BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi hasil dari pengumpulan data dengan memakai kuesioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling*, yaitu suatu *nonprobability samples* tidak terbatas. Pemilihan sampel dengan metode ini merupakan cara yang paling murah dan paling mudah untuk dilaksanakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penyebaran kuesioner secara online. Hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1.1

Hasil Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	150	100 %
Jumlah Kuesioner yang tidak kembali	20	13.33 %
Kuesioner jawabannya tidak lengkap	10	6.67 %
Kuesioner memenuhi syarat	120	80 %

Berdasarkan hasil penyebaran data kepada pelanggan yang memiliki pengalaman menggunakan layanan atau menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, sebanyak 130 responden memberikan tanggapan terhadap kuesioner penelitian ini. Dari 130 jawaban tersebut teridentifikasi, terdapat 120 jawaban kuesioner dikembalikan oleh responden serta memenuhi syarat sehingga data dapat diolah. Kemudian peneliti mengambil 50 tanggapan yang berasal

dari pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, dan sebanyak 50 tanggapan yang berasal dari pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri Syariah.

4.2 Deskripsi Responden

Pengelompokan data berdasarkan identitas atau karakteristik responden, diperoleh data sebagai berikut.

4.2.1 Berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.1 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.2 (Bank Mandiri Syariah) berikut :

Tabel 4.2.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Bank Mandiri)

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	18	36 %
Wanita	32	64 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.1 dapat diketahui bahwa 18 responden berjenis kelamin pria dan sisanya 32 responden berjenis kelamin wanita. Hal ini

menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri sebagian besar berjenis kelamin wanita.

Tabel 4.2.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Bank Mandiri Syariah)

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	21	42 %
Wanita	29	58 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.2 dapat diketahui bahwa 21 responden berjenis kelamin pria dan sisanya 29 responden berjenis kelamin wanita. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri Syariah sebagian besar berjenis kelamin wanita.

4.2.2 Berdasarkan umur

Umur merupakan salah satu faktor yang dapat mrempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing individu berdasarkan umur. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.3 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.4 (Bank Mandiri Syariah) berikut :

Tabel 4.2.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur (Bank Mandiri)

Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase
<17	1	2 %
18-28	42	84 %
29-39	2	4 %
40-49	5	10 %
>50	0	0 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.3 dapat diketahui bahwa 2 responden berumur <17 tahun, 84 responden berumur 18-28 tahun, 4 persen responden berumur 29-39 tahun, 10 responden berumur 40-49 tahun, sisanya 0 responden berumur >50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri sebagian besar berumur 18 - 28 tahun.

Tabel 4.2.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur (Bank Mandiri Syariah)

Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase
<17	1	2 %
18-28	27	54 %
29-39	14	28 %
40-49	8	16 %
>50	0	0 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.4 dapat diketahui bahwa 1 responden berumur <17 tahun, 27 responden berumur 18-28 tahun, 14 persen responden berumur

29-39 tahun, 8 responden berumur 40-49 tahun, sisanya 0 responden berumur >50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri Syariah sebagian besar berumur 18 - 28 tahun.

4.2.3 Berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing individu berdasarkan tingkat pendidikan. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.5 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.6 (Bank Mandiri Syariah) berikut:

Tabel 4.2.5

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan (Bank Mandiri)

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA	28	56 %
Diploma	3	6 %
S1	15	30 %
S2	4	8 %
S3	0	0 %
Lain – lain	0	0 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.5 dapat diketahui bahwa 28 responden memiliki tingkat pendidikan SMA, 3 responden memiliki tingkat pendidikan Diploma, 15 responden memiliki tingkat pendidikan S1, 4 responden memiliki tingkat pendidikan S2, 0 responden memiliki tingkat pendidikan S3, sisanya 0 responden memiliki tingkat pendidikan lain - lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri memiliki tingkat pendidikan yaitu SMA.

Tabel 4.2.6

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan (Bank Mandiri Syariah)

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA	17	34 %
Diploma	7	14 %
S1	14	28 %
S2	7	14 %
S3	2	4 %
Lain – lain	3	6 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.6 dapat diketahui bahwa 17 responden memiliki tingkat pendidikan SMA, 7 responden memiliki tingkat pendidikan Diploma,14 responden memiliki tingkat pendidikan S1, 7 responden memiliki tingkat pendidikan S2, 2 responden memiliki tingkat pendidikan S3, sisanya 3 responden memiliki tingkat pendidikan lain - lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri Syariah memiliki tingkat pendidikan yaitu SMA.

4.2.4 Berdasarkan jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing individu berdasarkan jenis pekerjaan. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.7 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.8 (Bank Mandiri Syariah) berikut :

Tabel 4.2.7

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan (Bank Mandiri)

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	37	74 %
Pegawai Negeri	2	4 %
Pegawai Swasta	2	4 %
Wiraswasta	4	8 %
Lain – lain	5	10 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.7 dapat diketahui bahwa 37 responden memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, 2 responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri, 2 responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, 4 responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, sisanya 5 responden memiliki pekerjaan lain - lain. Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan internet banking Bank Mandiri memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa.

Tabel 4.2.8

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan (Bank Mandiri Syariah)

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	21	42 %
Pegawai Negeri	7	14 %
Pegawai Swasta	5	10 %
Wiraswasta	8	16 %
Lain – lain	9	18 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.8 dapat diketahui bahwa 21 responden memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, 7 responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri, 5 responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, 8 responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, sisanya 9 responden memiliki pekerjaan lain - lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan internet banking Bank Mandiri Syariah memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa.

4.2.5 Tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing individu berdasarkan tingkat pendapatan. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti

mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.9 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.10 (Bank Mandiri Syariah berikut:

Tabel 4.2.9

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat pendapatan (Bank Mandiri)

Tingkat pendapatan	Frekuensi	Persentase
<Rp 1.800.000	32	64 %
Rp 1.800.000 - Rp 2.000.000	6	12 %
Rp 2.000.100 – Rp 4.000.000	7	14 %
Rp 4.000.100 – Rp 5.000.000	2	4 %
>Rp 5.000.100	3	6 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.9 dapat diketahui bahwa 32 responden memiliki tingkat pendapatan <Rp 1.800.000, 6 responden memiliki tingkat pendapatan Rp 1.800.000 - Rp 2.000.000, 7 responden memiliki tingkat pendapatan Rp 2.000.100 – Rp 4.000.000, 2 responden memiliki tingkat pendapatan Rp 4.000.100 – Rp 5.000.000, sisanya 3 responden memiliki tingkat pendapatan >Rp 5.000.100. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang

menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri mempunyai pendapatan sebesar <Rp 1.800.000

Tabel 4.2.10

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat pendapatan (Bank Mandiri Syariah)

Tingkat pendapatan	Frekuensi	Persentase
<Rp 1.800.000	14	28 %
Rp 1.800.000 - Rp 2.000.000	9	18 %
Rp 2.000.100 – Rp 4.000.000	13	26 %
Rp 4.000.100 – Rp 5.000.000	5	10 %
>Rp 5.000.100	9	18 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.10 dapat diketahui bahwa 14 responden memiliki tingkat pendapatan <Rp 1.800.000, 9 responden memiliki tingkat pendapatan Rp 1.800.000 - Rp 2.000.000, 13 responden memiliki tingkat pendapatan Rp 2.000.100 – Rp 4.000.000, 5 responden memiliki tingkat pendapatan Rp 4.000.100 – Rp 5.000.000, sisanya 9 responden memiliki tingkat pendapatan >Rp 5.000.100. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri Syariah mempunyai pendapatan sebesar <Rp 1.800.000.

4.2.6 Pengalaman Menggunakan Layanan Internet Banking

Pengalaman menggunakan layanan *internet banking* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing individu berdasarkan pemesanan yang dilakukan. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.11 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.12 (Bank Mandiri Syariah) berikut :

Tabel 4.2.11

Pengalaman Menggunakan Layanan Internet Banking (Bank Mandiri)

Pengalaman Menggunakan Layanan Internet Banking	Frekuensi	Persentase
≤ 2 tahun	34	68 %
> 2 tahun	16	32 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.11 dapat diketahui bahwa 34 responden menggunakan layanan *internet banking* ≤ 2 tahun, sisanya 16 responden menggunakan layanan *internet banking* > 2 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri mempunyai pengalaman dalam menggunakan layanan *internet banking* selama ≤ 2 tahun

Tabel 4.2.12

Pengalaman Menggunakan Layanan Internet Banking (Bank Mandiri Syariah)

Pengalaman Menggunakan Layanan Internet Banking	Frekuensi	Persentase
≤ 2 tahun	26	52 %
> 2 tahun	24	48 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.12 dapat diketahui bahwa 26 responden menggunakan layanan *internet banking* ≤ 2 tahun, sisanya 24 responden menggunakan layanan *internet banking* > 2 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri Syariah mempunyai pengalaman dalam menggunakan layanan *internet banking* selama ≤ 2 tahun

4.2.7 Intensitas Penggunaan Layanan Internet Banking Dalam Waktu Satu Bulan

Intensitas penggunaan layanan internet banking dalam waktu satu bulan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing – masing individu berdasarkan pemesanan yang dilakukan. Dari hasil angket yang telah disebarkan peneliti mendeskripsikan kedalam tiga kategori yaitu pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* dari Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2.13 (Bank Mandiri), Tabel 4.2.14 (Bank Mandiri Syariah) berikut :

Tabel 4.2.13

Intensitas Penggunaan Layanan Internet Banking Dalam Waktu Satu Bulan (Bank Mandiri)

Intensitas penggunaan layanan internet banking dalam waktu satu bulan	Frekuensi	Persentase
1 – 3 kali	33	66 %
4 – 6 kali	8	16 %
7 – 9 kali	6	12 %
Lebih dari 9 kali	3	6 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.13 dapat diketahui bahwa 33 responden menggunakan layanan *internet banking* 1 – 3 kali dalam sebulan, 8 responden menggunakan layanan *internet banking* 4 – 6 kali dalam sebulan, 6 responden menggunakan layanan *internet banking* 7 – 9 kali dalam sebulan, dan 3 responden menggunakan layanan internet banking lebih dari 9 kali dalam sebulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri menggunakan layanan *internet banking* selama 1 – 3 kali dalam sebulan.

Tabel 4.2.14

Intensitas Penggunaan Layanan Internet Banking Dalam Waktu Satu Bulan (Bank Mandiri Syariah)

Intensitas penggunaan layanan internet banking dalam waktu satu bulan	Frekuensi	Persentase
1 – 3 kali	18	36 %
4 – 6 kali	17	34 %
7 – 9 kali	7	14 %
Lebih dari 9 kali	8	16 %
Total	50	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2.14 dapat diketahui bahwa 18 responden menggunakan layanan *internet banking* 1 – 3 kali dalam sebulan, 17 responden menggunakan layanan *internet banking* 4 – 6 kali dalam sebulan, 7 responden menggunakan layanan *internet banking* 7 – 9 kali dalam sebulan, dan 8 responden menggunakan layanan internet banking lebih dari 9 kali dalam sebulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menggunakan layanan *internet banking* Bank Mandiri Syariah menggunakan layanan *internet banking* selama 1 – 3 kali dalam sebulan.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berhubungan dengan penggambaran atau peringkasan data penelitian sehingga data tersebut mudah dipahami. Analisis statistik deskriptif adalah analisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada tujuan membuat kesimpulan untuk generalisasi. Analisis ini digunakan untuk mengukur hubungan antara dimensi

kualitas layanan dengan keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah).

Analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah persentase, terdapat empat tahapan yang dilakukan yaitu :

a. Membuat tabel distribusi jawaban angket untuk masing – masing variabel.
b. Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan.
c. Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap – tiap responden.
d. Kemudian berdasarkan skor jawaban yang diperoleh dari responden diubah kedalam bentuk persentase.

1) Rancangan dan Hasil Penelitian

Untuk mendapatkan data penelitian, penulis menggunakan kuesioner online yang dibuat menggunakan *Google forms.* Kuesioner terdiri dari 21 butir pertanyaan yang terdiri dari enam item pertanyaan tentang kualitas layanan pelanggan online; tujuh item pertanyaan tentang kualitas layanan sistem informasi online; lima item pertanyaan tentang kualitas layanan produk perbankan ; tiga item pertanyaan tentang keseluruhan kualitas layanan internet perbankan dengan 5 alternatif jawaban untuk masing – masing pertanyaan. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis sesuai dengan tahapan yang telah dijelaskan diatas.

Adapun langkah – langkah yang ditempuh penulis dalam menyajikan data kualitas layanan pelanggan online, kualitas layanan sistem informasi online, kualitas layanan produk perbankan, dan keseluruhan kualitas layanan internet perbankan sebagai berikut :

1. Menjumlahan semua item pertanyaan untuk alternatif jawaban STS (Sangat tidak setuju), TS (Tidak setuju), KS (Kurang setuju), S (Setuju), SS (Sangat setuju).
2. Menghitung skor yang diberikan oleh responden sesuai dengan Skala Likert dimana skor 5 untuk alternatif jawaban sangat setuju, skor 4 untuk alternatif jawaban setuju, skor 3 untuk alternatif jawaban kurang setuju, skor 2 untuk alternatif jawaban tidak setuju, skor 1 untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju.

Penghitungan dibagi menjadi dua bagian, yakni penghitungan untuk menilai rata – rata skor dari setiap pertanyaan dan penghitungan kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kontrol yang dirasakan, dan kesenangan yang dirasakan dengan penilaian persentase.

Dari penghitungan skor, analisa dilakukan dengan menentukan 5 kategori nilai yang diperoleh dengan menggunakan interval nilai. Untuk menentukan interval nilai tersebut, caranya yaitu nilai maksimal dikurangi nilai minimal kemudian dibagi dengan banyaknya kelas.

Dengan demikian dapat ditentukan besarnya interval penilaian sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{(\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{Banyaknya kelas}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8$$

Dari perhitungan tersebut, interval nilai untuk penghitungan rata – rata skor setiap pertanyaan ditentukan sebagai berikut :

1. Nilai yang berada diantara 1.0 – 1.8 dinyatakan sangat tidak baik
2. Nilai yang berada diantara 1.81 – 2.60 dinyatakan tidak baik

3. Nilai yang berada diantara 2.61 – 3.40 dinyatakan sedang
4. Nilai yang berada diantara 3.41 – 4.20 dinyatakan baik
5. Nilai yang berada diantara 4.21 – 5.00 dinyatakan sangat baik

2) Bank Mandiri

(1) Kualitas Layanan Pelanggan Online

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap kualitas layanan pelanggan online :

Tabel 4.3.1

Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Layanan Pelanggan Online

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Setiap transaksi online melalui internet banking selalu tepat	3.88	Baik
2	Internet banking ini menawarkan layanan pada 24 jam dalam sehari	4.1	Baik
3	Website internet banking memiliki area pertanyaan dan komentar untuk nasabah	3.86	Baik
4	Website internet banking memiliki fasilitas untuk pengaduan/keluhan	3.96	Baik
5	Prosedur dari website internet banking mudah dimengerti dan mudah untuk diikuti	4.02	Baik
6	Website internet banking ini memberikan pilihan penggunaan dalam bahasa asing	4	Baik
Nilai Rata – rata		3.97	Baik

Tabel 4.3.1 menunjukkan nilai kualitas layanan pelanggan online dengan nilai rata-rata 3.97. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Internet banking menawarkan layanan pada 24 jam dalam sehari dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.1 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking memiliki area pertanyaan dan komentar untuk nasabah dengan nilai rata – rata yaitu 3.86. Untuk itu, Bank Mandiri kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi kualitas layanan pelanggan online terutama pada fasilitas untuk area pertanyaan dan komentar bagi pelanggan.

(2) Kualitas Layanan Sistem Informasi Online

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap kualitas layanan sistem informasi online :

Tabel 4.3.2

Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Sistem Informasi Online

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Isi di website internet banking terstruktur dan terorganisir.	3.78	Baik
2	Sangat menyenangkan untuk melihat apa yang dapat ditemukan di website internet banking.	3.72	Baik
3	Desain website internet banking memudahkan saya untuk menyelesaikan transaksi online dengan cepat	3.74	Baik
4	Sangat mudah untuk menavigasi dari satu halaman ke halaman lain pada website internet banking	3.8	Baik
5	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi internet Banking	3.62	Baik
6	Website internet banking memudahkan saya dalam menggunakan transaksi online.	4	Baik
7	Website internet banking menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah bank	3.88	Baik
Nilai Rata – rata		3.79	Baik

Tabel 4.3.2 menunjukkan nilai kualitas sistem informasi online dengan nilai rata-rata 3.79. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking memudahkan saya dalam menggunakan transaksi online dimana nilai rata – ratanya yaitu 4 dan

penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Saya merasa aman dalam melakukan transaksi internet Banking dengan nilai rata – rata yaitu 3.62 Untuk itu, Bank Mandiri kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi kualitas sistem informasi online terutama pada keamanan dalam transaksi internet banking.

(3) Kualitas Layanan Produk Perbankan

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap kualitas layanan produk perbankan :

Tabel 4.3.3

Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Layanan Produk Perbankan

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Website internet banking ini memudahkan membayar tagihan secara online (mis, kartu kredit, listrik dll ...)	4.46	Baik
2	Website internet banking ini menyediakan pengisian ulang pulsa	4.32	Baik
3	Website internet banking ini menyediakan pemesanan hotel dan tiket online	4.4	Baik
4	Website internet banking ini memudahkan melakukan belanja online.	4.4	Baik
5	Website internet banking ini tidak pernah menimbulkan masalah dalam transaksi online dengan penyedia layanan pihak ketiga (misalnya penyedia layanan internet, penyedia listrik, pembeli online dll ...).	4.34	Baik
Nilai Rata – rata		4.38	Baik

Tabel 4.3.3 menunjukkan nilai kualitas layanan produk perbankan dengan nilai rata-rata 4.38. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada semua item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking ini memudahkan membayar tagihan secara online (mis, kartu kredit, listrik dll ...) dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.46 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking ini menyediakan pengisian ulang pulsa dengan nilai rata – rata yaitu 4.32. Untuk itu, Bank Mandiri kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi kualitas layanan produk perbankan terutama pada meningkatkan layanan pengisian pulsa.

(4) Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan :

Tabel 4.3.4

Analisis Statistik Deskriptif Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Secara keseluruhan kualitas layanan internet banking sangat baik.	3.94	Baik
2	Secara keseluruhan layanan internet banking sesuai dengan harapan saya.	3.94	Baik
3	Saya merasa puas dengan semua layanan internet banking	4.02	Baik
Nilai Rata – rata		3.97	Baik

Tabel 4.3.1 menunjukkan nilai keseluruhan kualitas layanan internet perbankan dengan nilai rata-rata 3.97. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada semua item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Saya merasa puas dengan semua layanan internet banking dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.02 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Secara keseluruhan kualitas layanan internet banking sangat baik dan Secara keseluruhan layanan internet banking sesuai dengan harapan saya dengan nilai rata – rata yaitu 3.94. Untuk itu, Bank Mandiri kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi keseluruhan kualitas layanan internet perbankan terutama pada keseluruhan kualitas layanan internet banking.

3) Bank Mandiri Syariah

(1) Kualitas Layanan Pelanggan Online

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap kualitas layanan pelanggan online :

Tabel 4.3.5

Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Layanan Pelanggan Online

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Setiap transaksi online melalui internet banking selalu tepat	4.04	Baik
2	Internet banking ini menawarkan layanan pada 24 jam dalam sehari	4	Baik
3	Website internet banking memiliki area pertanyaan dan komentar untuk nasabah	3.98	Baik
4	Website internet banking memiliki fasilitas untuk pengaduan/keluhan	3.98	Baik
5	Prosedur dari website internet banking mudah dimengerti dan mudah untuk diikuti	3.9	Baik
6	Website internet banking ini memberikan pilihan penggunaan dalam bahasa asing	3.98	Baik
Nilai Rata – rata		3.98	Baik

Tabel 4.3.5 menunjukkan nilai kualitas layanan pelanggan online dengan nilai rata-rata 3.98. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada semua item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Setiap transaksi online melalui internet banking selalu tepat dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.04 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Prosedur dari website internet banking mudah dimengerti dan mudah untuk diikuti dengan nilai rata – rata yaitu 3.9. Untuk itu, Bank Mandiri Syariah kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi

kualitas layanan pelanggan online terutama pada membuat prosedur dari website internet banking menjadi lebih mudah dimengerti dan diikuti oleh pelanggan.

(2) Kualitas Layanan Sistem Informasi Online

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap kualitas layanan sistem informasi online :

Tabel 4.3.6

Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Layanan Sistem Informasi Online

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Isi di website internet banking terstruktur dan terorganisir.	4	Baik
2	Sangat menyenangkan untuk melihat apa yang dapat ditemukan di website internet banking.	4	Baik
3	Desain website internet banking memudahkan saya untuk menyelesaikan transaksi online dengan cepat	3.94	Baik
4	Sangat mudah untuk menavigasi dari satu halaman ke halaman lain pada website internet banking	3.94	Baik
5	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi internetBanking	3.96	Baik
6	Website internet banking memudahkan saya dalam menggunakan transaksi online.	4.04	Baik
7	Website internet banking menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah bank	3.92	Baik
Nilai Rata – rata		4	Baik

Tabel 4.3.6 menunjukkan nilai kualitas layanan sistem informasi online dengan nilai rata-rata 4. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking memudahkan saya dalam menggunakan transaksi online dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.04 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah bank dengan nilai rata – rata yaitu 3.92. Untuk itu, Bank Mandiri Syariah kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi kualitas layanan sistem informasi online terutama pada menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah bank.

(3) Kualitas Layanan Produk Perbankan

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap kualitas layanan produk perbankan :

Tabel 4.3.7

Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Layanan Produk Perbankan

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Website internet banking ini memudahkan membayar tagihan secara online (mis, kartu kredit, listrik dll ...)	4	Baik
2	Website internet banking ini menyediakan pengisian ulang pulsa	4.06	Baik
3	Website internet banking ini menyediakan pemesanan hotel dan tiket online	3.9	Baik
4	Website internet banking ini memudahkan melakukan belanja online.	3.46	Baik
5	Website internet banking ini tidak pernah menimbulkan masalah dalam transaksi online dengan penyedia layanan pihak ketiga (misalnya penyedia layanan internet, penyedia listrik, pembeli online dll ...).	3.9	Baik
Nilai Rata – rata		3.9	Baik

Tabel 4.3.7 menunjukkan nilai kualitas layanan produk perbankan dengan nilai rata-rata 3.9. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking ini menyediakan pengisian ulang pulsa dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.06 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Website internet banking ini memudahkan melakukan belanja online dengan nilai rata – rata yaitu

3.46. Untuk itu, Bank Mandiri Syariah kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi kualitas layanan produk perbankan online terutama pada website internet banking memudahkan dalam melakukan belanja online.

(4) Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan

Berikut adalah rata – rata penilaian dari konsumen terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan :

Tabel 4.3.8

Analisis Statistik Deskriptif Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan

No	Pertanyaan	Nilai Rata – rata	Kriteria
1	Secara keseluruhan kualitas layanan internet banking sangat baik.	4.02	Baik
2	Secara keseluruhan layanan internet banking sesuai dengan harapan saya.	4.04	Baik
3	Saya merasa puas dengan semua layanan internet banking	3.98	Baik
Nilai Rata – rata		4.01	Baik

Tabel 4.3.8 menunjukkan nilai keseluruhan kualitas layanan internet perbankan dengan nilai rata-rata 4.01. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Baik pada semua item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Secara keseluruhan

layanan internet banking sesuai dengan harapan saya dimana nilai rata – ratanya yaitu 4.04 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu tentang Saya merasa puas dengan semua layanan internet banking dengan nilai rata – rata yaitu 3.98. Untuk itu, Bank Mandiri Syariah kedepan perlu lebih memperhatikan dimensi keseluruhan kualitas layanan internet perbankan terutama pada semua layanan internet banking.

4.4 Pengujian Kualitas Data

Dalam pengujian kualitas data, penguji menggunakan uji validitas dan reliabilitas

1. Uji Validitas

   Untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan mempunyai kekuatan validitas, tidak dapat dipisahkan dari dua prinsip validitas yaitu unsur ketepatan dan unsur ketelitian. Validitas dalam konteks ini mensyaratkan alat ukur harus mampu mengukur perbedaan yang benar – benar terjadi pada obyek yang diukur. Alat ukur harus sensitif terhadap seluruh perbedaan yang ada pada variabel dan perubahan kemungkinan terjadi pada variabel (Uma Sekaran, 2006).

   Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas analisis korelasional yaitu analisis korelasi bivariate Pearson. Item – item pertanyaan dinyatakan valid apabila Jika r hitung ≥ r tabel (dengan sig. 0,05). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, jadi r table yang digunakan adalah sebesar 0,196 untuk menguji valid atau tidaknya data.

Tabel 3.6.1

Hasil Uji Validitas Bank Mandiri

Variabel	Item	Koefisiensi Korelasi	r table	Keterangan
Kualitas Layanan Pelanggan Online	A1	0.863	0.196	Valid
	A2	0.809	0.196	Valid
	A3	0.770	0.196	Valid
	A4	0.815	0.196	Valid
	A5	0.902	0.196	Valid
	A6	0.870	0.196	Valid
Kualitas Layanan Sistem Informasi Online	B1	0.890	0.196	Valid
	B2	0.839	0.196	Valid
	B3	0.850	0.196	Valid
	B4	0.937	0.196	Valid
	B5	0.854	0.196	Valid
	B6	0.887	0.196	Valid
	B7	0.889	0.196	Valid
Kualitas Produk Perbankan	C1	0.849	0.196	Valid
	C2	0.846	0.196	Valid
	C3	0.798	0.196	Valid
	C4	0.844	0.196	Valid
	C5	0.907	0.196	Valid
Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan	D1	0.881	0.196	Valid
	D2	0.913	0.196	Valid
	D3	0.874	0.196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3.6.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien kolerasi seluruhnya pada Bank Mandiri mempunyai nilai koefisien kolerasi (r_{hitung}) lebih besar dari koefisien kolerasi (r_{tabel}) yaitu 0.196. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dinyatakan valid dan dinyatakan layak sebagai instrument untuk mengukur data penelitian.

Tabel 3.6.2

Hasil Uji Validitas Bank Mandiri Syariah

Variabel	Item	Koefisiensi Korelasi	r table	Keterangan
Kualitas Layanan Pelanggan Online	A1	0.703	0.196	Valid
	A2	0.539	0.196	Valid
	A3	0.642	0.196	Valid
	A4	0.724	0.196	Valid
	A5	0.833	0.196	Valid
	A6	0.790	0.196	Valid
Kualitas Layanan Sistem Informasi Online	B1	0.780	0.196	Valid
	B2	0.754	0.196	Valid
	B3	0.850	0.196	Valid
	B4	0.786	0.196	Valid
	B5	0.604	0.196	Valid
	B6	0.710	0.196	Valid
	B7	0.798	0.196	Valid
Kualitas Produk Perbankan	C1	0.802	0.196	Valid
	C2	0.602	0.196	Valid
	C3	0.805	0.196	Valid
	C4	0.511	0.196	Valid
	C5	0.723	0.196	Valid
Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan	D1	0.771	0.196	Valid
	D2	0.792	0.196	Valid
	D3	0.794	0.196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3.6.2 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien kolerasi seluruhnya pada Bank Mandiri Syariah mempunyai nilai koefisien kolerasi (r_{hitung}) lebih besar dari koefisien kolerasi (r_{tabel}) yaitu 0.196. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dinyatakan valid dan dinyatakan layak sebagai instrument untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabititas diajukan untuk mengetahui apakah pengukuran telah terbebas dari kesalahan (error) sehingga memberikan hasil pengukuran yang konsisten pada kondisi yang berbeda dan pada masing – masing butir dalam instrumen. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan item total correlation dan Cronbach's α yang mencerminkan konsisten internal alat ukur (Sekaran, 2001).

Rules of thumb yang dipakai adalah item total correlation masing – masing butir harus lebih besar dari 0,50 dan Cronbach's α harus lebih besar dari 0,70 tetapi penulis lain mengatakan bahwa angka 0,60 masih dapat diterima (Sekaran, 2001). Namun menurut Sekaran (2001) item pertanyaan dapat dikategorikan baik, maka Cronbach's α harus bernilai diatas 0,80 (Sekaran, 2001).

Tabel 3.6.4

Hasil Uji Reliabilitas Bank Mandiri Syariah

Variabel	Alpa Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan Pelanggan online	0.752	0.6	Reliabel
Kualitas Layanan Sistem Informasi online	0.750	0.6	Reliabel
Kualitas Produk Perbankan	0.752	0.6	Reliabel
Keseluruhan Kualitas Layanan Internet Perbankan	0.750	0.6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 3.6.4 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpa* masing-masing variabel pada Bank Mandiri Syariah mempunyai nilai lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dinyatakan reliabel. Maka kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model yang berbeda.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi adalah teknik analisis data yang bertujuan mempelajari pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*). Analisis regresi berganda adalah jika skala pengukuran dari dua variabel bebas dan sebuah variabel tak bebas yang akan dianalisis merupakan interval atau rasio untuk

menjelaskan pengaruh atau hubungan antara variabel tersebut. Persamaan analisis dari analisis regresi berganda yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Keseluruhan kualitas layanan internet perbankan
β_0	= Koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi
X_1	= Kualitas layanan pelanggan online
X_2	= Kualitas layanan sistem informasi online
X_3	= Kualitas produk perbankan
ε	= Error

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas layanan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan. Uji hipotesis digunakan uji F, uji t, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada table 4.4.1 berikut :

Pada tabel 4.4.1 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program computer spss versi 16.0 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4.1

Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Bank Mandiri			Bank Mandiri Syariah		
	Koef. Reg	**T**	**Sig**	**Koef. Reg**	**T**	**Sig**
(Constant)	1.955	1.960	0.056	0.303	0.238	0.813
Kualitas layanan pelanggan online	0.192	2.118	0.040	0.282	2.981	0.005
Kualitas layanan sistem informasi online	0.264	3.732	0.001	0.189	2.233	0.030
Kualitas produk perbankan	-0.075	-0.725	0.472	-0.014	-0.124	0.902
F	59.511			30.396		
Sig	0.000			0.000		
Adj R Square	0.782			0.643		

$Y = 1.955 + 0.192X_1 + 0.264X_2 + (-0.075X_3)$…… (1)

$Y = 0.303 + 0.282X_1 + 0.189X_2 + (-0.014X_3)$…….…….. (2)

Dalam persamaan regresi diatas, konstanta Y adalah sebesar 1.955 pada Bank Mandiri dan 0.303 pada Bank Mandiri Syariah. Maka jika tidak ada variabel kualitas layanan pelanggan online, kualitas layanan sistem informasi online, kualitas produk perbankan, yang mempengaruhi keseluruhan kualitas layanan

internet perbankan maka keseluruhan kualitas layanan internet perbankan dari Bank Mandiri akan meningkat sebesar 1.955 sedangkan keseluruhan kualitas layanan internet perbankan dari Bank Mandiri Syariah akan meningkat sebesar 0.303.

1. Kualitas Layanan Pelanggan Online

Variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan dengan koefisien positif sebesar 0.1922 pada Bank Mandiri, berarti bila kualitas layanan pelanggan online meningkat sebesar satu satuan maka keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan akan meningkat sebesar 0.1922 dengan anggapan variabel kualitas layanan sistem informasi online (X_2) dan kualitas produk perbankan (X_3) tetap.

Sedangkan variabel Kualitas layanan pelanggan online (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan dengan koefisien positif sebesar 0.282 pada Bank Mandiri Syariah, berarti bila kualitas layanan pelanggan online meningkat sebesar satu satuan maka keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan akan meningkat sebesar 0.282 dengan anggapan variabel kualitas layanan sistem informasi online (X_2) dan kualitas produk perbankan (X_3) tetap.

Hasil koefisien regresi diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) di Bank Mandiri Syariah lebih tinggi dibanding Bank Mandiri yaitu 0.282 > 0.1922, sehingga keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan lebih kuat di Bank Mandiri Syariah.

2. Kualitas Layanan Sistem Informasi Online

Variabel Kualitas layanan sistem informasi online (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan dengan koefisien positif sebesar 0.264 pada Bank Mandiri, berarti bila kualitas layanan sistem informasi online meningkat sebesar satu satuan maka keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan akan meningkat sebesar 0.264 dengan anggapan variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) dan kualitas produk perbankan (X_3) tetap.

Sedangkan variabel Kualitas layanan sistem informasi online (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan dengan koefisien positif sebesar 0.189 pada Bank Mandiri Syariah, berarti bila kualitas layanan sistem informasi online meningkat sebesar satu satuan maka keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan akan meningkat sebesar 0.189 dengan anggapan variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) dan kualitas produk perbankan (X_3) tetap.

Hasil koefisien regresi diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan sistem informasi online (X_2) di Bank Mandiri lebih tinggi dibanding Bank Mandiri Syariah yaitu 0.264 > 0.189, sehingga keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan lebih kuat di Bank Mandiri.

3. Kualitas Layanan Produk Perbankan

Variabel Kualitas layanan produk perbankan (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan dengan koefisien negatif sebesar 0.075 pada Bank Mandiri, berarti bila kualitas produk perbankan menurun sebesar satu satuan maka keseluruhan kepuasan kualitas

layanan internet perbankan akan menurun sebesar 0.075 dengan anggapan variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) dan kualitas layanan sistem informasi online (X_2) tetap.

Sedangkan variabel Kualitas produk perbankan (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan dengan koefisien negatif sebesar 0.014 pada Bank Mandiri Syariah, berarti bila kualitas produk perbankan menurun sebesar satu satuan maka keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan akan menurun sebesar 0.014 dengan anggapan variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) dan kualitas layanan sistem informasi online (X_2) tetap.

Hasil koefisien regresi diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk perbankan (X_3) di Bank Mandiri Syariah lebih tinggi dibanding Bank Mandiri yaitu -0.014 > -0.075, sehingga keseluruhan kepuasan kualitas layanan internet perbankan lebih kuat di Bank Mandiri Syariah.

4.5.1 Uji F dan koefisien determinasi

Hasil uji F seperti pada table 4.4.1 diperoleh F_{hitung} sebesar 59.511 dengan sig 0.000 < 0.05 sebesar pada Bank Mandiri dan diperoleh F_{hitung} sebesar 30.396 dengan sig sebesar 0.000 < 0.05 pada Bank Mandiri Syariah, maka Ho ditolak atau Ha diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak pada kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kualitas layanan pelanggan online, kualitas layanan sistem informasi online, dan kualitas produk perbankan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

Sedangkan koefisien determinasi menunjukkan besarnya prosentase variasi dari variabel independen yang dapat dijelaskan oleh variabel – variabel dependen. Pada table 4.4.1 menunjukkan besarnya koefisien *Adjusted R Square* (*adj.* R^2) = 0.728 di Bank Mandiri dan sebesar 0.643 di Bank Mandiri Syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama – sama mempengaruhi variabel keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri sebesar 72.8 % dan sisanya sebesar 27.2 % dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri Syariah sebesar 64.3 % dipengaruhi oleh ketiga dimensi kualitas layanan dan sisanya sebesar 35.7 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

4.5.2 Uji t (secara parsial)

Uji t dikenal sebagai uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji secara parsial untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait digunakan uji t. Dengan membandingkan p value (sig-t) dengan taraf signifikasi 5%, dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

- Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

  Ho : b1= b2 = 0

  Artinya variabel bebas (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (Y).

  Ha : b1 ≠ b2 ≠0

Artinya variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (Y).

- Uji statistik yang digunakan adalah uji t.
- Kesimpulan

  Ho diterima apabila p value > 0,05

  Ho ditolak apabila p value < 0,05

a. Pengujian secara parsial pada variabel kualitas layanan pelanggan online

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan pelanggan online (X_1) terdapat probabilitas sebesar 0.040 < 0.05 di Bank Mandiri dan probabilitas sebesar 0.005 < 0.05 di Bank Mandiri Syariah. Nilai tersebut dapat membuktikan Ho ditolak yang berarti kualitas layanan pelanggan online berpengaruh secara signifikan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

b. Pengujian secara parsial pada variabel kualitas layanan sistem informasi online

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan sistem informasi online (X_2) terdapat probabilitas sebesar 0.001 < 0.05 di Bank Mandiri dan probabilitas sebesar 0.030 < 0.05 di Bank Mandiri Syariah. Nilai tersebut dapat membuktikan Ho ditolak yang berarti kualitas layanan sistem informasi online berpengaruh secara signifikan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

c. Pengujian secara parsial pada variabel kualitas layanan produk perbankan

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk perbankan (X_3) terdapat probabilitas sebesar 0.472 > 0.05 di Bank Mandiri dan probabilitas sebesar 0.902 > 0.05 di Bank Mandiri Syariah. Nilai tersebut dapat membuktikan Ho diterima yang berarti kualitas layanan produk perbankan tidak berpengaruh signifikan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

4.6 Pengujian Beda Rata – Rata Kualitas Layanan

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji *independent sampel t-test*. Metode uji perbedaan rata-rata (*independent sampel t-test*) merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan dalam penelitian komparatif. Pengujian perbedaan rata-rata bertujuan mempelajari perbedaan rata-rata variabel yang diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu kualitas layanan pelanggan online, kualitas layanan sistem informasi online, kualitas produk perbankan, dan keseluruhan kualitas layanan internet perbankan dari dua kelompok yaitu Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah. Hasil uji dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.5.1

Hasil Uji *Independent sample t - test*

Variabel	Bank	N	Mean	T	sig
Kualitas layanan pelanggan online	Bank Mandiri	50	3.97	-0.070	0.945
	Bank Mandiri Syariah	50	3.98		
Kualitas layanan sistem informasi online	Bank Mandiri	50	3.79	-1.276	0.205
	Bank Mandiri Syariah	50	3.97		
Kualitas produk perbankan	Bank Mandiri	50	4.38	3.990	0.000
	Bank Mandiri Syariah	50	3.86		
Keseluruhan kualitas layanan internet perbankan	Bank Mandiri	50	3.97	-0.322	0.748
	Bank Mandiri Syariah	50	4.01		

1. Kualitas Layanan Pelanggan Online antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah

Berdasarkan hasil uji, terdapat perbedaan nilai rata – rata (Mean) kualitas layanan pelanggan online yaitu 3.97 pada Bank Mandiri dan 3.98 dan Bank Mandiri Syariah, sehingga terdapat selisih rata – rata sebesar 0.01.

Nilai t_{hitung} adalah sebesar -0.070 dengan nilai sig yaitu 0.945 dimana nilai sig > 0.05 (0.945 >0.05). Hipotesis untuk kualitas layanan pelanggan online dalam penelitian ini adalah :

Ho_4 : Tidak terdapat perbedaan kualitas layanan pelanggan online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dengan Bank Mandiri Syariah

Ha_4 : Terdapat perbedaan kualitas layanan pelanggan online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dengan Bank Mandiri Syariah

Dengan ketentuan :

a. Jika signifikansi > 0.05 maka Ho diterima
b. Jika signifikansi < 0.05 maka Ho ditolak

Dari hasil uji tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig > 0.05 (0.945 > 0.05) maka Ho diterima atau Ha ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas layanan pelanggan online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

2. Kualitas Layanan Sistem Informasi Online antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah

Berdasarkan hasil uji, terdapat perbedaan nilai rata – rata (Mean) kualitas layanan sistem informasi online yaitu 3.79 pada Bank Mandiri dan 3.97 dan Bank Mandiri Syariah, sehingga terdapat selisih rata – rata sebesar 0.18.

Nilai t_{hitung} adalah sebesar -1.276 dengan nilai sig yaitu 0.205 dimana nilai sig > 0.05 (0.205 > 0.05). Hipotesis untuk kualitas layanan sistem informasi online dalam penelitian ini adalah :

Ho_5 : Tidak terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan sistem informasi online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dengan Bank

Ha_5 : Terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan sistem informasi online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dengan Bank

Dengan ketentuan :

a. Jika signifikansi > 0.05 maka Ho diterima
b. Jika signifikansi < 0.05 maka Ho ditolak

Dari hasil uji tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig > 0.05 (0.205 > 0.05) maka Ho diterima atau Ha ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan sistem informasi online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

3. Kualitas Layanan Produk Perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah

Berdasarkan hasil uji, terdapat perbedaan nilai rata – rata (Mean) kualitas layanan produk perbankan yaitu 4.38 pada Bank Mandiri dan 3.86 dan Bank Mandiri Syariah, sehingga terdapat selisih rata – rata sebesar 0.52.

Nilai t_{hitung} adalah sebesar 3.990 dengan nilai sig yaitu 0.000 dimana nilai sig < 0.05 (0.000 < 0.05). Hipotesis untuk kualitas layanan produk perbankan dalam penelitian ini adalah :

Ho_6 : Tidak terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan produk perbankan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dengan Bank Mandiri

Ha_6 : Terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan produk perbankan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dengan Bank Mandiri

Dengan ketentuan :

a. Jika signifikansi > 0.05 maka Ho diterima
b. Jika signifikansi < 0.05 maka Ho ditolak

Dari hasil uji tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig < 0.05 (0.000 < 0.05) maka Ho ditolak atau Ha diterima jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan produk perbankan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

4.7 Pembahasan dan Implikasi

Hasil analisis regresi linear berganda pada persamaan menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel kualitas layanan pelanggan online, dan kualitas layanan pelanggan online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, sedangkan variabel kualitas layanan produk

perbankan menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.

Hasil penelitian ini tidak terlalu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rod et al. (2008) yang meneliti tentang "*An examination of the relationship between service quality dimensions, overall internet banking service quality and customer satisfaction*" variabel dalam penelitiannya adalah keseluruhan kualitas layanan internet perbankan di Bank yang ada di Selandia Baru, yang menyimpulkan bahwa tiga dimensi kualitas tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dalam penelitian ini yang berpengaruh signifikan hanya variabel kualitas layanan pelanggan online dan kualitas layanan sistem informasi online sedangkan variabel kualitas layanan produk perbankan tidak berpengaruh signifikan.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel kualitas layanan pelanggan online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan pada Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah. Hal ini disebabkan karena Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah menyediakan layanan internet perbankan yang memiliki ketepatan layanan, waktu layanan, fasilitas saran, fasilitas pengaduan layanan, prosedur, fasilitas bahasa yang memuaskan bagi nasabah.

Pada variabel kualitas layanan sistem informasi online menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan pada Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah. Hal ini disebabkan karena Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah menyediakan layanan internet perbankan yang memiliki isi website, konten website, desain website, kemudahaan navigasi, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, kesesuaian informasi yang memuaskan bagi nasabah.

Pada variabel kualitas produk perbankan menunjukkan adanya pengaruh tidak signifikan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan pada Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah. Hal ini disebabkan karena Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah tidak menyediakan layanan internet perbankan yang memiliki kemudahan transaksi pembayaran, layanan tambahan pengisisan pulsa, layanan tambahan pemesanan hotel, layanan tambahan belanja online, jaminan layanan yang memuaskan bagi nasabah.

Ditinjau dari uji beda rata-rata menggunakan uji *independent t-test* pertama dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan pelanggan online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, kedua dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan sistem informasi online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah, dan ketiga dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan produk perbankan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan produk perbankan terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan, dan tidak terdapat perbedaan pengaruh kualitas layanan pelanggan online dan kualitas layanan sistem informasi online terhadap keseluruhan kualitas layanan internet perbankan antara Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah.