ANALISIS SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN NASABAH STUDI PADA PELAYANAN E-BANKING PT. BANK RAKYAT INDONESIA, TBK CABANG SEMARANG PATIMURA

ANALYSIS OF SELF SERVICE TECHNOLOGY ON CUSTOMER SATISFACTION STUDY IN E-BANKING SERVICES T. BANK RAKYAT INDONESIA, TBK SEMARANG PATIMURA BRANCH

Malinda Dewi Triawijati Jurusan Manajemen Universitas Dian Nuswantoro Semarang JL. Nakula No.5-11 Semarang (50131)

ABSTRACTION

This study aims to examine and analyze the influence of self service technology: performance, information, security, sensation on customer satisfaction in PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Semarang Patimura Branch. The method of collecting data using questionnaires and analysis techniques used is multiple linear regression to the 100 people who are in the service population. Analysis of the data in this study using SPSS version 16.

The sampling technique used is purposive sampling and testing techniques of data used in this study include the validity of the correlation between scores, reliability test with Cronbach Alpha. Classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis. The results showed that the variable performance, information, security, sensation positive and significant effect on the performance of customer satisfaction.

Keywords :Perceptible, Reactivity, Understanding and Entering, Certainty, Factor Analysis.

I. LATAR BELAKANG

Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis, perusahaan menuntut termasuk perbankan untuk mengembangkan strategistrategi dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus dapat menciptakan inovasi citra yang berbeda dan

dengan para pesaingnya yang bergelut dalam usaha bisnis sejenis seperti kebutuhan memperhatikan keinginan dan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan lebih memuaskan yang

daripada yang dilakukan oleh pesaing.

Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut mampu untuk memberikan pelayanan berkualitas dapat yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Lovelock (2012) bahwa sektor jasa merupakan sektor yang besar mengalami paling perubahan akibat dari cepatnya perubahan yang dialami oleh faktor lain seperti perubahan teknologi secara langsung yang menaikkan iklim kompetisi di dalam industri perbankan.

Banyak sekali produk-produk perbankan layanan yang telah memanfaatkan teknologi informasi, sehingga seolah-olah fungsi bank dapat dibawa ke mana saja.PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk atau dikenal masyarakat luas sebagai Bank BRI adalah salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia yang berstatus Badan Usaha Negara (BUMN). dipastikan nasabah yang menggunkan BRI lebih dari jutaan orang dari penjuru kota bahkan desa di seluruh Indonesia. Sehingga BRI berusaha memaksimalkan pelayanan berbasis teknologi dengan cara mencoba memadukan produk yang dimilikinya dengan suatu jaringan aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman,

nyaman murah dan tersedia setiap saat pelayanan E-Banking yaitu mencakup wilayah yang luas dari teknologi. Beberapa diantaranya terkait dengan pelayanan perbankan di garis depanseperti ATM dan komputerisasi (sistem) perbankan, dan beberapa kelompok lainnya misalnya teknologi elektronik. Bank Indonesia membagi ebanking dalam 4 kategori yaitu: (1) internet banking, (2) mobile banking, (3) phone banking dan (4) SMS banking. Dimensi keempat teknologi ISST (Internet Self Service Technology), diharapkan dapat memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan berbasis teknologi informasi seperti :performa, informasi, keamanan dan sensasi dalam menggunakan *e-banking*.

Berdasarkan kenyataan diatas inilah yang menarik peneliti untuk mengambil judul penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Self Service Kepuasan **Technology** Terhadap NasabahStudi Pada Pelayanan E-Banking Di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Samarang Patimura".

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

Perumusan Masalah

- 1. Bagaimana pengaruh faktor performa terhadap kepuasan nasabah pengguna *e-banking* di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura?
- 2. Bagaimana pengaruh faktor informasi terhadap kepuasan nasabah pengguna *e-banking*

- di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura?
- 3. Bagaimana pengaruh faktor keamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna *e-banking* di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura?
- 4. Bagaimana pengaruh faktor sensasi terhadap kepuasan nasabah pengguna *e-banking* di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang tertuang dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

- 1. Untuk menganalisis pengaruh faktor performa perbankan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura.
- 2. Untuk menaganilisis pengaruh faktor informasi dalam penggunaan *e-banking* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura.
- 3. Untuk menganalisis pengaruh faktor keamanan pengguna *e-banking* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura.
- 4. Untuk menganalisis pengaruh faktor sensasi pengguna *e-banking* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Semarang Patimura.

Manfaat Penelitian

Hasil peneliian ini di harapkan dapat memberi manfat sebagai berikut:

- 1. Bagi Perusahaan, Sebagai bahan pertimbangan dalam penerapan fasilitas banking, sehingga penggunaannya bisa sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan dalam hubungannya dengan pemanfaatan teknologi infomasi dalam bentuk ebanking.
- 2. Bagi Peneliti, Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelavanan perbankan tentang *e-banking* dan kepuasan nasabah melalui penerapan ilmu dan teoriteori yang diperoleh selama perkuliahan masa dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi dan dapat diambil manfaat semaksimal mungkin

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang perusahaan dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan berkembang hidupnya, untuk mendapatkan laba. Banyak orang salah mengartikan pemasaran hanya dalam pengertian penjualan dan perdagangan, padahal pengertian pemasaran secara sistematis merupakan satu bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan dimana proses pemasaran dimulai sejak sebelum barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Swastha dan Irawan (2005) mendefinisikan pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuas kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Kualitas Pelayanan dan SERVQUAL

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. **Aplikasi** kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan baik sebagai pimpinan pasar ataupun sebagai untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut apakah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau nasabah.

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih. membeli. menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan Perilkau konsumen mereka. menggambarkan bagaiman konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.

Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Miller dan Layton, 2000). Pengertian jasa menurut Kotler (2010) ialah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari intraksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal mudah, Mudie dan Cotom yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara. Kepuasan pelanggan/nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan waktu (Tjiptono, 2006).

Teknologi Informasi

Rina Trisnawati, 2001 mengemukakan beberapa hal yang menyebabkan tertundanya pemanfaatan teknologi informasi yaitu :

- Biaya set up yang tinggi. Ketidaksesuaian pemilihan teknologi akan berakibat pemborosan bagi perusahaan.
- 2. Proses penguasan teknologi yang lambat sehingga tidak bisa dimanfaatkan secara optimal.

- 3. Perkembangan teknologi yang cepat yang tidak mampu diantisipasi oleh perusahaan (incompability).
- 4. Hambatan dari pekerja karena menolak teknologi yang baru.
- 5. Banyak teknologi yang kurang andal bail masalah *hardware* atau *software* yang tidak tersedia.
- 6. Kurang sigapnya organisasi dalam masalah manajemen perubahan, pengambilan keputusan, dan koordinasi.
- 7. Ketidakterpaduan antara desain perangkat lunak dengan kegunanaan dan pemakaiannya.

Bank

Menurut UU No 14 tahun 1997 tentang pokok-pokok perbankan, mengenai pengertian perbankan adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Bank lembaga merupakan bagian dari keuangan memiliki fungsi yang menjembatani intermediasi yang kepentingan bank yang kelebihan dana (penyimpanan dana atau kreditur) dan yang membutuhkan (peminjam dana atau debitur). Fungsi intermediasi perbankan ini dapat berjalan dengan baik apabila kedua belah pihak tersebut, yaitu penyimpanan dana dan peminjam dana, memiliki kepercayaan terhadap bank.

III. METODOLOGI PENELITIAN

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang memepengaruhi variabel dependen dengan baik yang pengaruh positif maupun yang negatif (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah:

a. Performa

Menurut Sedarmayanti (2011) mengungkapkan bahwa kineria merupakan tejemahan dari performance yang berarti hasil kerja pekerja, seseorang sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus ditunjukkan dapat buktinya secara konkrit dan dapat diukur (dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan).

b. Informasi
Menurut William (2007),
informasi adalah data
yang telah dirangkum
atau dimanipulasi dalam
bentuk lain untuk tujuan
pengambilan keputusan.

c. Keamanan

Menurut (Sarno dan iffano : 2009) keamanan informasi adalah suatu upaya mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul.

d. Sensasi
Menurut (Dennis Coon,
2010) Sensasi adalah

pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal Simbolis, atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera. Variabel Terikat (Dependen)

2. Variebel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti (Ferdinand, 2006). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas: yang obyek/subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugivono, 2011). **Populasi** penelitian ini adalah nasabah pengguna Rakyat *e-banking* di PT. Bank Tbk. Cabang Indonesia. Semarang Patimura. Menurut data dari perusahaan, jumlah nasabah pengguna e-banking selama tahun 2014 ialah sebanayak 2.442 nasabah.

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Jenis dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Sumber data penelitian ini adalah nasabah pengguna *e-banking* dimintai tanggapan melalui yang kuesioner diberikan kepada yang responden tentang performa, informasi, keamanan, sensasi dan kepuasan nasabah.

Metode pengumpulan data

1. Angket

Angket / kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya

Metode Analisis

Data yang diperoleh selama penelitian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas dan analisis faktor.

- a. Uji Validitas
 - Menurut Ghozali (2011) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabia r hitung sig, < 0.05 = valid dan r hitung sig. >0.05 = tidak valid.
- b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indickator dari variable atau konstruk. Suatu variabel dikatakan reliable, apabila: Hasil a > 0,60 = reliabel dan Hasil a < 0,60 = tidak reliable (Gozali, 2011).

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antar kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang beurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganngu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

b. Uji Heteroskesdastisitas

Menurut Ghozali (2011)uii heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu penagamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan iika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011) uji ini bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kprelasi di antara variabel independen.

d. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memilki distribusi normal. Ssperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumalh smapel kecil.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan anatara dua variabel, atau lebih, juga meenunjukan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011).

a. Uji-t

Uji t pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis no (Ho) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan no atau hipotesis alternatif (Hi) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol.

b. $U_{ii} - F$

Uii statistik F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen bebas atau vang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol (Ho) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau hipotesis alternatifnya (Hi) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol. Untuk hipotesis digunakan menguji ini statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan

Uji Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R² yang kecil berati kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

IV. HASIL PEMBAHASAN Pengaruh Performa Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel performa (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dengan nilai koefisien sebesar 0.197 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa performa yang baik berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan pelayanan *e-banking* pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura.

responden Para memberikan persepsi yang baik terhadap performa. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata performa sebesar 3,92 yang berarti berdasarkan rentang skala termasuk baik. Persepsi yang baik kategori terhadap performa, yaitu formulir pemesanan secara online yang mudah dipahami yaitu dengan nilai sebesar 4,04, pihak BRI Cabang Semarang Patimura menyediakan pemesanan layanan online secara tepat dengan nilai sebesar 3,90, pihak BRI Cabang Semarang Patimura mempunyai kebijakan yang dapat dipertanggungjawabkan dengan nilai sebesar 3,83.

Penelitian Pengaruh Hasil Perfoma terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura mendukung penelitian yang oleh Yohan Wisantoro dilakukan (2005), Luiz Mountinho dan Anne Smith (2000) dan Swinder J, Philip J, and Kevin P (2002) bahwa peforma berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Pengaruh Informasi terhadap Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel informasi (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,186 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa informasi yang baik berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan pelayanan *e-banking* pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura.

Para respoden memberikan persepsi yang baik terhadap informasi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata informasi sebesar 3,81 yang berarti berdasarkan rentang skala termasuk kategori baik. Persepsi yang baik terhadap informasi, yaitu BRI Cabang Semarang Patimura memiliki reputasi yang baik dalam menawarkan nama merk produk dengan nilai sebesar 3,85, BRI Cabang Semarang Patimura memberikan informasi produk yang akurat dengan nilai sebesar 3,75, BRI Cabang Semarang Patimura menyediakan informasi produk yang dapat dipercaya dengan nilai sebesar 3,75.

Hasil Penelitian Pengaruh Informasi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yohan Wisantoro (2005), Swinder J, Philip J, and Kevin P (2002) bahwa Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Keamanan (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,264 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa keamanan yang baik berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan pelayanan *e-banking* pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura.

Para respoden memberikan persepsi yang baik terhadap keamanan. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata informasi sebesar 3,91 yang berarti berdasarkan rentang skala termasuk kategori baik. Persepsi yang baik terhadap keamanan, yaitu BRI Cabang Patimura Semarang meminta persetujuan terlebih dahulu sebelum membuat akun pribadi nasabah dengan sebesar 3,97, BRI Cabang Semarang Patimura meyakinkan tentang aktivitas online nasabah tidak akan dibagikan ke pihak lain dengan nilai

sebesar 3,93, BRI Cabang Semarang Patimura meyakinkan nasabah tentang informasi pribadinya tidak akan dibagikan ke pihak lain dengan nilai sebesar 3,85.

Hasil Penelitian Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura mendukung penelitian yang dilakukan oleh Swinder J, Philip J, and Kevin P (2002) bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh Sensasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel sensasi (X₄) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,180 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa sensasi yang baik berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan pelayanan *e-banking* PT. BRI Cabang Semarang Patimura.

Para responden memberikan persepsi yang baik terhadap sensasi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata kepuasan konsumen sebesar 3,84 yang berarti berdasarkan rentang skala termasuk kategori baik. Persepsi yang baik terhadap sensasi, yaitu, pihak BRI Cabang Semarang Patimura menyediakan fasilitas online untuk dapat bertransaksi dengan nilai sebesar 3,86, pihak BRI Cabang Semarang Patimura memberikan tampilan layar sistem yang mudah dipahami dan menarik dengan nilai sebesar 3,85, dan memungkinkan bagi nasabah untuk dapat membagi rasa kepuasannya terhadap layanan BRI Cabang Semarang Patimura ke orang lain dengan nilai sebesar 3.81.

Penelitian Hasil Pengaruh Sensasi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yohan Wisantoro (2005), Swinder J, Philip J, and Kevin P (2002) bahwa Sensasi berpengaruh signifikan positif dan terhadap Kepuasan Nasabah

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Self Service *Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Cabang Semarang Patimura, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Variabel pertama yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Semarang Patimura adalah variabel keamanan. Hal ini berarti bahwa iika variabel keamanan naik maka kepuasan nasabah juga meningkat. Demikian juga sebaliknya apabila turun maka kepuasan nasabah juga akan menurun. Terlihat bahwa variabel kemanan pentingnya adalah BRI Cabang Semarang Patimura selalu meminta persetujuan terlebih dahulu sebelum membuat akun pribadi nasabah, BRI Cabang Semarang Patimura meyakinkan tentang aktivitas online nasabah tidak akand ibagikan kepihak lain. **BRI** Cabang Semarang Patimura meyakinkan nasabah tentang informasinya tidak akan dibagikan kepihak lain. Jika pelayanan yang diberikan ini tidak memiliki ketiga hal tersebut maka akan menimbulkan rasa kecewa nasabah yang melakukan pelayanan e-banking pada PT. BRI Semarang Cabang Patimura. Terlihat ketika seorang nasabah merasa puas setelah melakukan pelayanan e-banking di PT. BRI Cabang Semarang Patimurayang dinilai memberikan rasa aman oleh nasabah.

Variabel kedua yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura adalah variabel performa. Hal ini berarti bahwa jika variabel performa naik maka kepuasan nasabah juga meningkat. Demikian juga sebaliknya apabila turun maka kepuasan nasabah juga akan menurun. **Terlihat** bahwa pentingnya variabel performa adalah formulir aplikasi pemesanan secara online yang diberikan PT. BRI Cabang Semarang Patimura mudah dipahami oleh nasabah, dan menyediakan pemesanan layanan online secara tepat bagi nasabah, serta pihak BRI Cabang Semarang Patimura mempunyai kebijakan yang dapatdipertanggungjawabkan. Jika pelayanan ini tidak memiliki keempat hal tersebut maka akan menimbulkan rasa kecewa bagi nasabah yang melakukan pelayanan

- e-banking padaPT. BRI Cabang Semarang Patimura. Karena dalam pelayanan seorang nasabah ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik dan mudah dipahami. Dan tidak hanya itu saja seorang nasabah ingin kebutuhannya dapat segera terselesaikan dengan baik tanpa ada kendala apapun.
- Variabel ketiga yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabahpada BRI Cabang Semarang Patimura adalah variabel informasi. Hal ini berarti bahwa jika variabel informasi naik maka kepuasan nasabah juga meningkat. Demikian juga sebaliknya apabila turun maka kepuasan nasabah juga akan **Terlihat** menurun. bahwa variabel informasi pentingnya adalah BRI Cabang Semarang Patimura memiliki reputasi yang baik dalam menawarkan nama merk produk, dan memberikan informasi produk yang akurat, serta BRI Cabang Semarang Patimura menyediakan informasi produk dipercaya. dapat Jika pelayanan yang diberikan tidak memiliki ketiga hal tersebut maka akan menimbulkan rasa kecewa nasabah yang melakukan pelayanan e-banking pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura. Karena dalam melakukan pelayanan e-banking, mampu memberikan informasi yang tepat dan mengerti apa yang dibutuhkan oleh nasabah maka hal ini akan menimbulkan rasa puas bagi nasabah.
- Variabel keempat yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura adalah variabel sensasi

Hal ini berarti bahwa jika variabel sensasi naik maka kepuasan nasabah juga meningkat. Demikian juga sebaliknya apabila turun maka kepuasan nasabah juga akan **Terlihat** menurun. bahwa pentingnya variabel sensasi adalah pihak BRI Cabang Semarang Patimura menyediakan fasilitas online untukdapat bertransaksi, dan memberikan tampilan layar sistem yang mudah dipahami dan menarik, serta memungkinkan bagi nasabah untuk dapat membagi rasa kepuasannya terhadap layanan BRI Cabang Semrang Patimura ke orang lain. Jika pelayanan yang diberikan tidak memiliki ketiga hal tersebut akan menimbulkan maka kecewa bagi masyarakat yang melakukan pelayanan *e-banking* pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura. Karena jika pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan keinginan nasabah, maka masyarakat akan merasa puas serta dapat memberikan dampak yang baik bagi bank BRI.

Saran

Saran untuk hasil penelitian mengenai analisis Kualitas Pelayanan (performa), (informasi), (keamanan), (sensasi) Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keamanan menjadi variabel pertama yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan kondisi seperti ini faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas keamanan hendaknya harus tetap di jagadan diperhatikan olehPT. BRI

- Cabang Semarang Patimuraagar tingkat kualitas performasemakin tinggi yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kemudian yang masih perlu ditingkatkan yaitu mengenai pihak BRI Cabang Semarang Patimura yang meyakinkan tentang informasi pribadi nasabah tidak akan dibagikan ke pihak lain. Karena mendapatkan nilai indek terendah. perlu disikapi supaya Hal ini nasabah yang melakukan pelayanan *e-banking*agar dapat aman dan puas dengan merasa kualitas layanan yang diberikan. Untuk meningkatkan kualitas keamanan adalah dengan lebih meningkatkan keamanan tentang segala informasi pribadi nasabah supaya dapat dipercaya dan lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan.
- 2. Performa menjadi variabel kedua yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan kondisi seperti ini faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas performa hendaknya harus tetap di jagadan diperhatikan oleh pihak PT. BRI Cabang Semarang Patimura agar tingkat kualitas performa semakin tinggi yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kemudian yang masih perlu ditingkatkan yaitu mengenai kebijakan dapat yang dipertanggungjawabkan oleh pihak BRI Cabang Semarang Patimura karena mendapatkan nilai indek terendah. Hal ini perlu disikapi supaya nasabah yang melakukan pelayanan dapat merasa puas

- dengan kualitas layanan yang diberikan. Untuk meningkatkan kualitas performaadalah dengan memberikan pelayanan yang dapat di handalkan mengenai pelayanan *e-banking* supaya dapat lebih baik lagi dalam melakukan pelayanan.
- Informasimenjadi variabel ketiga yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan kondisiseperti ini faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas informasi hendaknya harus tetap dijaga dan diperhatikanolehPT. BRI Cabang Semarang Patimuraagar tingkatkualitas informasi semakin tinggi yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kemudian yang masih perlu ditingkatkan yaitu mengenai ketersediaan informasi produk yang dapat dipercaya oleh pihak BRI Cabang Semarang Patimurakarena mendapatkan nilai indek terendah. Hal ini perlu disikapi supaya nasabah yang melakukan pelayanan dapat merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan. Untuk meningkatkan kualitas informasi adalah dengan memberikan informas iproduk yang lebih dapat dipercaya oleh nasabah mengenai pelayanan *e-banking* dan kepuasan supaya dapat lebih baik lagi dalam melakukan pelayanan.
- 4. Sensasi menjadi variabel keempat yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan kondisi seperti ini faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas sensasi hendaknyah arustetap dijagadan diperhatikan olehPT. BRI Cabang Semarang Patimuraagar tingkat

kualitas informasi semakin tinggi pada akhirnya yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kemudian yang masih perlu ditingkatkan yaitu mengenai kemungkinan bagi nasabah membagi rasa kepuasan terhadap layanan ke orang lain karena mendapatkan nilai indek terendah. Hal ini perlu disikapi supaya nasabah yang melakukan pelayanan dapat merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan kemudian dapat membagi rasa kepuasannya ke orang lain. Untuk meningkatkan kualitas sensasi adalah dengan lebih meningkatkan pelayanan mengenai e-banking dan kepuasan supaya dapat lebih baik lagi dalam melakukan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustyn, Renata Riskia. 2012. Analisis

 Pengaruh Kualitas Pelayanan
 Terhadap Kepuasan
 Pelanggan (Studi Pada
 Pelanggan Kantor Pos
 Purworejo). Jurnal Universitas
 Diponegoro.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode

 Penelitian Manajemen:

 Pedoman Penelitian Untuk

 Penulisan Skripsi, Tesis dan

 Disertasi Ilmu Manajemen.

 Badan Penerbit Universitas

 Diponegoro. Semarang.
- Assegaf, Mohammad. 2009. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)". Jurnal Ekonomi

- dan Bisnis. Vol. 10. No.2. Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang. Semarang
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin.
 2007. "Analisis Pengaruh
 Kualitas Pelayanan Terhadap
 Kepuasan Konsumen Pada
 Matahari Departement Store
 Di Solo Grand Mall". Jurnal
 Ekonomi dan Bisnis. Hal. 1 –
 12. Universitas
 Muhammadiyah Surakarta.
 Surakarta.
- Basu Swastha dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Christoper Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry. 2012. Pemasaran Jasan Manusia, Teknologi, Strategi: Perspektif Indonesia, Jakarta: Erlangga.
- Djarwanto dan Pangestu S. 2000. Statistik Induktif. Edisi kelima. BPFE. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2001). Manajemen Jasa, ed. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Badan Penerbit
 Universitas Diponegoro.
 Semarang.
- http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2 015/02/03/353431/bri-incarpertumbuhan-transaksi-echannel-dan-e-banking. Di akses pada tanggal 20 Maret 2015.

- Husein Umar. 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.
 Gramedia Pustaka Utama.
 Jakarta.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat 2009 Manajemen
- pemasaran jasa. Jakarta: Salemba empat
- Mandey, Umboh. 2014. Analisis
 Kualitas Layanan
 Pengaruhnya Terhadap
 Kepuasan Nasabah Pada PT.
 Pegadaian (persero) Cabang
 Teling. Jurnal EMBA.
- Mas'ud, Fuad. 2004. Survai Diagnosis
 Organisasional, Konsep dan
 Aplikasi. Semarang: Badan
 Penerbit Universitas
 Diponegoro.
- Miller, Kenneth E and Layton, R A. 2000. Fundementals of marketing (4 end) Mc Graw-Jill. Sidney.
- Mountinho, L and Smith, A (2000).

 Modelling bank customer satisfaction through mediation of etitudes towards human and automated banking.

 International Journal of Bank Marketing 18 (3). P 124-134 ISSN D265-2323.

- Nasution, MN. (2005). Manajemen Mutu Terpadu. Bogor-Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. 2003. Meansuring Cutomer Satisfaction. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Penerbit ALFABETA.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Pertama. UII Press. Yogyakarta.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemsaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Swinder J, Philip J and Kevin P. 2002.

 Consumer perceptions of
 Intenet retai service quality.

 Journal of srvice industry
 Management.
- Tjiptono, Fandy.2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tony dan Supariyani Emmy. 2008.

 Analisis Kualitas Pelayanan
 terhadap kepuasan pelanggan
 Studi Kasus Pelayanan
 Internet Banking (Klik BCA)
 Pada PT. BC, Tbk. Cabang
 Merdeka. Jurnal Ilmiah
 Ranggagading.
- Top Brand: Sumber: http//topbrandaward.com/2014. Di akses pada tanggal 2 April 2015.

- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Undang-Undang No 14 tahun 1997 Tentang Pokok-Pokok Perbankan.
- Usmara. 2003. Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Amara Brooks. Yogyakarta.
- www.Informasi.wordpress.com. Di akses pada tanggal 12 April 2015.
- www.web.unair.ac.id. Di akses pada tanggal 12 April 2015.
- Zhu, Feye X, dan Wymer, Wather. 2002. IT-Based Service ang service quality in Consumer Bangking. International Journal of service Industry Managemnet.