

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK RAKYAT  
INDONESIA (PERSERO), TBK. KANTOR CABANG  
MAKASSAR SOMBA OPU**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S-1



**Diajukan oleh :**  
**MELA ARLITA**  
**2015211805**

**KONSENTRASI BISNIS PERBANKAN DAN KEUANGAN MIKRO  
JURUSAN/PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
NOBEL INDONESIA  
2019**

**PENGESAHAN KOMISI PENGUJI**

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK RAKYAT  
INDONESIA (PERSERO), TBK. KANTOR CABANG  
MAKASSAR SOMBA OPU**

Diajukan oleh :

**Nama : Mela Arlita**

**NIM : 2015211805**

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi STIE Nobel  
Indonesia pada tanggal 18 Februari 2019 dan dinyatakan diterima untuk  
memenuhi syarat guna memperoleh gelar Akademik  
**Sarjana Manajemen – SM**

*Makassar, 26 Februari 2019*

Tim Penguji

Ketua : Dr. Hasmin Tamsah, S.E., M.Si

: 1.....

Sekretaris : Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si

: 2.....

Anggota : Dirwan Dirga Saputra, S.T., M.M.

: 3.....

Mengesahkan,

Wakil Ketua I  
Bidang Akademik

Ketua Jurusan

Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si

Yuswani Nur, S.E., M.Si

Mengetahui,

Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar



Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M.

## ABSTRAK

**Mela Arlita. 2019.** Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, pembimbing Hasmin Tamsah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (a) pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu (b) pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu (c) pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang merupakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian adalah (a) teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu (b) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu (c) teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

**Kata Kunci:** Teknologi Informasi, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Nasabah

## **ABSTRACT**

**Mela Arlita. 2019.** *The Effects of Information Technology and Service Quality toward Customer's Satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu, Supervised by Hasmin Tamsah.*

*This study aims to determine (a) the effect of information technology toward customer's satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu (b) the effect of service quality toward customer's satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu (c) the effect of information technology and service quality toward customer's satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu.*

*The study sample was 100 respondents who were customer at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu. The study used multiple linear regression analysis by collecting data using a questionnaire with a likert scale.*

*The results of the study are (a) information technology have positive and significant effect toward customer's satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu (b) service quality have positive and significant effect toward customer's satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu (c) information technology and service quality have positive and significant effect toward customer's satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Makassar Somba Opu.*

**Keywords:** *Information Technology, Service Quality, and Customer Satisfaction*

## MOTTO

“WORK UNTIL YOU NO LONGER HAVE TO INTRODUCE YOURSELF.”  
(HARVEY SPECTER)

“WORK FOR A CAUSE, NOT FOR APPLAUSE. LIVE LIFE  
TO EXPRESS, NOT TO IMPRESS.”  
(ANONYMOUS)

“NEVER SAY I CAN’T, ASK YOURSELF **HOW CAN I.**”  
(THE MINDSET JOURNE)

“ACT LIKE YOU ARE CONFIDENT AND CAN HANDLE EVERYTHING.  
FAKE IT TILL YOU MAKE IT.”  
(UNKNOWN)

“WHEN YOU TALK, YOU ARE ONLY REPEATING WHAT YOU  
ALREADY KNOW. BUT IF YOU LISTEN, YOU MAY  
LEARN SOMETHING NEW.”  
(DALAI LAMA)

“A **SATISFIED LIFE** IS BETTER THAN A **SUCCESSFUL LIFE**. BECAUSE  
OUR SUCCESS IS **MEASURED BY OTHERS**, BUT OUR SATISFACTION  
IS **MEASURED BY OUR OWN SOUL, MIND, AND HEART.**  
(THE MINDS JOURNAL)

## **PERSEMBAHAN**

*Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT., karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat selesai dan atas dukungan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya.*

*Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti.*

*Skripsi ini kupersembahkan untuk :*

### **Kedua Orang Tuaku Tercinta**

*Bapak Abdul Wahid*

*Ibu A. Muliana*

### **Saudaraku Tercinta**

*Al Arizal*

### **Sahabat-sahabatku Tercinta**

### **Almamaterku**

*STIE Nobel Indonesia Makassar*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. adalah ungkapan pertama yang penulis ucapkan atas terselesaikannya skripsi ini. Skripsi dengan judul **Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu** ini penulis susun dalam rangka penyelesaian studi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menemui banyak kendala. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M. selaku Ketua STIE Nobel Indonesia yang telah memberikan persetujuan untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si selaku Wakil Ketua Satu Bidang Akademik sekaligus dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis untuk kelancaran penulisan proposal ini.
3. Bapak Yuswari Nur, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah membantu mempercepat legitimasi penelitian ini.
4. Ibu Fitriani Latief, S.P., M.M. selaku Ketua P3M yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

5. Bapak Dr. Hasmin Tamsah, S.E., M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan, masukan, saran dan kritikan yang membangun untuk kelancaran penulisan proposal ini.
6. Bapak Dirwan Dirga Saputra, S.T., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis untuk kelancaran penulisan proposal ini.
7. Bapak/Ibu Dosen yang telah begitu tulus membekali penulis dengan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga.
8. Yang tersayang Ayahanda dan Ibunda tercinta serta saudara-saudara penulis yang telah banyak memberikan bantuan moril dan materil.
9. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini.

Keberadaan skripsi ini merupakan sebuah simbol keberhasilan tersendiri bagi penulis. Kendatipun terwujudnya dalam format yang sangat sederhana dan penuh keterbatasan, penulis tetap berharap agar hasil karya ini menjadi sebuah titipan Allah SWT. yang melalui tangan penulis dapat memberikan faedah kepada kita semua.

Akhirnya tiada lain yang dapat penulis lakukan selain memohon maaf atas segala kekhilafan dan keterbatasan yang ada, sekaligus menyerahkan kepada Allah SWT. semoga segala sumbangsih yang begitu tulus dari semua pihak mendapatkan pahala yang berlipat ganda.

Makassar, 15 Desember 2018



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Teknologi Informasi.....	9
2.1.1 Definisi Teknologi Informasi.....	9
2.1.2 Dimensi Teknologi Informasi .....	10
2.1.3 Tujuan dan Fungsi Teknologi Informasi .....	11
2.1.4 Peranan Teknologi Informasi.....	13
2.1.5 Manfaat Teknologi Informasi .....	14
2.1.6 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan .....	16

2.2	Kualitas Layanan .....	18
2.2.1	Definisi Kualitas Layanan .....	18
2.2.2	Dimensi Kualitas Layanan.....	19
2.2.3	Jenis Kualitas Layanan .....	21
2.3	Kepuasan Nasabah.....	22
2.3.1	Definisi Kepuasan Nasabah .....	22
2.3.2	Dimensi Kepuasan Nasabah .....	23
2.3.3	Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	25
2.3.4	Faktor-faktor Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	27
2.3.5	Manfaat Kepuasan Nasabah.....	28
2.4	Penelitian Terdahulu .....	29
2.5	Kerangka Pikir .....	36
2.6	Hipotesis.....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1	Populasi .....	41
3.2.2	Sampel .....	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	44
3.4.1	Jenis Data.....	44
3.4.2	Sumber Data .....	44
3.5	Metode Analisis Data.....	45
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	45
3.5.2	Uji Statistik .....	46

3.6 Definisi Operasional .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	52
4.1.1 Sejarah Singkat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. ....	52
4.1.2 Visi dan Misi.....	53
4.1.3 Struktur Organisasi.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Karakter Responden .....	56
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	58
4.2.3 Uji Kualitas Data.....	62
4.2.4 Uji Statistik .....	64
4.3 Pembahasan .....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1	Indikator Kepuasan Nasabah .....	49
Tabel 3.2	Indikator Teknologi Informasi .....	50
Tabel 3.3	Indikator Kualitas Layanan .....	51
Tabel 4.1	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2	Karakter Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.3	Karakter Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah .....	57
Tabel 4.4	Karakter Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	58
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap Variabel Teknologi Informasi .....	59
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	60
Tabel 4.7	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah.....	61
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	65
Tabel 4.11	Hasil Uji T .....	66
Tabel 4.12	Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	70

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis sangat tajam yang ditandai dengan kemajuan perekonomian global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali pada kegiatan perekonomian yang bersifat produktif. Industri perbankan nasional, memiliki masa depan yang cerah, hal itu didukung oleh kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan ditunjang oleh jumlah penduduk Indonesia yang besar. Jika kedua potensi tersebut dikembangkan secara maksimal, maka perbankan nasional bisa berperan lebih besar.

Eksistensi perbankan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diperoleh. Menurut **Kotler dan Keller (2009:173)**, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa nasabah yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya. Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank.

Dewasa ini, industri perbankan telah memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas produknya. Teknologi informasi dari waktu ke waktu semakin berkembang. Teknologi informasi pun telah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Kemajuan teknologi informasi telah memberikan banyak kemudahan dalam aktivitas manusia, termasuk dalam dunia perbankan. Sebagai contoh adalah seorang ibu dari Indonesia mengirimkan sejumlah uang untuk anaknya yang sekolah di Australia, berkat kemajuan teknologi informasi, pada saat yang hampir bersamaan si anak bisa langsung menerima uang tersebut lewat bank atau ATM (Anjungan Tunai Mandiri).

Teknologi informasi dalam jasa perbankan juga dapat dilakukan melalui internet banking. Internet adalah media yang ideal untuk melakukan berbagai kegiatan perbankan karena berpotensi menghemat biaya dan waktu. Fungsi internet tak lagi hanya sebagai media informasi, tapi juga sebagai media untuk dapat melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun tanpa terbatas oleh jarak dan waktu (**Wahyuni, 2012:244**). Layanan internet banking adalah salah satu strategi yang digunakan oleh industri perbankan untuk bersaing. Semakin meningkatnya jumlah pengguna internet dan meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun, memungkinkan perbankan untuk melakukan inovasi-inovasi yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran maupun pengiriman uang. Inovasi pelayanan perbankan dengan internet banking diharapkan dapat menekan biaya transaksi dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. Dalam

layanan internet banking, nasabah dapat melihat saldo rekening, tagihan, sisa limit kartu kredit, serta beberapa aktivitas di rekening bank.

Kemajuan teknologi informasi harus diimbangi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari penyedia layanan perbankan. Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi juga tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah. Kompetisi yang sering terjadi dalam dunia perbankan adalah pemberian hadiah atau bonus yang menarik. Faktor utama dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah adalah dari kualitas layanan. Apabila bank tidak memperhatikan aspek-aspek pelayanan maka dapat mengakibatkan berpindahnya nasabah ke bank lain yang dianggap lebih dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Hal tersebut tentu saja akan merugikan pihak bank yang bersangkutan.

Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima. Dalam industri perbankan, keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas layanan yang meliputi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi seperti ATM, phone banking, internet banking, SMS banking, layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah, layanan kotak saran melalui kartu komentar, telpon bebas pulsa, atau media lainnya, serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas juga merupakan hal penting yang dapat menunjang kepuasan nasabah.



PT Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu perusahaan industri jasa yang selalu mempertahankan eksistensi dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dimilikinya. Dengan memberikan fasilitas ATM serta kemudahan-kemudahan dalam internet banking maka PT Bank Rakyat Indonesia bersaing demi mendapatkan nasabah. PT Bank Rakyat Indonesia menyediakan layanan internet banking dengan memberikan fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet selama 24 jam, 7 hari seminggu bagi nasabah bank. Oleh sebab itu, dalam teknologi ISST (*Internet Self Service Technology*), diharapkan dapat memberikan kepuasan nasabah melalui kualitas layanan teknologi informasi, yakni kemudahan dalam bertransaksi.

Pengelolaan kualitas teknologi informasi yang baik akan dapat menciptakan persepsi maupun image yang baik di mata nasabah. Namun, terkadang harapan nasabah sering tidak terpenuhi karena adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diberikan oleh bank. Fenomena yang terjadi pada perusahaan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian ini adalah adanya nasabah yang merasa belum terpuaskan oleh pelayanan yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia. Adanya gangguan ketika nasabah ingin menggunakan fasilitas yang disediakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia dan pelayanan yang diberikan masih kurang maksimal sebab masih terdapat nasabah yang menunggu lama dalam bertransaksi. Sebagai perusahaan besar yang telah memiliki jaringan pelayanan, hal ini harusnya dapat lebih diperhatikan sebab pelayanan telah dijadikan tolak ukur untuk membuat nasabah merasa puas sehingga nasabah akan lebih selektif dalam memilih bank yang akan dijadikan sebagai tempat menyalurkan dana yang dimiliki. Apalagi

dengan berkembangnya teknologi finansial (*financial technology*) yang menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman, serta modern. Hal ini membuat PT Bank Rakyat Indonesia perlu memperhatikannya, baik sebagai kompetitor maupun sebagai substitusi perbankan yang ada.

Keutamaan fintech adalah membantu masyarakat untuk mendapatkan *fresh money* dengan mudah dan waktu yang singkat tanpa melibatkan lembaga keuangan konvensional. Jika tidak ingin eksistensinya tergerus oleh fintech, PT Bank Rakyat Indonesia harus mau berkolaborasi. Harus diakui, bahwa fintech merupakan salah satu solusi untuk dapat membantu meraih tujuan finansial sekaligus bersama-sama memberdayakan perekonomian masyarakat Indonesia. Ibarat dua mata pisau, kehadiran fintech sangat membantu dan menjawab kebutuhan masyarakat yaitu kemudahan, dari lain sisi pengembangan produk dan merupakan tantangan bagi dunia perbankan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu?
3. Apakah teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

3. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sesuai sifat penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan layanan teknologi informasi perbankan dan kualitas layanan dalam transaksi sehingga dapat menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan pangsa pasarnya dalam dunia globalisasi.
2. Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dalam memanfaatkan kualitas layanan teknologi informasi. Kemudian bagi nasabah yang belum dapat atau belum pernah menggunakan kualitas layanan teknologi informasi dapat mengetahui kegunaan serta fungsi teknologi informasi, sehingga dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi yang dilakukan nasabah bank.

3. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian berikutnya, terutama penelitian yang tertarik pada tema penerimaan kualitas layanan teknologi informasi dan perilaku konsumen untuk kepuasan bertransaksi di bank dengan jalan menambah beberapa variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teknologi Informasi**

##### **2.1.1 Definisi Teknologi Informasi**

Teknologi dalam perkembangan arus produksi, konsumsi dan distribusi informasi memegang peranan penting. Peranan teknologi dalam proses mengklasifikasi informasi terletak ketika hasil teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas. Dengan demikian, pada dasarnya teknologi bersifat baik. Maka tidak mengherankan apabila terjadi perubahan dari media massa tradisional menjadi media massa baru. Pada akhirnya media baru dalam konteks teknologi dan globalisasi mengalami perubahan yang sedemikian kompleks. Globalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam industri dan teknologi media komunikasi.

Teknologi informasi muncul sebagai akibat semakin merebaknya globalisasi dalam kehidupan organisasi, semakin kerasnya persaingan bisnis, semakin singkatnya siklus hidup barang dan jasa yang ditawarkan, serta meningkatnya tuntutan selera konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Menurut **Warsita (2008:135)** teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (*hardware, software, useware*) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna. **Prasojo dan Riyanto (2011:4)** menyatakan

bahwa teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat.

**Uno dan Nina Lamatenggo (2011:57)** juga mengemukakan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data. Pengolahan itu termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

**McKeown (2008)** menyatakan teknologi informasi adalah seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah teknologi hasil karya manusia yang mengkombinasikan komputer dengan saluran komunikasi berkecepatan tinggi yang digunakan dalam proses penyampaian informasi (data, suara, video) sehingga penyebaran informasi lebih cepat, lebih luas dan lebih lama penyimpanannya.

### **2.1.2 Dimensi Teknologi Informasi**

**Chin dan Todd dalam Maffikhah (2010:43)** memberikan beberapa dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi. Kemanfaatan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan Todd dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas, dengan dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi:
  - a. Menjadi pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
  - b. Bermanfaat (*usefull*)
  - c. Menambah produktifitas (*increas productivity*).
2. Efektifitas meliputi:
  - a. Mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*)
  - b. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve the job performance*).

Kemanfaatan dari penggunaan teknologi informasi itu sendiri dapat diketahui dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi dengan satu kepercayaan bahwa pengguna teknologi informasi tersebut dapat memberikan kontribusi positif bagi penggunaannya.

### 2.1.3 Tujuan dan Fungsi Teknologi Informasi

**Sutarman (2012:17)** mengemukakan tujuan dari teknologi informasi adalah sebagai berikut:

1. Untuk memecahkan masalah
2. Untuk membuka kreativitas, dan
3. Untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.

Sedangkan fungsi teknologi informasi menurut **Sutarman (2012:18)** adalah sebagai berikut:

1. Menangkap (*Capture*)

Mengkompilasikan catatan rinci dari aktivitas, misalnya menerima input dari *keyboard, scanner, mic*, dan sebagainya.



## 2. Mengolah (*Processing*)

Mengolah atau memproses data masukan yang diterima untuk menjadi informasi. Pengolahan atau pemrosesan data dapat berupa konversi (pengubahan data ke bentuk lain), analisis (kondisi), perhitungan (kalkulasi), sintesis (penggabungan) segala bentuk data dan informasi.

- a. Data processing, memproses dan mengolah data menjadi suatu informasi.
- b. Information processing, suatu aktivitas komputer yang memproses dan mengolah suatu tipe atau bentuk dari informasi dan mengubahnya menjadi tipe atau bentuk yang lain dari informasi.
- c. Multimedia System, suatu sistem komputer yang dapat memproses berbagai tipe/bentuk dari informasi secara bersamaan (simultan).

## 3. Menghasilkan (*Generating*)

Menghasilkan atau mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk yang berguna. Misalnya laporan, tabel, grafik, dan sebagainya.

## 4. Menyimpan (*Storage*)

Merekam atau menyimpan data dan informasi dalam suatu media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya. Misalnya disimpan ke hardisk, tape, disket, compact disk (CD), dan sebagainya.

## 5. Mencari kembali (*Retrival*)

Menelusuri, mendapatkan kembali informasi atau menyalin (*copy*) data dan informasi yang sudah tersimpan, misalnya mencari supplier yang sudah lunas, dan sebagainya.

## 6. Transmisi (*Transmission*)

Mengirim data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan komputer. Misalnya mengirimkan data penjualan dari user A ke user lainnya, dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, teknologi informasi saat ini menjadi hal yang sangat penting bagi banyak organisasi karena manfaatnya telah dirasakan dapat membantu mempermudah dalam mendukung aktivitas organisasi. Teknologi informasi juga dapat mendukung proses pengelolaan informasi karena dapat meningkatkan kompleksitas tugas manajemen, mempengaruhi ekonomi internasional (globalisasi), mempercepat waktu tanggap (*response time*), dan mengurangi tekanan dari pihak luar akibat adanya persaingan bisnis.

### 2.1.4 Peranan Teknologi Informasi

Menurut **Kadir (2014:12)**, peranan teknologi informasi adalah:

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi melakukan otomatisasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
3. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

Berdasarkan penjelasan di atas teknologi informasi memberi kontribusi bagi organisasi atau perusahaan yang menerapkannya. Teknologi informasi membantu peran manajer dalam memantau aktivitas operasi yang sedang berjalan di

perusahaan. Selain itu juga membantu memberikan informasi penting yang dibutuhkan oleh seluruh pihak yang berkepentingan dalam menjalankan tugasnya masing-masing.

### **2.1.5 Manfaat Teknologi Informasi**

Teknologi saat ini seperti online banking sudah sangat marak penggunaannya, internet banking bukan hanya menguntungkan bagi bank itu sendiri. Dengan internet banking yang marak penggunaannya saat ini, sekarang nasabah bank tidak perlu datang ke bank untuk mengambil tabungan, menabung atau sekedar mengecek saldo mereka. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh perbankan sekarang ini sudah dapat dimanfaatkan oleh sebagian besar nasabah karena saat ini teknologi informasi sudah dapat dinikmati oleh sebagian besar masyarakat baik dari golongan masyarakat yang berkelas atas hingga bawah. Selain kelebihan-kelebihan yang ditawarkan tersebut, kelebihan lainnya yaitu misalnya mentransfer uang ke rekening, membayar tagihan listrik, air, bahkan membeli pulsa secara internet, bahkan jual beli pun dapat dilakukan secara online. Pelanggan atau nasabah dapat membeli sesuatu hanya dengan mengakses internet dan menggunakan internet banking dari bank masing-masing. Internet banking sekarang juga menawarkan kartu kredit online, pinjaman personal dan akun tabungan dan semua itu dilakukan secara online. Selain nasabah pihak bank sendiri diuntungkan, bank juga akan lebih praktis dalam melayani nasabah dalam melakukan transaksi karena jika nasabah melakukan transaksi dengan menggunakan fasilitas online banking maka teller bank tidak perlu melayani nasabah secara manual. Sehingga ini memudahkan teller dengan jumlah nasabah yang datang langsung ke bank akan berkurang dan ini akan

membuat bank mendapatkan keuntungan yang lebih. Kesimpulannya semakin banyak nasabah yang menggunakan online banking maka keuntungan yang didapat oleh bank akan semakin bertambah besar. Pada akhirnya jika pihak bank mendapat keuntungan maka bisa saja bank menawarkan tingkat suku bunga yang lebih tinggi sehingga kembali dapat menguntungkan nasabah.

Menilai dari popularitas yang sekarang, online banking akan terus populer dan digunakan di masa yang akan datang, individual dan pelaku bisnis yang sebelumnya menolak untuk mengadopsi online banking sebagai alat komersial, sekarang tidak akan mempunyai banyak pilihan lagi. Kecepatan dalam mengakses online dapat mengalahkan metode tradisional sepenuhnya. Salah satu pengguna online banking di masa yang akan datang, menurut *Bank of American* harus menyediakan kesempatan untuk mengembangkan perbankan di dalam cara-cara inovatif yang mengutamakan kecenderungan kelakuan pelanggan atau nasabah, pilihan yang ada dan tren. Ide-ide baru yang dikembangkan harus menerapkan teknologi yang mengungkap wawasan yang mencakup skala sosial dan fisik yang luas dari interaksi dengan pelanggan secara individu menuju kepada transaksi secara global. Perlu dilakukan riset guna menemukan inovasi untuk mengubah dunia perbankan secara menyeluruh.

Beberapa manfaat sistem teknologi informasi menurut **Amrul (2013)** antara lain adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan aksesibilitas data yang tersaji secara tepat waktu dan akurat bagi para pemakai, tanpa mengharuskan adanya perantara sistem informasi.

2. Menjamin tersedianya kualitas dan keterampilan dalam memanfaatkan sistem informasi secara kritis.
3. Mengembangkan proses perencanaan yang efektif.
4. Mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan akan keterampilan pendukung sistem informasi.
5. Menetapkan investasi yang akan diarahkan pada sistem informasi.
6. Mengantisipasi dan memahami konsekuensi-konsekuensi ekonomis dari sistem informasi dan teknologi baru.
7. Memperbaiki produktivitas dalam aplikasi pengembangan dan pemeliharaan sistem.
8. Mempermudah dalam bertransaksi.

### **2.1.6 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan**

Banyak hal dalam dunia perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan aktifitasnya, dengan pemanfaatan tersebut menjadikan kegiatan ekonomi bisa berjalan dengan lancar dan sistematis. Adapun contoh peranan teknologi informasi dalam dunia perbankan menurut **Tampubolon (2009)**, adalah sebagai berikut:

1. ATM, *Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri

Ini adalah saluran *e-banking* paling populer. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (*voucher* dan tiket) dan yang terkini transfer

ke bank lain (dalam satu *switching* jaringan ATM). Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja di tempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila ATM dikenal sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*.

## 2. *Phone Banking*

Ini adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam/HP, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan flat dari manapun nasabah berada. Pada awalnya, layanan *Phone Banking* hanya bersifat informasi, yaitu untuk informasi jasa/produk bank dan informasi saldo rekening serta dilayani oleh *Customer Service Operator/CSO*. Namun profilnya kemudian berkembang untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket) dan transfer ke bank lain; serta dilayani oleh *Interactive Voice Response (IVR)*. Fasilitas ini boleh dibilang lebih praktis ketimbang ATM untuk transaksi non tunai, karena cukup menggunakan telepon/HP di manapun kita berada, kita bisa melakukan berbagai transaksi, termasuk transfer ke bank lain.

### 3. *Internet Banking*

Ini termasuk saluran teranyar *e-banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *Phone Banking*, Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap tertampang dilayar komputer/PC atau PDA.

### 4. *SMS/m-Banking*

Saluran ini pada dasarnya evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan juga sama seperti *Phone Banking*. Untuk transaksi lainnya pada dasarnya dapat pula dilakukan, namun tergantung pada akses yang dapat diberikan bank. Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun dalam prakteknya sedikit merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan sms. dalam bertransaksi dan mudah dipahami.

## **2.2 Kualitas Layanan**

### **2.2.1 Definisi Kualitas Layanan**

Parasuraman mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. **Tjiptono dalam Sangadji, dkk (2013:100)**

menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Wyckof dalam Lovelock kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) **Parasuraman, dkk (Tjiptono, 2014:268)**.

Jadi, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima **Parasuraman, dkk (Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2008:181)**.

### **2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan**

Dimensi kualitas layanan dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*). Untuk mengukur kualitas layanan dapat ditentukan berdasarkan lima dimensi kualitas jasa menurut **Parasuraman, dkk (Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2011:182)** yaitu:

- 1) Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh:



gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu

pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut.

### **2.2.3 Jenis Kualitas Layanan**

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Menurut **Kasmir (2010:176)**, kualitas layanan terbagi atas:

#### **1. Kualitas Layanan Internal**

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas layanan internal adalah:

- a. Pola manajemen umum perusahaan
- b. Penyediaan fasilitas pendukung
- c. Pengembangan sumber daya manusia
- d. Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- e. Pola insentif

#### **2. Kualitas Layanan Eksternal**

Ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- b. Yang berkaitan dengan penyediaan barang

## 2.3 Kepuasan Nasabah

### 2.3.1 Definisi Kepuasan Nasabah

Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut.

Secara Linguistik, *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti cukup dan *facere* yang berarti melakukan atau membuat. Berdasarkan pendekatan linguistik ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari apa yang diharapkan konsumen mampu dipenuhi oleh produk.

Menurut **Kotler dalam Arif (2012:192)** kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut **Engel dalam Arif (2012:192)** kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.

Strategi pemasaran perusahaan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan

adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas dan kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Menurut **Kasmir (2010:162)**, dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu:

- 1) Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- 2) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens yang mengatakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut.

### **2.3.2 Dimensi Kepuasan Nasabah**

Menurut **Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2008:101)** dimensi kepuasan terdiri dari:

- 1) Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
  - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
  - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
  - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

### **2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Menurut **Kotler dalam Kasmir (2010:163)** pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

#### 1) Sistem Keluhan dan Usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada perusahaan. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah masalah yang timbul.

#### 2) Survei Kepuasan Nasabah

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan PT Bank Rakyat Indonesia pada skala berikut: Sangat tidak puas, Tidak puas, Cukup puas, Puas, Sangat Puas.
  2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu fasilitas tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
  3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari Bank dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- 3) Konsumen Samaran
- Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-berpura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.
- 4) Analisis Mantan Pelanggan
- Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.

### 2.3.4 Faktor-faktor Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut **Tjiptono (2014:368)** faktor-faktor pengukuran kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

2) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Mengidentifikasi pelanggan untuk menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3) Konfirmasi Harapan (*Confirmations of Expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.



#### 5) Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

#### 6) Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi : a) komplain; b) retur atau pengembalian produk; c) biaya garansi; d) *product recall*; e) gethok tular negatif; f) defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

### **2.3.5 Manfaat Kepuasan Nasabah**

Kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan dan bagi konsumen itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan nasabah menurut **Tjitono (2012:102)** antara lain:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang lebih baik untuk pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
4. Membentuk suhu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama/Judul</b>	<b>Thn</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Hasmin Tamsah, Eddyman W. Ferial dan Muh. Saleh S./ Pengaruh Ekspektasi, Persepsi, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Bhayangkara	2018	X1 = Ekspektasi X2 = Persepsi X3 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pasien	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekspektasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pasien ruang rawat inap Rumah Sakit Bhayangkara Makassar.</li> <li>2. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien ruang rawat inap Rumah Sakit Bhayangkara Makassar. Hal ini mengindikasikan, bahwa apabila persepsi semakin baik, maka kepuasan pasien akan semakin baik.</li> <li>3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien ruang rawat inap Rumah Sakit Bhayangkara Makassar.</li> <li>4. Variabel independen yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pasien ruang rawat inap Rumah Sakit Bhayangkara Makassar adalah variabel kualitas pelayanan.</li> </ol>
Nisa Kusumawardhani/ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan	2017	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Penanganan Komplain X3 = Kualitas Produk X4 = Tingkat Margin Y = Kepuasan Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan, kualitas produk, penanganan komplain, dan tingkat margin secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah pembiayaan murabahah yang menjadi</li> </ol>

Nama/Judul	Thn	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada KSPPS Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan)			<p>sampel dalam penelitian ini.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah.</li> <li>3. Penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah.</li> <li>4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah.</li> <li>5. Tingkat margin tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah.</li> </ol>
Seanewati Oetama dan Desy Herlina Sari/Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. di Sampit	2017	<p>X1 = Fasilitas  X2 = Kualitas Pelayanan  Y = Kepuasan Nasabah</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independent) mempengaruhi variabel terikat (dependent) kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. di Sampit. Terlihat bahwa terdapat pengaruh sebesar 29,5%. Sedangkan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain.</li> <li>2. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. di Sampit. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank</li> </ol>

Nama/Judul	Thn	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>Mandiri (Persero), Tbk. di Sampit.</p> <p>3. Hasil pengujian dengan uji-f memperlihatkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. di Sampit.</p>
Fitri Madona/ Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang	2017	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri semakin menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.
Lina Sari Situmeang/ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan	2017	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Harga X3 = Lokasi Y = Kepuasan Konsumen	<p>1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Istana Hot Plate Medan.</p> <p>2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Istana Hot Plate Medan.</p> <p>3. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen</p>

Nama/Judul	Thn	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Harun Al Rasyid/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek</p>	2017	<p>X1 = Kualitas Layanan X2 = Pemanfaatan Teknologi Informasi Y1 = Kepuasan Pelanggan Y2 = Loyalitas Pelanggan</p>	<p>pada rumah makan Istana Hot Plate Medan.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Jakarta.</li> <li>2. Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Jakarta.</li> <li>3. Kepuasan Pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Jakarta.</li> <li>4. Terdapat hubungan kausal yang signifikan atas Kualitas Layanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Jakarta.</li> </ol>
<p>Dewi Berlian Harahap/ Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara</p>	2017	<p>X1 = Teknologi Informasi X2 = Kualitas Layanan Y = Kepuasan Nasabah</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel teknologi informasi (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) diketahui bahwa teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>2. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas layanan (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.</li> </ol>

Nama/Judul	Thn	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			3. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Yuliana Anggraeni/ Pengaruh Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Kota Semarang	2014	X = Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi Y = Kepuasan Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dimensi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>2. Dimensi Kesesuaian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Kesesuaian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>3. Dimensi Performa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Performa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>4. Dimensi Sensasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Sensasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>5. Kemudahan dan Performa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>6. Kesesuaian dan Sensasi berpengaruh positif dan</li> </ol>

Nama/Judul	Thn	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Agus Bastiar/Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar)</p>	2012	<p>X1 = Kualitas Pelayanan  X2 = Kepercayaan  X3 = Nilai Pelanggan  Y = Kepuasan Nasabah</p>	<p>tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar</li> <li>2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.</li> <li>3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.</li> <li>4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.</li> </ol>
<p>Viva Faronika dan Asriyal/Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama pada Bank BRI Cabang Fatmawati</p>	2012	<p>X = Kualitas Pelayanan  Y = Kepuasan Nasabah</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana dan koefisien korelasi, maka didapat hasil (r) sebesar 0,67 yang menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI Cabang Fatmawati dengan tingkat kepuasan nasabah tabungan BRITAMA.</li> </ol>

Nama/Judul	Thn	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (KD), besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah 45%. Artinya bahwa variabel kepuasan nasabah 45% dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, melalui persamaan regresi <math>Y = 15,01 + 0,73X</math>. Sedangkan sisanya 55% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.</p> <p>3. Berdasarkan Uji t, kedua variabel yaitu variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan nasabah (Y) telah diuji dan diperoleh hasil untuk t hitung sebesar 8,96 dan t tabel sebesar 1,960. Maka dari itu terbukti benar bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya, 110 karena <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math>, atau <math>8,96 &gt; 1,960</math>. Sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI Cabang Fatmawati dengan meningkatnya tingkat kepuasan nasabah tabungan BRITAMA.</p>

Sumber: berbagai jurnal, 2018



## **2.5 Kerangka Pikir**

### **2.5.1 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah**

Teknologi informasi dari waktu ke waktu semakin berkembang. Teknologi informasi pun telah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Kemajuan teknologi informasi telah memberikan manfaat dalam industri perbankan yaitu kemudahan dalam bertransaksi bagi nasabah. Contoh teknologi informasi dalam perbankan yaitu fasilitas e-Banking yang meliputi ATM, phone banking, internet banking, dan SMS banking. Dengan teknologi e-Banking nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan di manapun tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Oleh sebab itu, teknologi e-Banking diharapkan dapat memberikan kepuasan nasabah melalui kualitas layanan teknologi informasi, yakni kemudahan dalam bertransaksi. Pemanfaatan teknologi informasi dalam industri perbankan harus ditunjang dengan kualitas jaringan yang cepat sehingga dapat mengefisiensi waktu nasabah saat bertransaksi.

Demikian juga yang terjadi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu keberadaan teknologi e-Banking dinilai dapat memudahkan nasabah saat melakukan transaksi karena tidak perlu lagi pergi ke bank. Namun, saat nasabah ingin menggunakan fasilitas e-Banking ini tidak jarang terjadi gangguan pada jaringan yang akan menghambat nasabah dalam bertransaksi sehingga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah karena fasilitas dinilai belum memberikan manfaat yang maksimal. Berdasarkan fenomena tersebut, dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap (2017) dapat

disimpulkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **2.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Dalam industri perbankan, keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas layanan dalam bertransaksi seperti layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah, layanan kotak saran melalui kartu komentar, telpon bebas pulsa, atau media lainnya, serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas juga merupakan hal penting yang dapat menunjang kepuasan nasabah. Namun apabila kualitas layanan yang diberikan bank tidak sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka dampaknya nasabah akan merasa tidak puas sehingga dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan.

Begitu juga yang terjadi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu terkadang harapan nasabah sering tidak terpenuhi karena perbedaan antara harapan dengan persepsi tentang layanan yang diberikan. Salah satunya yaitu masih terdapat nasabah yang belum terpuaskan karena kualitas layanan yang diberikan pihak bank dinilai masih kurang maksimal sebab nasabah masih dibiarkan menunggu lama dalam bertransaksi. Sedangkan jika kualitas layanan yang diberikan karyawan bank sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa senang dan puas. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitri Madona (2017) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

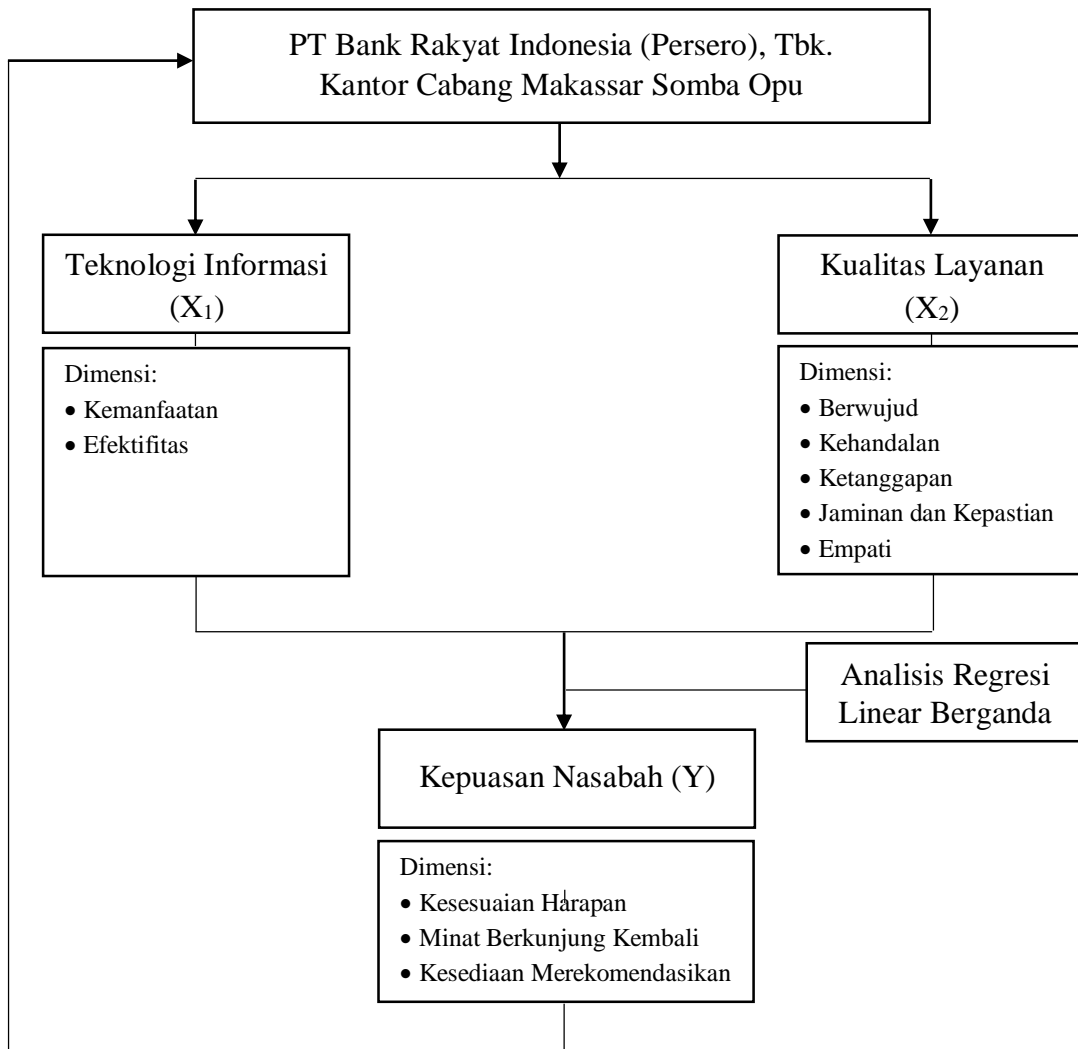
### **2.5.3 Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Teknologi informasi dan kualitas layanan sangat berkaitan dalam memberikan kepuasan nasabah sehingga untuk menciptakan nasabah yang puas perlu diperhatikan hal-hal yang menunjang dalam pemanfaatan teknologi informasi dan kualitas layanan yang diberikan karyawan bank kepada nasabah.

Dalam industri perbankan teknologi informasi dinilai dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Namun apabila tidak diimbangi dengan kualitas yang diberikan karyawan bank dalam memberikan layanan, hal ini akan mengakibatkan nasabah merasa tidak puas. Karena apabila pemanfaatan teknologi informasi memiliki jaringan yang kurang bagus maka akan berdampak pada kualitas layanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah akan menilai percuma ada teknologi e-Banking tetapi kualitas layanan yang diberikan lambat akibat gangguan pada jaringannya sama saja belum maksimal dalam menciptakan kepuasan kepada nasabah.

Hal ini mengindikasikan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan, keduanya menimbulkan pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu. Dengan adanya teknologi informasi yang diimbangi dengan kualitas layanan yang cepat maka akan meningkatkan kepuasan pada nasabah.

Secara ringkas kerangka pikir dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 2.1 Kerangka Pikir**

## 2.6 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> = Diduga bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

H<sub>2</sub> = Diduga bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

H<sub>3</sub> = Diduga bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu yang berlokasi di Jalan Bau Massepe No. 21 Makassar. Sedangkan waktu pelaksanaannya diperkirakan pada bulan Desember 2018 sampai Januari 2019.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (**Sugiyono, 2014:148**). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang terdaftar pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu yang berjumlah 165.462 nasabah.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (**Sugiyono, 2014:149**).

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis *Probability Sampling*. *Probability Sampling* menunjukkan bahwa semua elemen dalam populasi memiliki kesempatan (*probability*) yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik *probability sampling* yang dipilih yaitu *Proportoinate Stratified Random Sampling*. *Proportoinate Stratified Random Sampling* adalah teknik yang digunakan pada populasi dengan anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Strata atau tingkat yang digunakan adalah latar belakang pendidikan, hal ini disebabkan untuk mempermudah memperoleh data kuesioner. Karena apabila menggunakan strata berdasarkan bidang pekerjaan masing-masing nasabah akan butuh waktu lama.

Adapun cara mengukur besar sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$\alpha$  = toleransi ketidaktelitian (10%)

Sehingga:

$$n = \frac{165.462}{1 + 165.462 (0,1)^2}$$

n = 99,940 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data, hal-hal yang penulis lakukan yaitu:

#### a. Kuesioner

Dengan mengajukan pernyataan secara tertulis yang dilengkapi dengan alternatif jawaban untuk mengukur variabel X tentang pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

Adapun data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*. *Skala Likert* merupakan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai pada sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pertanyaan yang diberikan dalam bentuk kuesioner. Setiap jawaban responden diberikan skor dengan interval, yaitu:

Sangat setuju dengan nilai	5
Setuju dengan nilai	4
Netral dengan nilai	3
Tidak setuju dengan nilai	2
Sangat tidak setuju dengan nilai	1

#### b. Observasi

Yaitu melakukan peninjauan, pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, terutama dalam hal ini adalah pengamatan secara langsung terhadap penerapan



teknologi informasi dan kualitas layanan yang dilakukan nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis sehingga dapat terlihat hasilnya.

#### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu data primer dan data sekunder antara lain adalah:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh penulis pada objek tempat penelitian dilakukan. Data ini diperoleh dari: hasil observasi secara langsung, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pihak yang terkait (**Sugiyono, 2014:129**). Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari responden yang merupakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (**Sugiyono, 2014:129**). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen-

dokumen di kantor PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, berupa jumlah nasabah, struktur organisasi serta data-data dari hasil penelitian sebelumnya.

### **3.5 Metode Analisis**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

#### **3.5.1 Uji Kualitas Data**

a. Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signifikan 0,05 jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Adapun cara yang digunakan untuk menguji

reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program SPSS. Kriteria penelitian uji reliabilitas adalah: apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel.

### 3.5.2 Uji Statistik

#### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel bebas (independen variabel) menjelaskan variabel terikat (dependen variabel). Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependen.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

#### b. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi,

kriteria keputusannya adalah sebagai berikut. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

- 1) Apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-statistic} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-statistic} > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara simultan yang mampu menjelaskan variabel terikatnya. Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  atau  $f\text{-statistic} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila  $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$  atau  $f\text{-statistic} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu variabel atau lebih variabel independen (variabel bebas). Persamaan regresi berganda dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi teknologi informasi

$\beta_2$  = koefisien regresi kualitas layanan

$X_1$  = teknologi informasi

$X_2$  = kualitas layanan

$\varepsilon$  = tingkat kesalahan

### 3.6 Definisi Operasional

#### 1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y).

Kepuasan nasabah adalah bentuk penilaian terhadap kesesuaian antara harapan nasabah dengan kenyataan yang diberikan oleh pihak bank. Untuk mengukur variabel kepuasan nasabah peneliti menggunakan dimensi yang diadopsi dari

**Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2008:101)** sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Indikator Kepuasan Nasabah**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Kesesuaian Harapan	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
	Produk yang ditawarkan bank memiliki kualitas yang sesuai dengan spesifikasi bank.
Minat Berkunjung Kembali	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
	Berminat berkunjung kembali karena puas menggunakan jasa dan produk bank.
Kesediaan Merekomendasi	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan fasilitas e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) yang ditawarkan karena memudahkan dalam melakukan transaksi.
	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan fasilitas e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) yang ditawarkan karena bisa melakukan transaksi kapan saja.

Sumber: Hawkins dan Lonney (Tjiptono, 2008:101), diolah 2018

## 2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah teknologi informasi ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ).

Teknologi informasi adalah teknologi hasil karya manusia yang mengkombinasikan komputer dengan saluran komunikasi berkecepatan tinggi yang digunakan dalam proses penyampaian informasi (data, suara, video) sehingga penyebaran informasi lebih cepat, lebih luas dan lebih lama penyimpanannya. Untuk mengukur variabel teknologi informasi peneliti menggunakan dimensi yang diadopsi dari **Chin dan Todd dalam Maflikhah (2010)** sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Indikator Teknologi Informasi**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Kemanfaatan	Teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan saya.
	Menggunakan teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat mengefisiensi waktu nasabah karena tidak perlu pergi ke lokasi bank.
Efektifitas	Transaksi dengan menggunakan teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat dilakukan kapan saja.
	Transaksi dengan menggunakan teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat dilakukan dengan cepat.

Sumber: Chin dan Todd (Maflikhah, 2010), diolah 2018

Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas pelayanan yang diterima nasabah. Untuk mengukur variabel kepuasan nasabah peneliti menggunakan dimensi yang diadopsi dari **Parasuraman, dkk (Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2008:181)** sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Indikator Kualitas Layanan**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Berwujud	Karyawan melayani nasabah dengan pakaian yang sopan dan rapi.
	Karyawan mampu memberikan layanan secara profesional.
Kehandalan	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah ketika melakukan transaksi.
	Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan.
Ketanggapan	Karyawan selalu memberikan pelayanan kepada nasabah secara akurat/jelas.
	Karyawan tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi.
Jaminan dan Kepastian	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan.
	Karyawan teliti saat melayani nasabah sehingga menumbuhkan kepercayaan dalam diri nasabah untuk melakukan transaksi.
Empati	Karyawan selalu tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan tanpa harus dimintai bantuan.
	Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan sabar kepada nasabah.

Sumber: Parasuraman, dkk (Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2008:181), diolah 2018



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam

Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dapat dilihat sebagai berikut :

##### **a. Visi**

Menjadi *The Most Valuable Bank* di Asia Tenggara dan *Home to the Best Talent*.

## b. Misi

### 1) Memberikan yang terbaik.

Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

### 2) Menyediakan pelayanan yang prima.

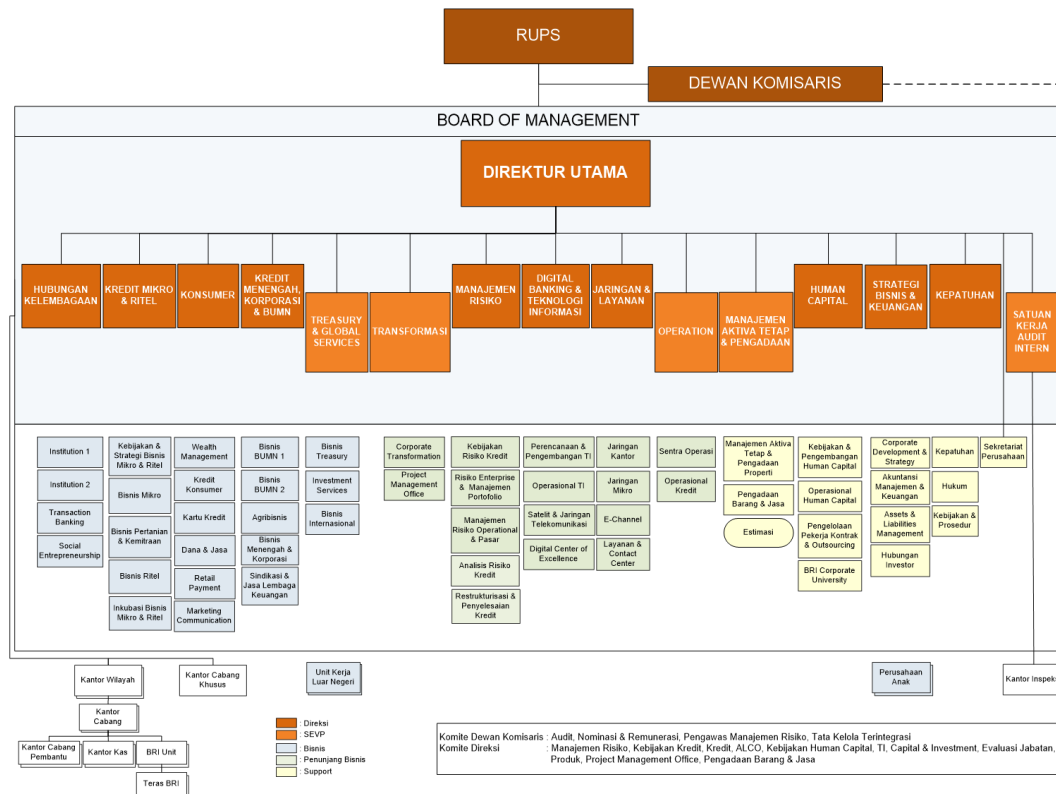
Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip *operational* dan *risk management excellence*.

### 3) Bekerja dengan optimal dan baik.

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

## 4.1.3 Struktur Organisasi

Untuk dapat berjalan dengan lancar dan mencapai sasaran yang diinginkan, maka PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. juga memerlukan adanya struktur organisasi yang merupakan acuan dalam menentukan tugas dan tanggung atas tiap jabatan yang ada di dalamnya. Struktur organisasi merupakan gambaran secara skematis tentang hubungan kerja sama dan tanggung jawab masing-masing bagian di dalam suatu badan dalam rangka usaha untuk pencapaian tujuan.



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.**

Sumber: Data Sekunder, 2019

## 4.2 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel Y, 4 pernyataan untuk variabel X1 dan 10 pernyataan untuk variabel X2, di mana yang menjadi variabel Y adalah kepuasan nasabah, variabel X1 adalah teknologi informasi dan variabel X2 adalah kualitas layanan. Kuesioner yang disebarakan ini diberikan kepada 100 orang nasabah sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating (LSR)*.

### 4.2.1 Karakter Responden

#### a. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1	Laki-laki	44	44%
2	Perempuan	56	56%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 44 orang atau sebesar 44% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 56 orang atau sama dengan 56%. Ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Jumlah responden perempuan yang lebih banyak dibanding responden laki-laki merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak nasabah perempuan, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai teknologi informasi dan kualitas layanan yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

#### b. Karakter Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Responden	Persentase
1	18-26	73	73%
2	27-38	19	19%
3	39-44	8	8%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa usia dari responden terbesar adalah yang berusia 18-26 tahun, yaitu sebanyak 73 orang atau sama dengan 73%. Sedangkan yang terkecil adalah yang berusia 39-44 tahun, yaitu 8 orang atau sama dengan 8% dari total responden. Ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh usia 18-26 tahun. Hal ini dikarenakan mereka lebih bisa meluangkan waktu untuk melakukan transaksi di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

c. Karakter Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

**Tabel 4.3 Karakter Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah**

No	Lamanya Menjadi Nasabah	Responden	Persentase
1	0-1 tahun	33	33%
2	2-4 tahun	39	39%
3	> 4 tahun	28	28%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden yang paling lama menjadi nasabah adalah 2-4 tahun sebanyak 39 orang (39%) kemudian 0-1 tahun sebanyak 33 orang (33%). Sebagian besar responden adalah nasabah yang baru, karena mereka baru sekitar  $\leq 4$  tahun (72%) menjadi nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu mengalami kemajuan beberapa tahun terakhir ini.

d. Karakter Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

**Tabel 4.4 Karakter Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase
1	SMA/SMK	53	53%
2	Diploma	15	15%
3	S1	29	29%
4	S2	3	3%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 53 orang (53%), Diploma sebanyak 15 orang (15%), S1 sebanyak 29 orang (29%), dan S2 sebanyak 3 orang (3%). Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analisis terhadap suatu permasalahan seperti kualitas teknologi informasi dan layanan yang diberikan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

#### 4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian

##### a. Deskripsi Variabel Teknologi Informasi

Deskripsi penelitian terhadap variabel teknologi informasi terdiri dari 4 item pernyataan. Hasil skor jawaban responden dari variabel teknologi informasi akan dijabarkan melalui tabel berikut :

**Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap Variabel Teknologi Informasi**

Pernyataan X1	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	50	50	46	46	4	4	0	0	0	0	100
2	71	71	28	28	1	1	0	0	0	0	100
3	41	41	50	50	5	5	4	4	0	0	100
4	39	39	48	48	12	12	1	1	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 penilaian responden terhadap variabel teknologi informasi, diketahui frekuensi tertinggi untuk opsi Sangat Setuju (SS) sebesar 71 atau 71% terdapat pada item 2 karena dengan menggunakan teknologi informasi dapat mengefisiensi waktu sehingga nasabah tidak perlu pergi ke lokasi bank. Untuk frekuensi tertinggi opsi Setuju (S) sebesar 50 atau 50% terdapat pada item 3 karena dengan menggunakan teknologi informasi nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja. Untuk frekuensi tertinggi opsi Netral (N) sebesar 12 atau 12% terdapat pada item 4 karena dengan menggunakan teknologi informasi nasabah dapat melakukan transaksi dengan cepat. Untuk frekuensi tertinggi opsi Tidak Setuju (TS) sebesar 4 atau 4% terdapat pada item 3 karena beberapa nasabah menilai bahwa gangguan jaringan menyebabkan transaksi menggunakan teknologi informasi tidak dapat dilakukan kapan saja. Kemudian untuk opsi Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki frekuensi 0 atau 0% karena nasabah tidak menyetujui keempat item pernyataan.

#### b. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Deskripsi penelitian terhadap variabel kualitas layanan terdiri dari 10 item pernyataan. Hasil skor jawaban responden dari variabel kualitas layanan akan dijabarkan melalui tabel berikut :



**Tabel 4.6 Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan**

Pernyataan X2	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	54	54	43	43	3	3	0	0	0	0	100
2	40	40	54	54	6	6	0	0	0	0	100
3	17	17	51	51	30	30	2	2	0	0	100
4	19	19	41	41	32	32	8	8	0	0	100
5	30	30	57	57	13	13	0	0	0	0	100
6	26	26	57	57	17	17	0	0	0	0	100
7	38	38	54	54	8	8	0	0	0	0	100
8	32	32	58	58	10	10	0	0	0	0	100
9	17	17	52	52	24	24	7	7	0	0	100
10	33	33	55	55	11	11	1	1	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 penilaian responden terhadap variabel kualitas layanan, diketahui frekuensi tertinggi untuk opsi Sangat Setuju (SS) sebesar 54 atau 54% terdapat pada item 1 karena karyawan melayani nasabah dengan pakaian yang sopan dan rapi. Untuk frekuensi tertinggi opsi Setuju (S) sebesar 58 atau 58% terdapat pada item 8 karena karyawan teliti saat melayani nasabah sehingga menumbuhkan kepercayaan dalam diri nasabah untuk melakukan transaksi. Untuk frekuensi tertinggi opsi Netral (N) sebesar 32 atau 32% terdapat pada item 4 karena karyawan tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan. Untuk frekuensi tertinggi opsi Tidak Setuju (TS) sebesar 8 atau 8% terdapat pada item 4 karena beberapa nasabah menilai bahwa karyawan melakukan kesalahan dalam pelayanan. Kemudian untuk opsi Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki frekuensi 0 atau 0% karena nasabah tidak menyetujui keempat item pernyataan.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Deskripsi penelitian terhadap variabel kepuasan nasabah terdiri dari 6 item pernyataan. Hasil skor jawaban responden dari variabel kepuasan nasabah akan dijabarkan melalui tabel berikut :

**Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah**

Pernyataan Y	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	15	15	68	68	17	17	0	0	0	0	100
2	19	19	54	54	25	25	2	2	0	0	100
3	17	17	46	46	36	36	1	1	0	0	100
4	16	16	53	53	31	31	0	0	0	0	100
5	41	41	45	45	12	12	2	2	0	0	100
6	33	33	49	49	14	14	4	4	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah, diketahui frekuensi tertinggi untuk opsi Sangat Setuju (SS) sebesar 41 atau 41% terdapat pada item 5 karena nasabah akan menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan fasilitas e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) karena memudahkan dalam melakukan transaksi. Untuk frekuensi tertinggi opsi Setuju (S) sebesar 68 atau 68% terdapat pada item 1 karena fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan nasabah. Untuk frekuensi tertinggi opsi Netral (N) sebesar 36 atau 36% terdapat pada item 3 karena nasabah berminat berkunjung kembali sebab fasilitas penunjang yang disediakan memadai. Untuk frekuensi tertinggi opsi Tidak Setuju (TS) sebesar 4 atau 4% terdapat pada item 6 karena beberapa nasabah tidak menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan fasilitas e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) yang ditawarkan karena tidak bisa melakukan transaksi

kapan saja. Kemudian untuk opsi Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki frekuensi 0 atau 0% karena nasabah tidak menyetujui keempat item pernyataan.

#### **4.2.3 Uji Kualitas Data**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir kuesioner yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor kuesioner dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 23.0 berupa nilai item total statistik masing-masing butir kuesioner.

Suatu butir kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p=0,05$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau  $N$ . Oleh karena  $N=100$ , maka derajat bebasnya adalah  $N-2= 100-2= 98$ . Nilai  $r$  tabel dua arah pada  $df= 98$  dan  $p= 0,05$  adalah 0,197. Hasil yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel teknologi informasi (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat di bawah ini :

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Teknologi Informasi			
	- Item 1	0,730	0,197	Valid
	- Item 2	0,712	0,197	Valid
	- Item 3	0,786	0,197	Valid
2	- Item 4	0,799	0,197	Valid
	Kualitas Layanan			
	- Item 1	0,680	0,197	Valid
	- Item 2	0,666	0,197	Valid
	- Item 3	0,652	0,197	Valid
	- Item 4	0,660	0,197	Valid
	- Item 5	0,738	0,197	Valid
	- Item 6	0,758	0,197	Valid
	- Item 7	0,627	0,197	Valid
	- Item 8	0,609	0,197	Valid
- Item 9	0,681	0,197	Valid	
- Item 10	0,710	0,197	Valid	
3	Kepuasan Nasabah			
	- Item 1	0,602	0,197	Valid
	- Item 2	0,624	0,197	Valid
	- Item 3	0,613	0,197	Valid
	- Item 4	0,795	0,197	Valid
	- Item 5	0,694	0,197	Valid
- Item 6	0,722	0,197	Valid	

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, maka dapat disimpulkan semua butir kuesioner yang digunakan dalam variabel teknologi informasi (X1), kualitas layanan (X2) dan kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka  $r$  hitung akan diwakili oleh nilai  $Alpha > 0,60$ .

Adapun hasil untuk uji reliabilitas pernyataan variabel teknologi informasi (X1) dan variabel kualitas layanan (X2) serta variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Teknologi Informasi	0,744	Reliabel
Kualitas Layanan	0,865	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,759	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa butir kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel teknologi informasi (X1), kualitas layanan (X2) dan kepuasan nasabah (Y) dinyatakan reliabel.

#### 4.2.4 Uji Statistik

##### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independent*/bebas (variabel teknologi informasi dan kualitas layanan) menjelaskan variabel *dependent*/terikat (kepuasan nasabah) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.299	2.393

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,313 atau 31,3%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel *independent* yang terdiri dari teknologi informasi (X1) dan kualitas layanan (X2) mampu menjelaskan variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah (Y) sebesar 31,3%, sedangkan sisanya sebesar 68,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti kepercayaan, kualitas produk dan penanganan komplain.

b. Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau teknologi informasi (X1) dan kualitas layanan (X2) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau kepuasan nasabah (Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus  $df = n - k = 100 - 3 = 97$ .

**Tabel 4.11 Hasil Uji T**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.353	2.725		2.332	.022
	Teknologi Informasi	.348	.133	.232	2.618	.010
	Kualitas Layanan	.276	.056	.441	4.970	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11, pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis:

$H_0$  : teknologi informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$  : teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel teknologi informasi atau  $X_1$  diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,618 dan probabilitas (Sig) sebesar 0,010. Nilai Sig < 0,05 (0,010 < 0,05), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka hipotesis 1 yang menyatakan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, *diterima*.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel teknologi informasi adalah sebesar 0,232 atau sebesar 23,2%. Artinya besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 23,2%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila teknologi informasi mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

## 2) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis:

$H_0$  : kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$  : kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel kualitas layanan atau  $X_2$  diperoleh nilai t-hitung sebesar 4,970 dan probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka, hipotesis 2 yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, *diterima*.



Adapun untuk melihat besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,441 atau sebesar 44,1%. Artinya besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 44,1%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila kualitas layanan mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

c. Uji F

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut :

Hipotesis:

$H_0$  : teknologi informasi dan kualitas layanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$  : teknologi informasi dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengambilan keputusan jika :

- 1)  $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%.
- 2) Jika  $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya tidak signifikan. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS :

- 1) Jika  $0,05 \geq \text{Sig}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.
- 2) Jika  $0,05 \leq \text{Sig}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	253.081	2	126.540	22.097	.000 <sup>b</sup>
Residual	555.479	97	5.727		
Total	808.560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel 4.12 diperoleh nilai F-hitung sebesar 22,097 dan nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai  $\text{Sig} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel. Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus  $\text{df1} = k-1$ . Kemudian menentukan derajat bebas/*degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus  $\text{df2} = n-k$ . di mana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai  $k=3$  dan  $n= 100$ . Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah  $\text{df1}=3-1=2$  dan  $\text{df2}=100-3= 97$ , sehingga dengan melihat nilai pada F-tabel dengan  $\text{df1} = 2$  dan  $\text{df2} = 97$  diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,09. Selanjutnya membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel dari tabel di atas

diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 22,097. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  ( $22,097 > 3,09$ ), artinya teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka, hipotesis 3 yang menyatakan **teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, diterima.**

d. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.353	2.725		2.332	.022
	Teknologi Informasi	.348	.133	.232	2.618	.010
	Kualitas Layanan	.276	.056	.441	4.970	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *unstandardized coefficients* pada kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 6,353 sedangkan nilai koefisien regresi untuk teknologi informasi ( $X_1$ )=0,348 dan kualitas layanan ( $X_2$ )=0,276. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 6,353 + 0,348X_1 + 0,276X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 6,353 menyatakan bahwa jika teknologi informasi dan kualitas layanan diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 6,353.
- 2) Koefisien regresi dari teknologi informasi adalah sebesar 0,348. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat teknologi informasi sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,348. Begitu juga sebaliknya, apabila teknologi informasi mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,348.
- 3) Koefisien regresi dari kualitas layanan adalah sebesar 0,276. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas layanan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,276. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas layanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,276.

### 4.3 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

#### 4.3.1 Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu karena diperoleh nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel yaitu  $2,618 > 1,985$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,010 < 0,05$ , serta nilai *Standardized Coefficient* Beta bertanda positif yaitu  $0,232$ , maka pengaruhnya positif. Artinya apabila teknologi informasi mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

Beberapa bentuk teknologi informasi yang diberikan pihak bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan menyediakan fasilitas-fasilitas seperti *ATM*, *phone banking*, *internet banking*, *SMS banking*. Bagi nasabah dengan adanya fasilitas teknologi informasi tersebut, dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi juga dianggap efektif karena nasabah bisa melakukan transaksi kapan saja dengan cepat serta mengefisiensi waktu karena tidak perlu lagi ke lokasi bank. Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam teknologi informasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu berupa

kemanfaatan dan efektifitas, dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap (2017) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara.

#### **4.3.2 Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu karena diperoleh nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel yaitu  $4,970 > 1,985$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , serta nilai *Standardized Coefficient* Beta bertanda positif yaitu  $0,441$ , maka pengaruhnya positif. Artinya apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila kualitas layanan mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

Beberapa bentuk kualitas layanan yang diberikan pihak bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari penyedia layanan perbankan. Pada industri perbankan, keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas layanan yang meliputi layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang

perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah, serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas juga merupakan hal penting yang dapat menunjang kepuasan nasabah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam kualitas layanan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu berupa berwujud, kehandalan, ketanggapan, amanan dan kepastian, empati dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitri Madona (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

#### **4.3.3 Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu karena diperoleh nilai  $f$ -hitung  $>$   $f$ -tabel yaitu  $22,097 > 3,09$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap (2017) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara.

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah yakni teknologi informasi dan kualitas layanan. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu dapat dilihat pada tabel 4.13 bahwa nilai koefisien Beta sebesar 44,1% ditunjukkan pada variabel kualitas layanan ( $X_2$ ). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu dibandingkan teknologi informasi yang dimiliki. Artinya teknologi informasi yang dimiliki PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu belum bisa dimanfaatkan secara baik oleh nasabah. Dilihat dari tabel 4.4 nasabah yang menjadi responden didominasi oleh yang berpendidikan SMA/SMK di mana pengetahuan akan tingkat teknologi informasi yang dimiliki tidak terlalu tinggi dibanding mereka yang berpendidikan lebih lanjut seperti S1, S2, dan seterusnya. Maka, beberapa nasabah lebih memilih untuk mengunjungi bank jika ingin melakukan transaksi karena dinilai bisa menikmati kualitas layanan yang lebih baik seperti nasabah bisa berinteraksi langsung dengan karyawan bank dan jika ada komplain



atau masalah, nasabah bisa dengan cepat menyampaikannya. Selain itu, nasabah juga dapat bersosialisasi dengan nasabah lain yang melakukan transaksi di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, nasabah dapat berbincang-bincang sembari menunggu nomor giliran juga tidak menutup kemungkinan nasabah dapat berjumpa dengan kawan lamanya.

Teknologi informasi dengan jaringan yang cepat dan kualitas layanan yang maksimal akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Dari tabel 4.10 diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,313 atau 31,3% artinya pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 31,3%, sedangkan sisanya sebesar 68,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Selain teknologi informasi dan kualitas layanan, variabel lain yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk dan penanganan komplain. (a) Kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen nasabah. Nasabah yang percaya terhadap suatu perusahaan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan yang akhirnya akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya dengan perusahaan sehingga keputusan untuk menggunakan produk perusahaan tersebut semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh nasabah. (b) Produk yang diinginkan oleh nasabah, baik itu yang berwujud atau tidak berwujud adalah produk dengan kualitas yang baik. Artinya kualitas produk dengan nilai yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap produk yang ditawarkan. (c) Penanganan komplain nasabah pada bank atau lembaga

keuangan saat ini dinilai menjadi salah satu kunci utama suatu lembaga keuangan dapat tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan penanganan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan mudah berpindah ke bank atau lembaga keuangan lain yang dianggap bisa memberikan penanganan lebih baik atas komplain yang diajukan. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. harus bisa menangani keluhan/komplain nasabah dengan cepat. Jika penanganan komplain yang diberikan oleh suatu badan usaha kepada nasabahnya baik, maka nasabah akan merasa puas dengan penanganan komplain yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

**Kotler dalam Arif (2012:192)** bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.
3. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait :

1. Bagi karyawan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu diharapkan harus lebih meningkatkan teknologi informasi dan kualitas sumber daya manusia yang baik dan didukung oleh pelayanan yang tinggi, maka hal itu akan menghantar lembaga perbankan menuju kesuksesan, karena kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki sangat menentukan citra yang baik bagi lembaga perbankan agar tetap merasa puas dalam menggunakan jasanya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti kepercayaan, kualitas produk dan penanganan komplain yang diberikan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tidak hanya mencakup teknologi informasi dan kualitas layanan saja. Sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, agar hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan, diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari keseluruhan perbankan yang ada di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhak, Ishak dan Deni Darmawan. 2013. Teknologi Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Amrul. 2013. Peranan Sistem Informasi Manajemen (<http://iamreiken-hirameki2gind.blogspot.com/2013/10/peranan-sistem-informasi-manajemen.html> diakses pada 9 Februari 2019, pukul 20.00)
- Anggraeni, Yuliana. 2014. Pengaruh Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Kota Semarang. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2012. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: CV Alfabeta.
- Bastiar, Agus. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar). S1 Thesis, Universitas negeri Yogyakarta.
- Dibyantoro, Alhushori dan Rini Gustriani. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Tabungan BTN Batara (Studi Kasus: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Palembang). Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius), Vol. 2 (3): 247-259.
- Faronika, Viva dan Asriyal. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama pada Bank BRI Cabang Fatmawati. Jurnal Liquidity, Vol.1 (1): 72-80.
- Grace, Diana. 2017. Analisis Pengaruh *Automatic Teller Machine* dan *Short Message Service Banking* terhadap Kepuasan Nasabah PT. BRI Cabang Palu. Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer STMIK Bina Mulia Palu, Vol. 3 (1): 39-50.
- Harahap, Dewi Berlian. 2017. Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Kadir, Abdul. 2014. Pengenalan Sistem Informasi. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasmir. 2010. Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawardhani, Nisa. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada KSPPS Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan). Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Madona, Fitri. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Maflikhah, Nur. 2010. Peran Teknologi Informasi pada Niat untuk Mendorong *Knowledge Sharing* Karyawan Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surakarta. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNS.
- Markonah. 2017. Analisis Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta. Seminar Nasional & Call for Paper, FEB Unikama “Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global” Malang.
- McKeown, P. G.. 2008. *Information Technology and the Networked Economy*. Pennsylvania: Course Technology.
- Oetama, Seanewati dan Desy Herlina Sari. 2017. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 (1): 59-65.
- Prasojo, Lantip Diat dan Riyanto. 2011. *Teknologi Informasi Pendidikan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rasyid, Harun Al. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 (2): 210-223.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Situmeang, Lina Sari. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutarman. 2012. Pengantar Teknologi Informasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Syilvani, Muntiyas. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Tampubolon, Nelson. 2009. Surat Edaran: Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking). Jakarta: Erlangga.
- Tamsah, Hasmin dan E. Ferial. 2018. Pengaruh Ekspektasi, Persepsi, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Bhayangkara Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 3 (1): 1-16.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management* Mewujudkan Pelayanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Uno, Hamzah B. dan Nina Lamatenggo. 2011. Teknologi, Komunikasi, dan Informasi Pembelajaran. Bumi Aksara.
- Wahyuni, Sri. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta. Jakarta: ABFII Perbanas Jakarta.
- Warsita, Bambang. 2008. Teknologi Pembelajaran, Landasan dan Aplikasinya. Jakarta: Rineka Cipta.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**LAMPIRAN 1**

**KUESIONER PENELITIAN**

## **IDENTITAS RESPONDEN**

1. No. Responden : .....
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Usia : ..... tahun
- Lamanya Menjadi Nasabah :  0-1 tahun  2-4 tahun  > 4 tahun
- Tingkat Pendidikan :  S3  S2  S1  Diploma  
 SMA/SMK  SMP  SD

### **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Berilah tanda *checklist* (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada masing-masing pernyataan.
2. Kuesioner di bawah ini memuat sejumlah pernyataan. Bapak/Ibu diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada kuesioner ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu.

### **KETERANGAN**

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS: Sangat Tidak Setuju

## 1. Teknologi Informasi

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Kemanfaatan</b>						
1	Teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan saya.					
2	Menggunakan teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat mengefisiensi waktu nasabah karena tidak perlu pergi ke lokasi bank.					
<b>Efektifitas</b>						
3	Transaksi dengan menggunakan teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat dilakukan kapan saja.					
4	Transaksi dengan menggunakan teknologi e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) dapat dilakukan dengan cepat.					

## 2. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Berwujud</b>						
1	Karyawan melayani nasabah dengan pakaian yang sopan dan rapi.					
2	Karyawan melayani nasabah dengan baik.					
<b>Kehandalan</b>						
3	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah ketika melakukan transaksi.					
4	Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan.					
<b>Ketanggapan</b>						
5	Karyawan selalu memberikan pelayanan kepada nasabah secara akurat/jelas.					
6	Karyawan tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi.					
<b>Jaminan dan Kepastian</b>						
7	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan.					
8	Karyawan teliti saat melayani nasabah sehingga menumbuhkan kepercayaan dalam diri nasabah untuk melakukan transaksi.					
<b>Empati</b>						
9	Karyawan selalu tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan tanpa harus dimintai bantuan.					
10	Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan sabar kepada nasabah.					

### 3. Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Kesesuaian Harapan</b>						
1	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.					
2	Produk yang ditawarkan bank memiliki kualitas yang sesuai dengan spesifikasi bank.					
<b>Minat Berkunjung Kembali</b>						
3	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					
4	Berminat berkunjung kembali karena puas menggunakan jasa dan produk bank.					
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>						
5	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan fasilitas e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) yang ditawarkan karena memudahkan dalam melakukan transaksi.					
6	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan fasilitas e-banking (ATM, phone banking, internet banking, SMS banking) yang ditawarkan karena bisa melakukan transaksi kapan saja.					

## **LAMPIRAN 2**

### **TABULASI HASIL PENELITIAN**

1. Hasil skor responden terhadap teknologi informasi

<b>No.</b>	<b>TI1</b>	<b>TI2</b>	<b>TI3</b>	<b>TI4</b>	<b>Total</b>
1	5	5	5	5	20
2	4	5	2	4	15
3	4	4	2	4	14
4	4	4	4	5	17
5	4	5	5	4	18
6	4	4	4	4	16
7	4	5	5	4	18
8	4	5	5	5	19
9	4	5	4	4	17
10	5	5	4	5	19
11	4	4	4	4	16
12	5	5	5	4	19
13	5	5	5	4	19
14	4	4	4	3	15
15	4	4	4	4	16
16	5	5	4	4	18
17	4	4	4	3	15
18	5	5	5	5	20
19	4	5	5	5	19
20	5	5	5	5	20
21	5	5	4	4	18
22	4	5	4	4	17
23	5	5	5	5	20
24	4	4	3	4	15
25	4	4	2	3	13
26	5	5	4	5	19
27	5	5	4	4	18
28	5	5	5	5	20
29	4	4	4	3	15
30	4	5	5	4	18
31	5	5	4	4	18
32	4	4	4	3	15
33	5	4	5	5	19
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	3	15
36	4	5	5	5	19
37	4	5	4	4	17
38	5	5	5	4	19
39	3	4	4	4	15
40	5	5	4	4	18
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20

43	5	5	4	3	17
44	4	4	4	4	16
45	4	5	4	4	17
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	5	18
48	5	5	4	4	18
49	4	4	3	4	15
50	4	4	3	3	14
51	4	5	4	4	17
52	5	4	4	4	17
53	5	5	5	5	20
54	4	5	5	3	17
55	5	5	4	4	18
56	4	5	4	4	17
57	5	5	5	5	20
58	4	4	4	4	16
59	5	5	5	5	20
60	4	5	5	5	19
61	5	5	5	5	20
62	4	4	4	4	16
63	5	5	5	4	19
64	5	5	2	4	16
65	5	5	4	4	18
66	4	4	3	4	15
67	5	5	5	5	20
68	5	5	4	5	19
69	5	5	4	5	19
70	3	4	4	4	15
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	4	5	4	3	16
74	4	5	4	4	17
75	4	5	5	5	19
76	5	5	5	5	20
77	4	5	5	5	19
78	4	4	4	2	14
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	3	3	5	5	16
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	4	5	5	19
85	5	5	5	5	20
86	5	5	4	4	18





27	5	4	4	2	4	4	5	4	2	5	39
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
30	3	4	3	3	4	3	3	5	4	3	35
31	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
32	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	36
33	4	5	3	2	5	4	5	5	2	3	38
34	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
35	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47
36	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
37	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
38	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45
39	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	34
40	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	43
41	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	4	3	3	4	4	3	3	2	36
44	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	36
45	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
46	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
47	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34
48	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
49	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	43
50	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
51	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
52	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	42
53	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	38
54	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
55	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
58	5	5	5	2	4	4	4	4	5	5	43
59	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46
60	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	39
61	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	44
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
64	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
65	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44
66	5	4	3	2	3	3	4	4	3	4	35
67	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	35
68	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
69	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	38

71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	37
74	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
75	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
76	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	40
77	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
78	5	5	4	2	4	4	5	4	4	5	42
79	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	38
80	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
81	5	5	4	3	5	3	4	5	5	5	44
82	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
83	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
84	4	5	4	3	5	3	3	4	5	4	40
85	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	40
86	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	46
87	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	45
88	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41
89	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	45
90	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41
91	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	46
92	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	44
93	4	4	4	2	4	4	3	5	2	4	36
94	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
95	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
96	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
97	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	32
98	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
99	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	44
100	5	4	4	3	4	4	5	4	2	4	39

3. Hasil skor responden terhadap kepuasan nasabah

No.	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	2	4	4	5	4	23
3	4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	3	3	4	2	21
5	5	4	4	5	4	4	26
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	3	4	4	5	5	25
9	4	4	4	4	5	5	26
10	4	3	4	3	3	3	20
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	3	3	4	4	22
13	3	4	4	4	5	4	24
14	4	3	4	4	4	4	23
15	4	3	4	4	4	4	23
16	4	4	4	4	5	5	26
17	3	3	3	3	4	4	20
18	4	4	3	3	5	5	24
19	4	4	4	3	3	4	22
20	5	5	4	5	5	5	29
21	4	4	3	4	5	4	24
22	4	5	5	4	4	4	26
23	4	3	3	4	5	5	24
24	3	4	3	4	3	3	20
25	4	2	4	3	4	3	20
26	4	4	3	4	5	5	25
27	4	3	4	4	2	2	19
28	4	4	3	4	5	5	25
29	4	4	3	4	5	5	25
30	4	3	2	3	5	4	21
31	5	5	4	4	4	4	26
32	4	3	4	4	4	3	22
33	4	5	3	5	5	5	27
34	4	4	4	4	5	4	25
35	4	5	3	4	4	4	24
36	4	4	4	4	5	5	26
37	4	4	5	4	4	4	25
38	3	4	3	3	5	5	23
39	4	4	4	3	3	3	21
40	3	4	5	4	5	5	26
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	30

43	4	3	4	4	5	4	24
44	4	3	3	3	4	4	21
45	5	4	4	4	4	4	25
46	4	4	3	3	4	4	22
47	4	4	3	3	5	4	23
48	5	5	5	4	4	4	27
49	3	4	3	3	4	4	21
50	4	3	4	3	4	4	22
51	4	4	5	4	4	4	25
52	4	4	3	3	3	3	20
53	3	3	3	3	5	5	22
54	4	3	4	4	3	3	21
55	4	4	4	4	5	5	26
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	5	4	4	5	5	27
58	3	3	3	3	4	4	20
59	4	4	5	5	4	5	27
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	4	3	3	4	4	21
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	4	4	4	3	3	21
64	4	4	5	5	5	5	28
65	4	5	5	4	4	3	25
66	3	3	3	3	3	3	18
67	3	3	3	4	4	2	19
68	4	4	3	4	5	5	25
69	4	3	4	4	4	4	23
70	4	3	4	3	4	4	22
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	4	4	5	4	27
73	4	4	3	4	4	4	23
74	5	4	4	5	5	5	28
75	4	4	3	3	4	3	21
76	4	4	5	5	5	4	27
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	4	4	4	4	4	23
79	3	3	4	4	5	5	24
80	3	3	3	3	5	5	22
81	5	5	4	4	5	5	28
82	4	4	5	4	5	5	27
83	5	5	5	3	2	2	22
84	5	4	5	4	5	4	27
85	4	3	3	3	3	3	19
86	4	4	4	5	4	4	25

87	4	5	4	5	5	5	28
88	4	4	3	4	4	4	23
89	4	5	4	5	5	5	28
90	4	4	3	4	4	4	23
91	4	4	4	5	5	5	27
92	4	4	3	3	4	4	22
93	4	4	5	5	5	5	28
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	4	3	3	3	3	19
96	4	3	3	3	3	4	20
97	4	4	3	3	4	4	22
98	3	3	3	3	3	3	18
99	5	4	3	4	4	5	25
100	4	5	4	3	4	4	24

**LAMPIRAN 3**

**FREKUENSI KARAKTER**

**RESPONDEN**

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44.0	44.0	44.0
	Perempuan	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-26	73	73.0	73.0	73.0
	27-35	19	19.0	19.0	92.0
	36-44	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lama Menjadi Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 tahun	33	33.0	33.0	33.0
	2-4 tahun	39	39.0	39.0	72.0
	> 4 tahun	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tingkat Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	53	53.0	53.0	53.0
	Diploma	15	15.0	15.0	68.0
	S1	29	29.0	29.0	97.0
	S2	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 4**

**FREKUENSI TANGGAPAN**

**RESPONDEN**

## TEKNOLOGI INFORMASI

**Teknologi Informasi 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	46	46.0	46.0	50.0
	Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Teknologi Informasi 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	28	28.0	28.0	29.0
	Sangat Setuju	71	71.0	71.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Teknologi Informasi 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Netral	5	5.0	5.0	9.0
	Setuju	50	50.0	50.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Teknologi Informasi 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	12	12.0	12.0	13.0
	Setuju	48	48.0	48.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## KUALITAS LAYANAN

**Kualitas Layanan 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	43	43.0	43.0	46.0
	Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	54	54.0	54.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	30	30.0	30.0	32.0
	Setuju	51	51.0	51.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Netral	32	32.0	32.0	40.0
	Setuju	41	41.0	41.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	57	57.0	57.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	17	17.0	17.0	17.0
	Setuju	57	57.0	57.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	54	54.0	54.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	58	58.0	58.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Netral	24	24.0	24.0	31.0
	Setuju	52	52.0	52.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kualitas Layanan 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	11	11.0	11.0	12.0
	Setuju	55	55.0	55.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KEPUASAN NASABAH****Kepuasan Nasabah 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	17	17.0	17.0	17.0
	Setuju	68	68.0	68.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	25	25.0	25.0	27.0
	Setuju	54	54.0	54.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	36	36.0	36.0	37.0
	Setuju	46	46.0	46.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	31	31.0	31.0	31.0
	Setuju	53	53.0	53.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	12	12.0	12.0	14.0
	Setuju	45	45.0	45.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Netral	14	14.0	14.0	18.0
	Setuju	49	49.0	49.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**LAMPIRAN 5**

**UJI VALIDITAS**

## TEKNOLOGI INFORMASI

### Correlations

		TI1	TI2	TI3	TI4	SUMTI
TI1	Pearson Correlation	1	.575**	.335**	.412**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TI2	Pearson Correlation	.575**	1	.380**	.373**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TI3	Pearson Correlation	.335**	.380**	1	.545**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TI4	Pearson Correlation	.412**	.373**	.545**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
SUMTI	Pearson Correlation	.730**	.712**	.786**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## KUALITAS LAYANAN

**Correlations**

		KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10	SUMKL
KL1	Pearson Correlation	1	.571**	.415**	.287**	.463**	.509**	.493**	.318**	.329**	.401**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL2	Pearson Correlation	.571**	1	.514**	.273**	.436**	.392**	.359**	.406**	.342**	.365**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL3	Pearson Correlation	.415**	.514**	1	.338**	.413**	.374**	.298**	.267**	.421**	.342**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.003	.007	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL4	Pearson Correlation	.287**	.273**	.338**	1	.419**	.492**	.318**	.235*	.489**	.381**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.004	.006	.001		.000	.000	.001	.019	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL5	Pearson Correlation	.463**	.436**	.413**	.419**	1	.546**	.387**	.473**	.404**	.514**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL6	Pearson Correlation	.509**	.392**	.374**	.492**	.546**	1	.488**	.480**	.419**	.469**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL7	Pearson Correlation	.493**	.359**	.298**	.318**	.387**	.488**	1	.361**	.211*	.471**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.001	.000	.000		.000	.035	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL8	Pearson Correlation	.318**	.406**	.267**	.235*	.473**	.480**	.361**	1	.319**	.386**	.609**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.007	.019	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL9	Pearson Correlation	.329**	.342**	.421**	.489**	.404**	.419**	.211*	.319**	1	.491**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.035	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KL10	Pearson Correlation	.401**	.365**	.342**	.381**	.514**	.469**	.471**	.386**	.491**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SUMKL	Pearson Correlation	.680**	.666**	.652**	.660**	.738**	.758**	.627**	.609**	.681**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## KEPUASAN NASABAH

### Correlations

		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	SUMKN
KN1	Pearson Correlation	1	.441**	.404**	.415**	.155	.185	.602**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.123	.065	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN2	Pearson Correlation	.441**	1	.307**	.387**	.199*	.233*	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.047	.019	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN3	Pearson Correlation	.404**	.307**	1	.553**	.116	.146	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.248	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN4	Pearson Correlation	.415**	.387**	.553**	1	.439**	.450**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN5	Pearson Correlation	.155	.199*	.116	.439**	1	.795**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.123	.047	.248	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN6	Pearson Correlation	.185	.233*	.146	.450**	.795**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.065	.019	.148	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
SUMKN	Pearson Correlation	.602**	.624**	.613**	.795**	.694**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**LAMPIRAN 6**

**UJI RELIABILITAS**

## TEKNOLOGI INFORMASI

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.756	4

### Inter-Item Correlation Matrix

	T11	T12	T13	T14
T11	1.000	.575	.335	.412
T12	.575	1.000	.380	.373
T13	.335	.380	1.000	.545
T14	.412	.373	.545	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T11	13.23	2.361	.530	.377	.692
T12	12.99	2.555	.547	.374	.695
T13	13.41	1.962	.541	.334	.692
T14	13.44	1.986	.582	.361	.661

## KUALITAS LAYANAN

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.865	.870	10

### Inter-Item Correlation Matrix

	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10
KL1	1.000	.571	.415	.287	.463	.509	.493	.318	.329	.401
KL2	.571	1.000	.514	.273	.436	.392	.359	.406	.342	.365
KL3	.415	.514	1.000	.338	.413	.374	.298	.267	.421	.342
KL4	.287	.273	.338	1.000	.419	.492	.318	.235	.489	.381
KL5	.463	.436	.413	.419	1.000	.546	.387	.473	.404	.514
KL6	.509	.392	.374	.492	.546	1.000	.488	.480	.419	.469
KL7	.493	.359	.298	.318	.387	.488	1.000	.361	.211	.471
KL8	.318	.406	.267	.235	.473	.480	.361	1.000	.319	.386
KL9	.329	.342	.421	.489	.404	.419	.211	.319	1.000	.491
KL10	.401	.365	.342	.381	.514	.469	.471	.386	.491	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KL1	36.65	17.664	.605	.481	.851
KL2	36.82	17.583	.585	.460	.852
KL3	37.33	17.031	.545	.364	.855
KL4	37.45	16.351	.530	.370	.859
KL5	36.99	16.939	.664	.468	.845
KL6	37.07	16.732	.686	.516	.843
KL7	36.86	17.697	.535	.397	.855
KL8	36.94	17.794	.513	.352	.857
KL9	37.37	16.458	.566	.416	.854
KL10	36.96	16.948	.625	.442	.848

## KEPUASAN NASABAH

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.759	.762	6

### Inter-Item Correlation Matrix

	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6
KN1	1.000	.441	.404	.415	.155	.185
KN2	.441	1.000	.307	.387	.199	.233
KN3	.404	.307	1.000	.553	.116	.146
KN4	.415	.387	.553	1.000	.439	.450
KN5	.155	.199	.116	.439	1.000	.795
KN6	.185	.233	.146	.450	.795	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN1	19.90	6.535	.451	.295	.738
KN2	19.98	6.121	.431	.252	.743
KN3	20.09	6.143	.413	.364	.748
KN4	20.03	5.565	.678	.499	.678
KN5	19.63	5.771	.516	.645	.720
KN6	19.77	5.532	.541	.647	.714

## **LAMPIRAN 7**

# **UJI REGRESI BERGANDA, UJI T, UJI F, DAN KOEFISIEN DETERMINASI**

## Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji T

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.353	2.725		2.332	.022
	Teknologi Informasi	.348	.133	.232	2.618	.010
	Kualitas Layanan	.276	.056	.441	4.970	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	253.081	2	126.540	22.097	.000 <sup>b</sup>
	Residual	555.479	97	5.727		
	Total	808.560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi

## Hasil Analisis Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.299	2.393

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi



**LAMPIRAN 8**

**DOKUMENTASI**





