Phone Banking, 3rd Place, Terbaik Call Center*. Berdasarkan uraian diatas,

maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Kualitas Jasa

Kualitas jasa sering didefinisikan sebagai usaha pemenuhan dari keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2011:260) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yakni, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

Tjiptono (2011:174) mengemukakan bahwa dimensi kualitas dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi:

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni keinginan para staf untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.

Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Internet Banking

Menurut David Whiteley (Anniysa dan Hastuti, 2012), *internet banking* didefinisikan sebagai salah satu jasa pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya dengan maksud agar nasabah dapat mengecek saldo rekeningnya dan membayar tagihan selama 24 jam tanpa perlu datang ke kantor. Salah satu layanan yang disediakan oleh Bank Mandiri untuk para nasabahnya adalah layanan Mandiri *Internet Banking*. Di layanan ini kamu bisa melakukan banyak macam transaksi melalui handphone maupun laptop yang terkoneksi dengan jaringan.

Kepuasan Nasabah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk yang ditawarkan baik barang atau jasa. Suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya (Supranto, 2016:1).

3. METODE PENELITIAN

Pada Bagian ini penelitian ini dilakukan pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Imam Bonjol. Dalam kegiatan penelitian ini, penulis membutuhkan populasi dan sampel. Data populasi dan sampel dalam penelitian ini di peroleh dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah. Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Kumpulan elemen menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu (Sanusi, 2011:87). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah yang Menggunakan fasilitas *internet banking* yang berjumlah 2.975 orang.

Adapun sampel dari penelitian ini adalah beberapa nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah yang menggunakan fasilitas *internet banking*. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Sanusi, 2011:101). Jadi sampel sebanyak 97 orang yaitu nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah. Jenis data penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer. Teknik Pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui metode kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan skala likert (Sanusi, 2011:59).

Teknik pengolahan data yang digunakan penulis dalam menyusun penelitian ini adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, koefisien Korelasi Sederhana dan koefisien Determinasi (Sanusi, 2011).

Ini memuat rancangan penelitian meliputi disain penelitian, populasi/ sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner maka data akan diolah dengan cara menghitung dan mentabulasi serta menjabarkan dalam bentuk tabel untuk mempertegas hasil yang diperoleh penulis tentang pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri, (Persero) Tbk Area Medan Petisah. Dari hasil analisis data kuesioner yang telah di sebar kepada 97 orang nasabah, maka tanggapan dari responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Tabulasi Kualitas Layanan *Internet Banking* dan Kepuasan Nasabah Variabel Bukti Langsung (*tangibles*)

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Anda tertarik menggunakan <i>internet banking</i> karena syarat dan ketentuannya mudah.	64	31	2			97
2	Anda tertarik dengan tampilan <i>internet banking</i> .	37	51	9			97

Variabel Keandalan (*Reliability*)

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Dengan <i>internet banking</i> membuat waktu saya tidak terbuang percuma karena dapat menghemat waktu saya.	32	43	17	5		97
2	Informasi yang diberikan <i>internet banking</i> sangat tepat, akurat, dan sesuai dengan yang Anda inginkan.	27	41	25	4		97

Variabel Ketanggapan (*Responsiveness*)

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Dengan <i>internet banking</i> kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi.	26	41	23	7		97
2	Para petugas bank tanggap dalam memberikan bantuan kepada nasabah						

Variabel Jaminan/Kepastian (*Assurance*)

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah.	38	23	19	15	2	97
2	Anda merasa aman menggunakan fasilitas <i>internet banking</i> dalam melakukan transaksi apapun.	17	37	26	14	3	97

Variabel Empati (*Empathy*)

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Layanan <i>internet banking</i> sangat mengutamakan kepentingan Anda.	24	45	16	12		97
2	Informasi pada <i>internet banking</i> selalu di <i>update</i> secara cepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.	14	43	43	6		97

Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SM	M	CM	KM	TM	
1	Pelayanan yang tersedia pada <i>internet banking</i> sesuai dengan harapan Anda.	28	53	14	2		97
2	Kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi dengan <i>internet banking</i> Bank Mandiri.	34	40	21	2		97

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024

Pembahasan

Koefisien Determinasi

Berdasarkan nilai koefisien korelasi linear sederhana (r) sebesar 0,68 dapat ditentukan nilai koefisien determinasi yaitu:

$$D =$$

$$D = r^2 \times 100\%$$

$$D = 46,24\%$$

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini merupakan penjelasan dari hasil pengumpulan data primer yang telah diisi oleh responden dalam kuesioner penelitian. Hasil pengolahan data kualitas layanan *internet banking* dan tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah adalah sebagai berikut:

- a. Anda tertarik menggunakan *internet banking* karena syarat dan ketentuannya mudah.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.3. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 64 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 31 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 2 responden menjawab kriteria netral, tidak ada responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 448 dengan nilai rata-rata sebesar 4,61. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- b. Anda tertarik dengan tampilan *internet banking*.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.4. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 37 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 51 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 9 responden menjawab kriteria netral, tidak ada responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 416 dengan nilai rata-rata sebesar 4,28. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- c. Dengan *internet banking* membuat waktu saya tidak terbuang percuma karena dapat menghemat waktu saya.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.5. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 32 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 43 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 17 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 5 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 393 dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- d. Informasi yang diberikan *internet banking* sangat tepat, akurat, dan sesuai dengan yang Anda inginkan.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.6. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 27 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 41 responden menjawab

kriteria setuju, sebanyak 25 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 4 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 382 dengan nilai rata-rata sebesar 3,93. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- e. Dengan internet banking kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.7. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 26 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 41 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 23 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 7 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 377 dengan nilai rata-rata sebesar 3,88. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- f. Para petugas bank tanggap dalam memberikan bantuan kepada nasabah yang mengalami masalah dalam penggunaan *internet banking*.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.8. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 23 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 38 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 33 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 3 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 372 dengan nilai rata-rata sebesar 3,83. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- g. Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.9. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 38 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 23 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 19 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 15 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan 2 responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 371 dengan nilai rata-rata sebesar 3,82. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- h. Anda merasa aman menggunakan fasilitas *internet banking* dalam melakukan transaksi apapun.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.10. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 17 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 37 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 26 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 14 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan 3 responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 342 dengan nilai rata-rata sebesar 3,52. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- i. Layanan *internet banking* sangat mengutamakan kepentingan Anda.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.11. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 24 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 45 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 16 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 12 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 372 dengan nilai rata-rata sebesar 3,83. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- j. Informasi pada *internet banking* selalu di *update* secara cepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.12. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 14 responden menjawab kriteria sangat setuju, sebanyak 43 responden menjawab kriteria setuju, sebanyak 34 responden menjawab kriteria netral, sebanyak 6 responden menjawab kriteria tidak setuju, dan tidak ada responden menjawab kriteria sangat tidak setuju. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 356 dengan nilai rata-rata sebesar 3,67. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

- k. Pelayanan yang tersedia pada *internet banking* sesuai dengan harapan Anda.

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.13. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 28 responden menjawab kriteria sangat memuaskan, sebanyak 53 responden menjawab kriteria memuaskan, sebanyak 14 responden menjawab kriteria cukup memuaskan, sebanyak 2 responden menjawab kriteria kurang memuaskan, dan tidak ada responden menjawab kriteria tidak memuaskan. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 398 dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

1. Kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi dengan *internet banking* Bank Mandiri. Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.14. dapat diketahui jumlah tanggapan responden, sebanyak 34 responden menjawab kriteria sangat memuaskan, sebanyak 40 responden menjawab kriteria memuaskan, sebanyak 21 responden menjawab kriteria cukup memuaskan, sebanyak 2 responden menjawab kriteria kurang memuaskan, dan tidak ada responden menjawab kriteria tidak memuaskan. Maka total penilaian terhadap *internet banking* sebesar 397 dengan nilai rata-rata sebesar 4,09. Berdasarkan penilaian tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden dapat memenuhi standart baik.

Analisis Regresi Linear Sederhana

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,52 + 0,88X$$

Nilai a = 0,52 artinya jika adanya kualitas layanan maka nilai kepuasan = 0,52 Nilai b = 0,88

- a. Nilai b positif artinya pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah adalah positif yaitu jika kualitas layanan *internet banking* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan. Sebaliknya, jika kualitas layanan *internet banking* mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.
- b. Jika terjadi perubahan kualitas layanan *internet banking* sebesar 1 maka akan terjadi penambahan sebesar 0,88.

Koefisien Korelasi Sederhana

- a. Nilai koefisien korelasi positif. Artinya jika kualitas layanan *internet banking* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan. Sebaliknya apabila kualitas layanan *internet banking* mengalami penurunan maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan.
- b. Hubungan antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah adalah 0,68. Berarti mempunyai hubungan yang kuat.

Determinasi

Sehubungan variabel kualitas layanan *internet banking* akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah sebesar 46,24% dan 53,76% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk Area Medan Petisah dan berdasarkan jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarikan kepada 97 orang nasabah. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas layanan *internet banking* mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Petisah.
- b. Kualitas layanan *internet banking* mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah sebesar 46,24% dan 53,76% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam Skripsi ini.

Saran

- a. Kepada masyarakat pengguna Layanan *internet banking* harus memperhatikan perkembangan teknologi *internet banking* itu sendiri terutama keamanan menggunakan fasilitas *internet banking* dalam melakukan transaksi apa pun dan jaminan dari bank untuk melindungi data pribadi dan keuangan Anda.
- b. Kepada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebaiknya meningkatkan atau minimal mempertahankan kualitas layanan *internet banking* yang sudah ada untuk mencapai kepuasan nasabah.

DAFTAR REFERENSI

- Anisya, R., & Hastuti, M. N. (2012). Security system layanan internet banking. *Jurnal Sistem Komputer*, 2(2).
- Armand, F. (2003). Social marketing models for product-based reproductive health programs: A comparative analysis. Occasional Paper Series. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.
- Bank Mandiri. (2018, July 22). Artikel. Retrieved from <http://www.bankmandiri.co.id/article>.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who gives a hoot?: Intercept surveys of litterers and disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.
- Belair, A. R. (2003). Shopping for your self: When marketing becomes a social problem (Doctoral dissertation). Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Chopipah, O., & Fipip. (2013). Pengaruh kualitas layanan internet banking Klik BCA terhadap kepuasan nasabah (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh pendekatan keras dan lunak pemimpin organisasi terhadap kepuasan kerja dan potensi mogok kerja karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.
- Kasmir. (2014). *Dasar-dasar perbankan (Edisi Revisi 2014)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Education, Inc.
- Lindawati. (2015). Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi dan kesejahteraan rumah tangga petani usahatani terpadu padi-sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.
- Norsyaheera, A. W., Lailatul, F. A. H., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The relationship between marketing mix and customer loyalty in hijab industry: The mediating effect of customer satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37, 366–371. Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).
- Risdwiyanto, A., & Kurniyati, Y. (2015). Strategi pemasaran perguruan tinggi swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta berbasis rangsangan pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi penelitian bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono, D. R. (2016). *Metode penelitian bisnis*.
- Suprpto, J. (n.d.). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*.
- Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. C.V ANDI OFFSET.