

**PERBANDINGAN KUALITAS SITUS *INTERNET BANKING*  
MENGUNAKAN WEBQUAL 4.0 MENURUT PERSEPSI  
PEMILIK TOKO ONLINE**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Informatika*



Disusun Oleh :

Nama : Ummina Charina Simbolon

No.Mahasiswa : 04 523 326

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2011**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**PERBANDINGAN KUALITAS SITUS *INTERNET BANKING***  
**MENGGUNAKAN WebQual 4.0 MENURUT PERSEPSI PEMILIK**  
**TOKO ONLINE**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**



Disusun oleh :

Nama : Ummina Chairina Simbolon

No. Mahasiswa : 04 523 326

Yogyakarta, Mei 2011

Telah Diterima Dan Disetujui Dengan Baik Oleh :

Dosen pembimbing

(Affan Mahtarami, S.Kom., M.Kom)

## LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

### PERBANDINGAN KUALITAS SITUS INTERNET BANKING MENGUNAKAN WebQual 4.0 MENURUT PERSEPSI PEMILIK TOKO ONLINE

#### TUGAS AKHIR

Disusun oleh:

Nama : **Ummina Chairina Simbolon**

No.Mahasiswa : 04 523 326

Telah Dipertahankan di Depan **Sidang Penguji** Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh **Gelar Sarjana** Teknik Informatika  
Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.  
Yogyakarta, Mei 2011

Tim Penguji

**Affan Mahtarami, S.Kom., M.Kom.**

Ketua

Anggota I

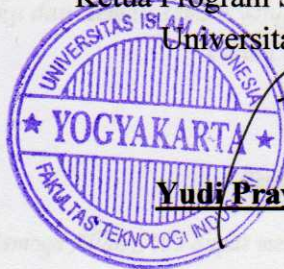
**Yudi Prayudi, S.Si, M.Kom**

Anggota II

**Hendrik, S.T., M.Eng.**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Informatika  
Universitas Islam Indonesia



**Yudi Prayudi, S.Si., M.Kom**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN HASIL TUGAS AKHIR

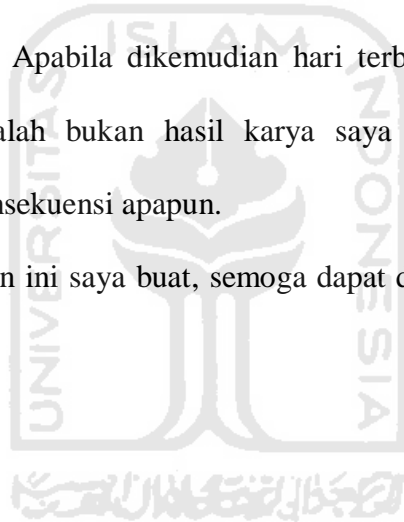
Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ummina Chairina Simbolon

No. Mahasiswa : 04 523 326

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya saya sendiri, maka saya siap menanggung resiko dan konsekuensi apapun.

Demikian pernyataan ini saya buat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, Mei 2011

( Ummina Chairina Simbolon )

## LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

### PERBANDINGAN KUALITAS SITUS *INTERNET BANKING* MENGUNAKAN WebQual 4.0 MENURUT PERSEPSI PEMILIK TOKO ONLINE

#### TUGAS AKHIR

Disusun oleh:

Nama : Ummina Chairina Simbolon

No.Mahasiswa : 04 523 326

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Informatika  
Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.  
Yogyakarta, Mei 2011

Tim Penguji

**Affan Mahtarami, S.Kom., M.Kom.**

Ketua

Anggota I

**Yudi Prayudi, S.Si, M.Kom**

Anggota II

**Hendrik, S.T., M.Eng.**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Informatika  
Universitas Islam Indonesia

**Yudi Prayudi,S.Si.M.Kom**

## PERSEMBAHAN



### Ayah dan Mama..

*Terima Kasih buat semuanya, buat kesabarannya, buat kepercayaannya, buat kebebasannya, buat semua-semuanya tanpa ada tuntutan dan paksaan yang menjadikan beban untuk mina.*

### Adik-adikku tercinta..

*Fyra Al-Syihka Simbolon, Mima Masitah Simbolon, Sri Hayati Simbolon, Windarmayanti Simbolon dan Zhumayanjeli Simbolon, Love You Sist..*

### Keluarga besar Simbolon

*Terima Kasih uda-udaku, inangudaku, sepupu-sepupuku yang terus bertanya "kakak, kapan kami ke jogja?"*

### Teman-teman seangkatan dan seperjuangan X-Ploit

*Sebuah kebanggaan bisa menjadi teman baik kalian semua. Dari kalian aku belajar yang tidak pernah aku pelajari di kuliah dan dari kalian cukup banyak pengalaman dan pelajaran hidup persahabatan kita.*

### Sahabat-sahabat aku di Medan

*Kunfatindah, Cici Hayati, Maimunah Hrp terima kasih buat kalian yang tidak bosannya setiap hari mensupport untuk menyelesaikan tugas akhir ku ini.*

*Dan terima kasih buat teman-teman yang selalu mengkritik aku, teman-teman yang terus menyemangatiku dan teman-teman yang mendoakan ku dari jauh supaya aku menyelesaikan kuliah dan tugas akhirku.*

*Terima Kasih banyak*

*Semoga Allah SWT dapat membalas semua kebaikan kalian. Amiiiiiin...*

## MOTTO

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (QS. Al-Insyroh : 6)*

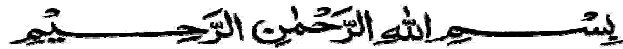
*...Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu (QS. Al-Baqoroh : 153)*

*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan*

*yang ada pada diri mereka sendiri (QS. Ar. Ra'd : 11)*



## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “***Perbandingan Kualitas Situs Internet banking Menggunakan WebQual 4.0 Menurut Persepsi Pemilik Toko***” ini dapat penulis selesaikan dengan baik.

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Teknik Informatika pada Universitas Islam Indonesia. Dan juga sebagai sarana untuk mempraktekkan secara langsung ilmu dan teori yang telah diperoleh selama menjalani masa studi di Jurusan Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Terselesaikannya tugas akhir ini tidak lepas dari peran dan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moral, ide, wacana, dan bentuk apapun yang dapat menenangkan dan meneguhkan hati untuk segera menyelesaikannya. Maka di kesempatan ini saya berusaha sedikit membalas kebaikan mereka dengan menuliskan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya ini kepada:

1. Allah SWT, Tuhan bagi seluruh alam yang melimpahkan rahmat dan karuniannya sehingga penulis selalu diberi kesehatan dan kemudahan selama pembuatan tugas akhir ini.
2. Kedua orangtua H.Ir. Sofyan Simbolon dan Ibu Hj. Muharti Lubis S.P.Ag dan seluruh Keluarga Simbolon yang tidak berhenti setiap harinya mendoakan dan memberi dukungan untuk menyelesaikan kuliah dan tugas akhir.
3. Prof. Dr. H. Edi Suandi Hamid, M.Ec, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.



4. Bapak Ir. Gumbolo HS,. M.Sc selaku Dekan Fakultas Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia..
5. Bapak Yudi Prayudi, S.Si., M.Kom, selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika.
6. Bapak Affan Mahtarami, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang sangat banyak memberikan pengarahan dan bimbingan, serta masukan dalam penulisan laporan selama pelaksanaan tugas akhir.
7. Semua pihak yang turut mendoakan dan menyemangati dalam pengerjaan Tugas Akhir.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekeliruan dan kekurangan. Untuk itu penulis menyampaikan permohonan maaf sebelumnya serta sangat diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 16 Mei 2011

Ummina Chairina Simblolon

## S A R I

Salah satu jasa layanan perbankan yaitu *internet banking* sudah menjadi kebutuhan individu yang memiliki mobilitas tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar kualitas *internet banking* dari persepsi pemilik toko online dengan menggunakan salah satu alat ukur kualitas web WebQual 4.0

Dalam penelitian ini responden adalah pemilik toko online yang menggunakan *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia sebagai sampel penelitian. Data yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari para responden melalui penyebaran kuesioner. Beberapa penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas instrument, Uji T (t-test) dan Uji F (F-test).

Hasil analisis tersebut adalah, profile responden pemilik toko online yang menggunakan internet banking, rata-rata bekerja sebagai wirausaha dengan rentang umur 21-25 tahun dan berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1) yang mayoritas berjenis kelamin Pria. Instrument kuesioner dikatakan valid dan reliabel, dari analisis Uji T dan Uji F, bahwasanya profil responden dan dimensi WebQual 4.0 saling mempengaruhi untuk kualitas *internet banking*. Persepsi pemilik toko online menggunakan *internet banking* dari Kesimpulan dari grafik responden untuk dimensi kegunaan item kuesioner BCA secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada Bank Mandiri. Untuk dimensi Kualitas Informasi, 70% dari item kuesioner BCA memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada Mandiri. Untuk dimensi Kualitas Interaksi item kuesioner BCA dan Bank Mandiri memiliki nilai rata-rata yang cukup seimbang. Dari dimensi secara keseluruhan, BCA memiliki perbedaan nilai rata-rata yang cukup tinggi dari rata-rata Bank Mandiri

Kata kunci : kualitas, *internet banking*, WebQual 4.0

## TAKARIR

<i>Internet banking</i>	: Fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet selama 24 jam 7 hari
<i>Mobile Banking</i>	: Fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Dengan fasilitas yang hampir sama dengan ATM
<i>ATM</i>	: Anjungan Tunai Mandiri
<i>Online Shop</i>	: Toko online
<i>WebQual</i>	: salah satu alat ukur kualitas sebuah portal
<i>Kegunaan</i>	: Kegunaan
<i>e-banking</i>	: elektronik banking, seperti <i>sms banking, mobile banking, internet banking</i> dan ATM
<i>dynamic password</i>	: sandi yang selalu berubah-ubah
<i>TOKEN</i>	: salah satu alat keamanan dari <i>internet banking</i>
<i>e-commerce</i>	: proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer
<i>customer service</i>	: kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan

<i>representasi</i>	kepada seseorang secara memuaskan : sesuatu yang merujuk pada proses yang realitas disampaikan dalam komunikasi
<i>homepage</i>	: halaman utama pada browser yang akan muncul setiap kali membuka website
<i>responden</i>	: penjawab pada penelitian
<i>corrected item – total correlation</i>	: tabel yang dipakai untuk mengetahui kevaliditasan sebuah item instrument
<i>cronbach alpha</i>	: tabel yang dipakai untuk mengetahui kereliabelan sebuah item instrument
<i>validitas</i>	: menentukan ketepatan suatu tes
<i>reliabilitas</i>	: ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran
<i>random sampling</i>	: individu dalam populasi yang mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel
<i>variabel independen</i>	: variabel yang menjadi sebab atau berubahnya variabel dependen
<i>variabel dependen</i>	: variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN HASIL TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
S A R I.....	ix
TAKARIR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1 <i>Internet banking</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pengertian <i>Internet banking</i> .....	7
2.1.2 Sejarah <i>Internet banking</i> .....	7
2.1.3 <i>Internet banking</i> di Indonesia.....	8

2.1.4	Keuntungan <i>Internet banking</i> .....	9
2.1.5	Keamanan <i>Internet banking</i> .....	10
2.2	Toko Online.....	11
2.2.1	Sejarah Toko Online .....	11
2.2.2	Toko Online di Indonesia.....	12
2.2.3	Keuntungan dan Kelemahan Toko Online.....	14
2.3	Teori Sampling .....	15
2.4.1	Teknik Sampling .....	16
2.4.1.1	Probability Sampling .....	16
2.4.1.2	Non Probabilty Sampel.....	18
2.4	WebQual 4.0.....	20
2.3.1	Pengertian WebQual 4.0 .....	20
2.3.2	Pengembangan WebQual.....	20
2.3.2.1	Metode SERVQUAL.....	22
2.3.2.2	Metode WebQual.....	23
2.5	Kualitas Website.....	31
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>		<b>35</b>
3.1	Studi Pendahuluan .....	35
3.2	Kriteria Responden .....	38
3.3	Pembuatan Kuesioner .....	39
3.4	Pengolahan Data.....	41
3.5	Penyajian Data.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Grafik Profil Responden .....	45
4.2	Data Responden.....	49
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas. ....	52

4.4	Analisis Uji T (t-test).....	54
4.5	Analisis Uji ANOVA.....	57
4.6	Grafik Responden untuk Dimensi WebQual 4.0.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....		64



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel data profil responden .....	50
Tabel 4.2 Validitas dan Reliabilitas Instrument .....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji T untuk Jenis Kelamin Responden Pemilik Toko Online .....	55
Tabel 4.4 Tabel Uji Anova Latar Belakang Pendidikan .....	57
Tabel 4.5 Tabel Uji Anova Latar Belakang Pekerjaan .....	58





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 QFD dan Perkembangan Website.....	21
Gambar 2.2 Perkembangan Pengukuran Perangkat Lunak.....	21
Gambar 2.3 Dimensi Kualitas dalam WebQual 3.0 .....	27
Gambar 2.4 Sumber Dimensi WebQual 4.0.....	29
Gambar 2.5 Deskripsi WebQual 4.0.....	30
Gambar 3.1 Tampilan Depan Bank MANDIRI ( <a href="http://www.bankmandiri.co.id/">http://www.bankmandiri.co.id/</a> ) ....	37
Gambar 3.2 Tampilan Depan Bank Central Asia ( <a href="http://www.klikbca.com/">http://www.klikbca.com/</a> ) .....	37
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Umur .....	46
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Barang Dagangan .....	48
Gambar 4.5 Grafik kegunaan .....	59
Gambar 4.6 Grafik kualitas informasi .....	60
Gambar 4.7 Grafik kualitas interaksi.....	60
Gambar 4.8 Grafik keseluruhan.....	61

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jasa pelayanan dengan menggunakan sebuah portal pada saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi individu yang memiliki mobilitas tinggi. Salah satu jasa yang banyak digunakan adalah jasa pelayanan di dalam dunia perbankan. Pelayanan elektronik dalam layanan perbankan tidak hanya ATM (*Automatic Teller Machine*), bahkan sekarang sudah ada *m-banking*, *sms banking*, *telepon banking* dan *internet banking*.

Untuk individu atau perusahaan yang sehari-harinya terkoneksi dengan jaringan internet, *internet banking* atau lebih dikenal dengan *iBanking* menjadi pilihan mereka untuk memudahkan segala transaksi tanpa harus mengantri ke bank tersebut. *Internet banking* dapat membantu nasabah dalam bertransaksi, seperti pengecekan saldo, transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan masih banyak lagi.

Seiring perkembangan teknologi yang sudah memfasilitasi kehidupan manusia sehari-hari, *internet banking* sangat membantu bagi perusahaan atau individu yang memiliki toko online. Sejak tahun 2000 hingga saat ini, toko online atau biasa

disebut dengan *online shop*, sudah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat Indonesia untuk berbelanja tanpa harus ke tokonya langsung.

*Online shop* pada saat ini bisa digolongkan cukup menguntungkan, bagi pihak para penjual dan pembeli. Bagi penjual, hanya meletakkan foto-foto barang yang ingin ia jual di website tokonya kemudian memberikan keterangan, detail harga dan prosedur pemesanan. Bagi para pembeli, cukup menggunakan komputer/laptop dengan jaringan internet sudah bisa berbelanja di online shop tersebut.

Dalam penggunaan layanan *internet banking* sebagai sebuah portal yang dapat memudahkan kinerja pemilik toko online, kualitas dari *internet banking* tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan penggunanya untuk menggunakan fasilitas jasa layanan perbankan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi penilaian kualitas *internet banking*. Latar belakang pemilik toko online, seperti jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas *internet banking*

Salah satu alat untuk mengukur kualitas dari portal *internet banking* ini adalah WebQual 4.0. Pengukuran yang dipakai untuk mengukur dan menghitung kualitas portal berdasarkan pada 4 instrument penelitian yaitu, Kegunaan (*Kegunaan*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) dan Kesan secara keseluruhan (*Overall Impression*)

Dari latar belakang inilah, penulis bermaksud untuk melakukan studi kasus dalam meneliti seberapa besar pengaruh persepsi pemilik toko online terhadap kualitas portal *internet banking* dengan menggunakan salah satu alat ukur yaitu

WebQual 4.0. Diharapkan studi tersebut mampu memberikan informasi kepada para nasabah, bahwasanya sebuah layanan jasa perbankan *internet banking* untuk pemilik toko online sangat cukup memberikan keefisienan kinerja.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masalah yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut :

- Bagaimana kualitas portal *internet banking*
- Bagaimana persepsi pemilik toko online terhadap *internet banking*
- Apakah profil responden memiliki pengaruh terhadap dimensi WebQual 4.0 untuk mengukur kualitas *internet banking*.

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian kualitas situs *internet banking* ini adalah:

- *Internet banking* yang dibandingkan Bank MANDIRI dan Bank Central Asia (BCA)
- Respondennya sebanyak 30 orang
- Respondennya pemilik toko online yang menggunakan kedua bank tersebut.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- Mengukur kualitas *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia (BCA) dengan menggunakan WebQual 4.0 yang dilihat dari sudut pandang pemilik toko online
- Mengetahui pengaruh profil pemilik toko online terhadap dimensi WebQual 4.0 untuk mengukur kualitas *internet banking*.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- Mengetahui persepsi pemilik toko online tentang kualitas *internet banking* dari kedua bank tersebut
- Membandingkan kualitas portal *internet banking* kedua bank tersebut dari sisi pemilik toko online
- Memberikan informasi kepada masyarakat Indonesia tentang kualitas *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia

#### 1.6 Metode Penelitian

- Melakukan survey ke toko online dan portal *internet banking*
- Membuat kuesioner yang dikembangkan sebagai instrument utama penelitian berdasarkan WebQual 4.0

- Mengolah data dari kuesioner tersebut kedalam beberapa analisis
- Menyajikan data-data tersebut dengan tampilan tabel dan grafik
- Menyimpulkan studi kualitas portal *internet banking* kedua bank tersebut

### 1.7 Sistematika Penulisan

- Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pembahasan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

- Bab II LANDASAN TEORI

Landasan teori membahas tentang dasar teori yang dipakai dalam studi ini dan berfungsi sebagai sumber atau alat dalam memahami permasalahan yang berkaitan dengan studi kualitas situs *internet banking* menggunakan WebQual 4.0

- Bab III METODOLOGI

Pada bab ini membahas tentang langkah-langkah penyelesaian studi kualitas situs *internet banking*. Langkah penyelesaiannya mulai dari mengunjungi portal *internet banking* yang menjadi objek penelitian, kemudian menyebarkan kuesioner sebagai variabel dari penelitian dan pengolahan data dalam menganalisis kualitas *internet banking* menggunakan WebQual 4.0

- Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas bagaimana hasil analisis dari studi kualitas situs *internet banking* menggunakan WebQual 4.0 kemudian menyimpulkan kualitas situs *internet banking* tersebut

- Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir memuat kesimpulan-kesimpulan yang merupakan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan beberapa saran untuk pengembangan penelitian tugas akhir ini



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### ***2.1 Internet banking***

##### ***2.1.1 Pengertian Internet banking***

*Internet banking* adalah sebuah jasa layanan perbankan yang digunakan sebagai media untuk melakukan transaksi menggunakan jaringan internet. *Internet banking* juga sebuah proses pemindahan transaksi perbankan dari yang sifatnya konvensional menjadi digital. Transaksi konvensional adalah sebuah transaksi yang memerlukan interaksi secara langsung antara nasabah dan petugas bank. Sedangkan transaksi digital, tidak memerlukan interaksi fisik dan komunikasi yang terjalin melalui komunikasi tertulis dengan perantara internet. *Internet banking* atau yang lebih dikenal dengan *iBanking*, dalam penggunaannya belum sebanyak transaksi seperti ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Meski kedua jenis layanan itu sama, yaitu menggantikan peran manusia dengan mesin sebagai pelayanan nasabah [ANN06]

##### ***2.1.2 Sejarah Internet banking***

*Internet banking* telah ada di dunia sejak tahun 1994. Stanford Federal Credit Union merupakan lembaga keuangan pertama di dunia yang menggunakan *internet banking* melalui situsnya yang dirilis pada Oktober 1994. Seiring perkembangan



internet, *internet banking* mulai menjadi primadona di kalangan nasabah bank setelah ATM dan *phone banking*. Kemudahan bertransaksi dengan fitur yang lengkap tanpa harus keluar dari rumah, merupakan kelebihan *internet banking* yang tidak dapat ditandingi oleh teknologi *e-banking* lainnya.

Layanan *internet banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui internet, khususnya melalui situs web. Lewat sarana ini, setiap orang dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana, pembelian voucher telepon seluler, hingga pembayaran tagihan rekening listrik, telepon, dan air. Teknologi ini merupakan jawaban atas tantangan masyarakat dunia modern yang menginginkan gaya hidup yang semakin mudah, cepat, andal, nyaman, dan murah.

### **2.1.3 *Internet banking* di Indonesia**

Di Indonesia sendiri, baru beberapa tahun belakangan ini *internet banking* ramai digunakan para nasabah. Aplikasi *internet banking* ini pun, hanya beberapa bank ternama yang menggunakannya sebagai pengganti transaksi secara internet. Ini berkaitan dengan keamanan para nasabah yang tentunya menjadi pertimbangan besar dalam melakukan aktifitas perbankan dalam situs web yang disarankan

Tahun 2001 Bank Central Asia (BCA) merupakan bank di Indonesia yang berani mengoperasikan elektronik banking melalui situs [www.klikbca.com](http://www.klikbca.com). Beberapa

bank ternama di Indonesia yang sudah memiliki *internet banking* menurut tahun pembuatannya ialah :

1. 1998 Sep, Bank Internasional Indonesia <https://www.bankbii.com/>
2. 2000, Bank Niaga <https://secure.bank2home.com/ib-niaga/Login.html>
3. 2001, Bank Bukopin <https://secure.bank2home.com/appbukopin/login.jsp>
4. 2001, Bank Sentral Asia (BCA) <https://ibank.klikbca.com/>
5. 2003, Bank Mandiri <https://ib.bankmandiri.co.id/>
6. 2005, Bank PermataNet <https://www.permatanet.com>
7. 2006, Bank Permata e-Business <https://www.permatae-business.com/>
8. 2007, Bank Negara Indonesia <https://ibank.bni.co.id/>
9. 2008, Bank Danamon Indonesia <https://www.danamonline.com>

#### **2.1.4 Keuntungan *Internet banking***

*Internet banking* memiliki keuntungan yang besar daripada resikonya. Apabila sebuah bank tidak melakukan *internet banking*, maka ia mengambil resiko untuk tidak berpartisipasi dalam pasar perbankan pada saat sekarang. Adapun keuntungan dari *internet banking* [RAH01] ialah :

1. *Business Expansion*, mempermudah akses transaksi darimana saja diseluruh Indonesia dan bahkan dari seluruh dunia karena menghilangkan batas ruang dan waktu layanan perbankan

2. *Customer Loyalty*. Nasabah, khususnya yang memiliki mobilitas tinggi, akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankan tanpa harus membuka akun di bank yang berbeda di berbagai tempat
3. *Revenue and Cost Improvement*. Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui *internet banking* dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang
4. *Competitive Advantage*. Bank yang tidak memiliki mesin ATM akan sukar berkompetisi dengan bank yang memiliki banyak mesin ATM. Bank yang memiliki *internet banking* akan mendapatkan keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki *internet banking*.
5. *New Business Model*. *Internet banking* memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat.

#### **2.1.5 Keamanan *Internet banking***

Untuk sekarang ini, beberapa bank ternama menghilangkan kekhawatiran para nasabah untuk transaksi melalui *internet banking*, dengan sistem keamanan yang berlapis dalam menjaga kerahasiaan data transaksi. Fasilitas TOKEN PIN cukup meningkatkan kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi finansial *internet banking*.

TOKEN PIN ini berfungsi untuk mengeluarkan *dinamyc password* (PIN Dinamis), yaitu PIN yang selalu berubah dan hanya dapat digunakan satu kali untuk setiap transaksi finansial yang dilakukan. PIN Dinamis tersebut digunakan sebagai otentikasi transaksi pada saat nasabah melakukan transaksi melalui *internet banking*. Sedangkan untuk login ke dalam sistem *internet banking*, nasabah cukup menggunakan USER ID dan PIN *Internet banking* yang dibuat pada saat nasabah mendaftarkan diri sebagai pengguna.

Pemakaian Token PIN jelas menguntungkan karena PIN selalu berganti setiap bertransaksi sehingga sukar dilacak oleh orang lain. Ditambah lagi token PIN ini unik bagi setiap nomor rekening dan tidak bisa digunakan pada rekening lain. Untuk mendapatkan TOKEN PIN ini, nasabah harus membayar biaya administrasi kepemilikan TOKEN PIN.

## **2.2 Toko Online**

### **2.2.1 Sejarah Toko Online**

Dikutip dari sebuah website tentang sejarah toko online Pizza Hut merupakan toko online pertama yang menyediakan fasilitas pemesanan online atau pengiriman kerumah untuk testing pada tahun 1994 di Santa Cruz, California. Berlanjut pada tahun 1995, Amazon muncul sebagai toko buku online. Belakangan perusahaan tersebut menyadari barang lainnya juga memiliki permintaan yang tinggi, akhirnya mengadakan perluasan dengan menjual berbagai komoditas. Sekarang perusahaan ini

sudah memiliki 20.700 karyawan dengan keuntungan net US\$902 juta pertahun[XIO10].

Awal tahun 1990-an komersialisasi di internet mulai berkembang pesat mencapai jutaan pelanggan, maka muncullah istilah baru *electronic commerce* atau lebih dikenal *e-commerce*. Riset center *e-commerce* di Texas University menganalisa 2000 perusahaan yang online di internet, sektor yang tumbuh paling cepat adalah *e-commerce*, naik sampai 72% dari \$99,8 Milyar menjadi \$171,5 Milyar. Di tahun 2006 pendapatan di Internet telah mencapai angka triliunan dollar[WAH09].

### 2.2.2 Toko Online di Indonesia

Perkembangan Toko Online di Indonesia dapat dikatakan cukup mengimbangi toko online di negara lain yang sudah ada lama. Beberapa faktor yang sangat mendukung toko online sangat berpotensi di Indonesia adalah :

1. Akses internet sekarang ini yang cukup murah sehingga rata-rata masyarakat Indonesia dapat menggunakannya
2. Dukungan dari sektor perbankan seperti *internet banking* dan elektronik banking lainnya dapat mempercepat proses transaksi
3. Semakin mudah dan murah membangun sebuah *e-commerce*. Bahkan di website jejaring sosial seperti facebook pun sudah memberikan fasilitas untuk

toko online. Tidak hanya facebook, twitter juga dijadikan sebagai toko online dengan 140 karakternya.

4. Biaya web hosting yang sekarang cukup murah dan beberapa aplikasi open source membantu dalam membangun sebuah *e-commerce*.

Bagi para netter di Indonesia pasti kenal dengan sebuah forum komunitas dunia maya yang cukup terkenal yaitu KASKUS dengan alamat website [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us). Forum ini bukan sekedar forum biasa, karena dengan forum jual belinya salah satu faktor *e-commerce* di Indonesia menjadi berkembang sangat pesat. FJB sebutan yang sering dipakai untuk Forum Jual Beli KASKUS, memiliki peminat yang cukup tinggi baik para penjual dan pembelinya. Barang dan Jasa yang ditawarkan oleh FJB KASKUS ini dapat dikatakan cukup lengkap, mulai dari *gadget, clothing, aksesoris, otomotif, flora dan fauna, komputer* dan masih banyak lagi.

Beberapa toko online yang terkenal di Indonesia :

1. Forum Jual Beli KASKUS ([www.kaskus.us](http://www.kaskus.us)).
2. Plasa.com ([www.plasa.com](http://www.plasa.com)).
3. Dunia Sport (<http://www.dunia-sports.com/>)
4. Toko Bagus (<http://www.tokobagus.com/>)
5. Fokus Nusantara (<http://focusnusantara.com/>)
6. Bhinneka.com (<http://bhinneka.com/>)

### 2.2.3 Keuntungan dan Kelemahan Toko Online

Keuntungan Toko Online bagi konsumen adalah [SUR04] :

1. Keuntungan yang terbesar bagi konsumen adalah melakukan bisnis secara *online* dengan mudah. Seorang pembeli di internet dapat menggunakan komputer pribadinya pagi atau malam selama 7 hari per minggu untuk membeli hampir semua barang. Seorang konsumen tidak perlu mengantri di toko atau bahkan meninggalkan rumahnya.
2. Beberapa perusahaan *e-commerce* telah membuat proses ini lebih mudah. Beberapa toko *online* menyimpan informasi kartu kredit pembelinya di server mereka, sehingga informasi yang dibutuhkan hanya dimasukkan sekali saja. Beberapa bisnis *online* bahkan tidak mengirimkan produk-produknya ke pelanggan melalui pos, khususnya yang menjual *software* komputer. Sebagai contoh : [beyon.com](http://beyon.com) mengizinkan para pelanggannya untuk men-*download software* yang dibelinya langsung ke komputer mereka.
3. Pengurangan biaya. Perusahaan yang menjual saham secara *online*, seperti [www.etrade.com](http://www.etrade.com) membebaskan biaya hanya sekitar \$ 10 per perdagangan, yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan membeli saham tersebut melalui perantara saham tradisional.

Keuntungannya toko online bagi bisnis adalah[SUR04] :

1. Perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan.
2. *e-commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang melakukan bisnis di internet akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer service*), jika dibandingkan dengan jenis bisnis tradisional

Kerugian dari toko online, adalah :

1. Meningkatkan Individualisme, karena berinteraksi dengan penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka akibatnya menjadi kurang silaturahmi.
2. Tidak jarang menimbulkan kekecewaan, karena bisa terjadi barang yang kita lihat di layar monitor terkadang tidak sesuai dengan apa yang dilihat.

### 2.3 Teori Sampling

Teknik sampling dan perencanaan metode penelitian yang tepat menunjukkan sampel yang dapat mewakili populasi penelitian dan menentukan kehandalan pada hasil penelitian yang dilakukan. Banyak teknik sampling yang dapat digunakan untuk



menghitung besar sampel dengan tujuan generalisasi ke populasi dan juga terdapat beberapa perangkat lunak untuk menghitung besar sampel.

Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Dengan kata lain, sampel merupakan sebagian atau yang bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi[ANO10].

Untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan para ahli. Secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum adalah 100[ANO10].

#### **2.4.1 Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang secara umum terbagi dua yaitu probability sampling dan non probability sampling[ANO10].

##### **2.4.1.1 Probability Sampling**

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Teknik ini

meliputi simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, dan cluster sampling.

1. Simple random sampling

Teknik ini adalah teknik yang paling sederhana (simple). Sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi.

2. Proportionate Stratified Random Sampling

Teknik ini hampir sama dengan simple random sampling namun penentuan sampelnya memperhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi.

3. Disproportionate Stratified Random Sampling

Disproportional stratified random sampling adalah teknik yang hampir mirip dengan proportionate stratified random sampling dalam hal heterogenitas populasi. Namun, ketidakproporsionalan penentuan *sampel* didasarkan pada pertimbangan jika anggota populasi berstrata namun kurang proporsional pembagiannya.

4. Cluster Sampling

Cluster sampling atau sampling area digunakan jika sumber data atau populasi sangat luas misalnya penduduk suatu propinsi, kabupaten, atau karyawan perusahaan yang tersebar di seluruh provinsi. Untuk menentukan mana yang dijadikan sampelnya, maka wilayah populasi

terlebih dahulu ditetapkan secara random, dan menentukan jumlah *sampel* yang digunakan pada masing-masing daerah tersebut dengan menggunakan teknik proporsional stratified random sampling mengingat jumlahnya yang bisa saja berbeda.

#### **2.4.1.2 Non Probability Sampel**

Non Probability artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Teknik-teknik yang termasuk ke dalam Non Probability ini antara lain : Sampling Sistematis, Sampling Kuota, Sampling Insidental, Sampling Purposive, Sampling Jenuh, dan Snowball Sampling.

1. Sampling Sistematis

Teknik sampling yang menggunakan nomor urut dari populasi baik yang berdasarkan nomor yang ditetapkan sendiri oleh peneliti maupun nomor identitas tertentu, ruang dengan urutan yang seragam atau pertimbangan sistematis lainnya

2. Sampling Kuota

Teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang memiliki ciri tertentu sampai jumlah kuota (jatah) yang diinginkan.

3. Sampling Insidental

Insidental merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap

cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan kemudian akan dijadikan sampel.

#### 4. Sampling Purposive

Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Ada dua macam sampling purposive, yaitu:

- a. Judgment Sampling, sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya.
- b. Quota Sampling, teknik sampel ini adalah bentuk dari sampel distratifikasikan secara proposional, namun tidak dipilih secara acak melainkan secara kebetulan saja.

#### 5. Sampling Jenuh

Sampling jenuh adalah sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100.

#### 6. Snowball Sampling

Snowball sampling adalah teknik penentuan jumlah sampel yang semula kecil kemudian terus membesar.

## 2.4 WebQual 4.0

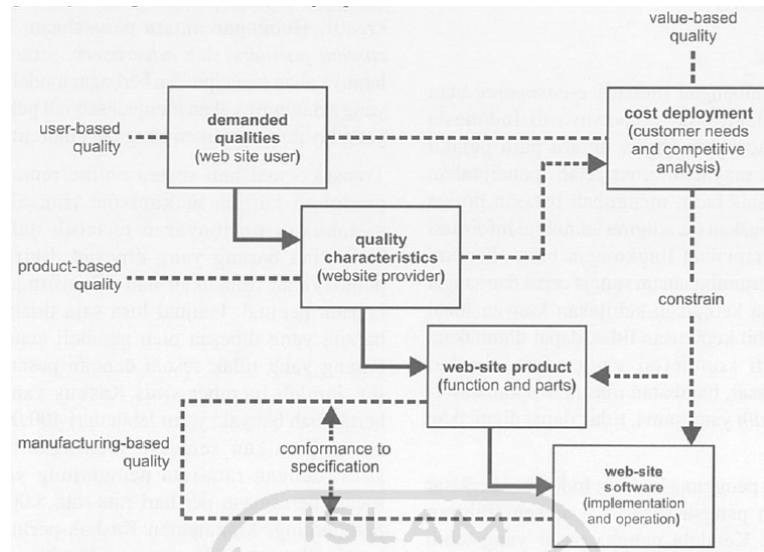
### 2.3.1 Pengertian WebQual 4.0

WebQual 4.0 merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Website yang bermutu dari perspektif pengguna dapat dilihat dari tingkat persepsi layanan aktual yang tinggi dan kesenjangan persepsi aktual dengan ideal yang rendah.

Menurut Slabey, definisi WebQual adalah “*proses yang terstruktur dan disiplin, menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk, jasa dan implementasi*” [HER09]

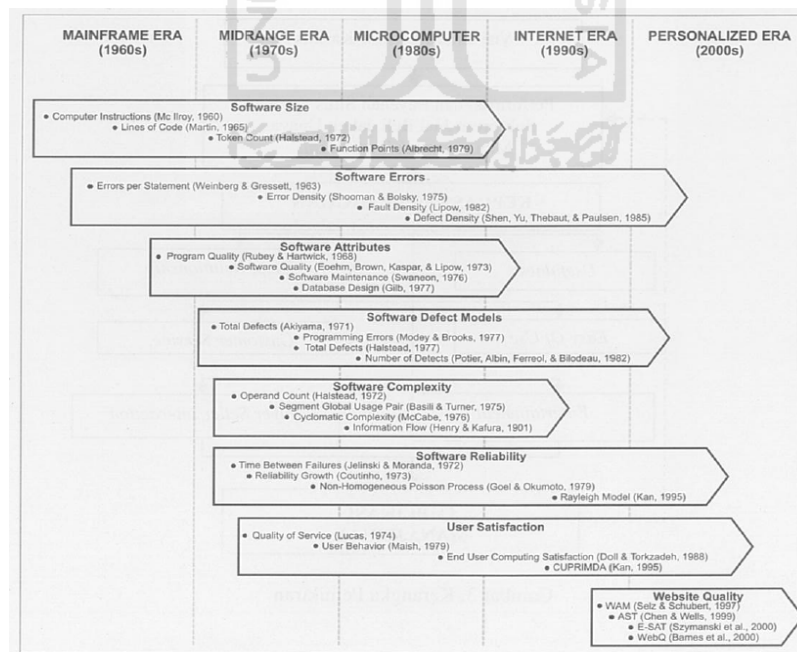
### 2.3.2 Pengembangan WebQual

WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Dilihat dari Gambar 2.1, instrument penelitian pada WebQual tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD), yang bermakna : “ *terstruktur dan proses disiplin yang memberikan makna untuk mengidentifikasi dan membawa suara customer melalui tiap-tiap tahap dari produk dan atau pengembangan pelayanan dan penerepannya* (Slabey,1990) ”.



Gambar 2.1 QFD dan Perkembangan Website

Sejarah singkat tentang perkembangan pengukuran perangkat lunak (*software quality measurement*) dapat dilihat dari Gambar 2.2 [SAH10].



Gambar 2.2 Perkembangan Pengukuran Perangkat Lunak

### 2.3.2.1 Metode SERVQUAL

Metode SERVQUAL dikembangkan oleh Berry, Zeithami dan Parasuraman (1990). Dimana harapan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan mempunyai hubungan yang dapat di ukur dari kualitas pelayanannya, kepuasan pelanggan yang dihitung dengan membandingkan prediksi dan persepsi dari pelanggan.

Tujuan dari penggunaan dimensi servqual dalam pengukuran kesenjangan adalah untuk melakukan program perbaikan dalam pengendalian jasa layanan yang digunakan sebagai alternative usulan dalam perbaikan kualitas jasa yang berorientasi terhadap kepuasan pelanggan, sebagai salah satu strategi perusahaan dalam memberdayakan *Total Quality Service*[CAT10]

Dalam kuesioner yang disebar nantinya akan terdapat penilaian pelanggan terhadap dua bagian penting yaitu:

1. Bagian Ekspektasi, yang memuat pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui dengan pasti harapan umum (ekspektasi) dari konsumen terhadap sebuah jasa.
2. Bagian Persepsi, yang memuat pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur pandangan konsumen terhadap perusahaan dengan kategori tertentu.

Adapun kriteria kelima dimensi kualitas dari model SERVQUAL tersebut adalah:

1. **Tangibles**, penampakan dari fasilitas fisik, peralatan, personel, dan sarana komunikasi
2. **Reliability**, kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara konsisten, memuaskan, dan akurat
3. **Responsiveness**, keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan jasa tepat waktu
4. **Assurance** (termasuk *competence*, *curtecy*, *credibility*, dan *security*). Kompetensi dari sistem dan kredibilitas dalam menyediakan jasa secara sopan dan aman
5. **Emphaty** (termasuk *accessability*, *communication*, dan *understanding knowing the customer*). Suatu pendekatan, kemudahan untuk mengakses, kemudahan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

#### 2.3.2.2 Metode WebQual

Metode WebQual merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang disusun oleh Parasuraman. WebQual dapat digunakan untuk menganalisis kualitas beberapa website, baik website internal perusahaan (intranet) maupun website eksternal. Metode kualitas website atau WebQual tersebut pertama kali digunakan



pada portal sekolah bisnis berdasarkan faktor-faktor kemudahan pengguna, pengalaman, informasi dan komunikasi [CAT10].

Website yang bermutu dari perspektif pengguna dapat dilihat dari tingkat persepsi layanan aktual yang tinggi dan kesenjangan persepsi aktual dengan ideal yang rendah. WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan butir-butir pertanyaannya.

Penerapan QFD dimulai dengan melihat persepsi. Kualitas ini kemudian diberikan kembali kepada pelanggan dan membentuk dasar evaluasi kualitas sebuah produk atau jasa. Dalam konteks WebQual, pengguna situs web diminta untuk menargetkan tingkat sebuah situs terhadap masing-masing kualitas dengan menggunakan skala 5 poin. Pengguna juga diminta untuk menilai masing-masing kualitas dengan menggunakan skala 5 poin untuk membantu mendapatkan pemahaman tentang kualitas sebuah web dari persepsi pengguna. Meskipun kualitas di WebQual bersifat subyektif ada sejumlah besar analisis data menggunakan teknik kuantitatif, misalnya, untuk melakukan tes keandalan instrumen WebQual.

Berikut ini pengembangan WebQual dari 1.0, 2.0, 3.0 dan 4.0 [BAR00], sebagai berikut :

## 1. WebQual 1.0 Kualitas Informasi

Versi pertama dari instrumen WebQual (WebQual 1.0) dikembangkan sebagian dari hasil diselenggarakannya karya yang berkualitas dengan meminta siswa untuk mempertimbangkan kualitas dari sebuah situs web sekolah bisnis yang sangat baik. Karya yang berkualitas tersebut dilengkapi dengan tinjauan terhadap Kualitas Pelayanan Informasi dan literatur di situs web evaluasi.

Instrumen WebQual disaring melalui proses perbaikan iteratif dengan menggunakan kuesioner percobaan sebelum dibebaskan untuk populasi yang lebih besar. 24 instrument pertanyaan diuji oleh aplikasi dalam website sekolah bisnis Inggris. Setelah praktek standar dalam QFD, responden diminta untuk menilai setiap website sekolah bisnis dalam hal kualitas dan 24 instrument tersebut menunjukkan betapa pentingnya kualitas masing-masing website.

Analisis data yang dikumpulkan menyebabkan penghapusan satu pertanyaan. Berdasarkan analisis kehandalan, ada 23 pertanyaan yang dikelompokkan ke dalam empat dimensi utama: kemudahan penggunaan, pengalaman, informasi, dan komunikasi dan integrasi.

## 2. WebQual 2.0 Kualitas Interaksi

Kualitas identifikasi dalam WebQual 1.0 membentuk titik awal untuk menilai kualitas situs web informasi di WebQual 2.0. Namun, dalam menerapkan WebQual ke situs web B2C menjadi jelas bahwa perspektif interaksi kualitas sebagian besar hilang dari WebQual 1.0. Pada kualitas layanan, terutama SERVQUAL, digunakan untuk meningkatkan aspek kualitas informasi WebQual dengan kualitas interaksi. Kualitas pelayanan umumnya ditentukan oleh seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan. Biasanya, kualitas layanan diterapkan untuk pelayanan perbaikan alat misalnya, perbankan, kedokteran gigi dan akuntansi, namun SERVQUAL juga telah diterapkan pada *department store*. Ada elemen layanan yang terlibat dalam pengiriman dari setiap produk, apakah itu tidak berwujud (seperti membuka rekening atau kartu kredit baru) atau nyata (seperti membeli buku).

Pengembangan WebQual 2.0 diperlukan beberapa perubahan yang signifikan terhadap instrumen WebQual 1.0. Dalam rangka memperluas model untuk kualitas interaksi, dilakukan analisis terhadap instrumen SERVQUAL dalam konteks situs web EC dan membuat perbandingan secara rinci tentang SERVQUAL dan WebQual 1.0. Review ini memungkinkan pertanyaan menjadi berlebihan dan tumpang tindih. Pertanyaan yang tumpang

tindih akan dihapus dengan hasil sebagian besar pertanyaan-pertanyaan kunci dalam SERVQUAL tergabung dalam WebQual 2.0.

Alat ini kemudian diuji dalam domain toko-toko buku online, dengan cara siswa diminta untuk mengevaluasi Amazon, Blackwells, dan Internet Bookshop. Melihat tingkat interaktivitas yang tinggi, karena siswa University of Bath banyak membeli buku melalui internet.

### 3. WebQual 3.0 Pandangan yang terintegrasi dari kualitas website

Sementara WebQual 1.0 kuat pada kualitas informasi, tetapi kurang kuat pada interaksi. Demikian pula WebQual 2.0 menekankan kualitas interaksi itu kehilangan beberapa kekayaan kualitas informasi dari WebQual 1.0. Dalam peninjauan instrument ditemukan bahwa semua kualitas dapat dikategorikan ke dalam tiga wilayah yang berbeda yang dapat dilihat pada Gambar 2.3.

<i>Quality dimension</i>	<i>Indicative content</i>
Web information quality	Accurate, timely, reliable information
Web interaction quality	Good reputation; safe to transact; personal data security; will deliver as promised
Site design quality	Easy to navigate; attractive appearance; projects a sense of competency

**Gambar 2.3** Dimensi Kualitas dalam WebQual 3.0

Untuk menguji instrumen WebQual 3.0 diputuskan untuk menggunakan domain lelang online. Selanjutnya, domain ini adalah domain yang mendapatkan akses langsung untuk melakukan transaksi – jual beli barang di lelang dalam rangka untuk memiliki tingkat tinggi interaktivitas antara pengguna dan pengguna situs web.

#### 4. WebQual 4.0

Konsep yang paling menarik dari penilaian penelitian WebQual yang telah dikembangkan sampai versi 4.0 ini menunjukkan tidak berfokus hanya pada bidang sistem informasi saja, tetapi juga menentukan dalam menilai kualitas website. Gambar 2.4 menunjukkan bahwa WebQual 4.0 merupakan sumber dimensi dari sumber daya manusia yang berhubungan dengan penelitian sistem informasi. Berarti pengembangan WebQual 4.0 berasal dari fondasi yang kuat lebih dari penilaian sistem informasi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman atau model *User Satisfaction* oleh Bailey [TAR08].

Table 2: The provenance of WEBQUAL 4.0

Category	WebQual 4.0 Questions	Illustrative Support for Questions
Usability	1. I find the site easy to learn to operate	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Davis et al. 1989 <sup>2</sup> , Davis 1989 <sup>2</sup> , 1993 <sup>1</sup> , Venkatesh and Davis 2000 <sup>2</sup>
	2. My interaction with the site is clear and understandable	Davis et al. 1989 <sup>2</sup> , Davis 1989 <sup>2</sup> , 1993 <sup>1</sup> , Shneiderman 1998 <sup>2</sup> , Venkatesh and Davis 2000 <sup>2</sup>
	3. I find the site easy to navigate	Eichlaney 1997 <sup>2</sup> , Levi and Conrad 1996 <sup>1</sup> , Nielsen 1999 <sup>1</sup> , 2000a <sup>2</sup> , Spool 1999 <sup>2</sup>
	4. I find the site easy to use	Davis et al. 1989 <sup>2</sup> , Davis 1989 <sup>2</sup> , 1993 <sup>1</sup> , Venkatesh and Davis 2000 <sup>2</sup> , Nielsen 1993 <sup>2</sup> , 1999 <sup>2</sup> , 2000a <sup>2</sup>
	5. The site has an attractive appearance	Nielsen 2000a <sup>2</sup> , Parasuraman et al. 1988 <sup>1</sup> , 1991 <sup>2</sup> , Pitt et al. 1995 <sup>2</sup> , 1997 <sup>2</sup>
	6. The design is appropriate to the type of site	From WebQual workshops; no strong support, but tangential to research on customer expectations of appearance, e.g. Zeithaml et al. 1990
	7. The site conveys a sense of competency	Parasuraman et al. 1988 <sup>1</sup> , 1991 <sup>2</sup> , Pitt et al. 1995 <sup>2</sup> , 1997 <sup>2</sup> , Zeithaml et al. 1988 <sup>1</sup> , 1990 <sup>2</sup> , 1993 <sup>2</sup>
	8. The site creates a positive experience for me	Eichlaney 1997 <sup>2</sup> , Moon and Kim 2001 <sup>2</sup> , Nielsen 2000a <sup>2</sup> , White and Manning 1998 <sup>2</sup>
Information	9. Provides accurate information	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Strong et al. 1997 <sup>2</sup> , Wang 1998 <sup>2</sup> , Wang and Strong 1996 <sup>1</sup> , Wand and Wang 1996 <sup>2</sup>
	10. Provides believable information	Strong et al. 1997 <sup>2</sup> , Wang 1998 <sup>2</sup> , Wang and Strong 1996 <sup>1</sup> , Wand and Wang 1996 <sup>2</sup>
	11. Provides timely information	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Strong et al. 1997 <sup>2</sup> , Wang 1998 <sup>2</sup> , Wang and Strong 1996 <sup>1</sup> , Wand and Wang 1996 <sup>2</sup>
	12. Provides relevant information	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Strong et al. 1997 <sup>2</sup> , Wang 1998 <sup>2</sup> , Wang and Strong 1996 <sup>1</sup> , Wand and Wang 1996 <sup>2</sup>
	13. Provides easy to understand information	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Strong et al. 1997 <sup>2</sup> , Wang 1998 <sup>2</sup> , Wang and Strong 1996 <sup>1</sup> , Wand and Wang 1996 <sup>2</sup>
	14. Provides information at the right level of detail	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Strong et al. 1997 <sup>2</sup> , Wang 1998 <sup>2</sup> , Wang and Strong 1996 <sup>1</sup> , Wand and Wang 1996 <sup>2</sup>
	15. Presents the information in an appropriate format	Bailey and Pearson 1983 <sup>1</sup> , Chau et al. 2000 <sup>2</sup> , DeLone and McLean, 1992 <sup>2</sup>
Service Interaction	16. Has a good reputation	Aaker 1991 <sup>2</sup> , Aaker and Joachimsthaler 2000 <sup>2</sup> , Aksby and Moturoe 1957 <sup>2</sup> , Cunningham 1966 <sup>1</sup> , Nielsen 1999 <sup>2</sup>
	17. It feels safe to complete transactions	Parasuraman et al. 1988 <sup>1</sup> , 1991 <sup>2</sup> , Pitt et al. 1995 <sup>2</sup> , 1997 <sup>2</sup> , Zeithaml et al. 1988 <sup>1</sup> , 1990 <sup>2</sup> , 1993 <sup>2</sup>
	18. My personal information feels secure	Clark 1999 <sup>2</sup> , Cranor 1999 <sup>2</sup> , Goodwin 1991 <sup>1</sup> , Hoffman et al. 1999 <sup>2</sup> , Wang et al. 1998 <sup>2</sup>
	19. Creates a sense of personalization	Gilmore and Pine 2000 <sup>2</sup> , McKenna 2000 <sup>2</sup> , Parasuraman et al. 1988 <sup>1</sup> , 1991 <sup>2</sup> , Pitt et al. 1995 <sup>2</sup> , 1997 <sup>2</sup> , Schaubert and Selz 1997 <sup>2</sup> , Zeithaml et al. 1988 <sup>1</sup> , 1990 <sup>2</sup> , 1993 <sup>2</sup>
	20. Conveys a sense of community	Armstrong and Hagel 1996 <sup>1</sup> , Chang et al. 1998 <sup>2</sup> , Hagel and Armstrong 1997 <sup>2</sup> , Preece 2000 <sup>2</sup> , Rheingold 1993 <sup>2</sup> , Schaubert and Selz 1997 <sup>2</sup>
	21. Makes it easy to communicate with the organization	Bitner et al. 2000 <sup>2</sup> , Jarvenpaa et al. 2000 <sup>2</sup> , Hoffman et al. 1999 <sup>2</sup> , Nielsen 2000a <sup>2</sup>
	22. I feel confident that goods/services will be delivered as promised	Parasuraman et al. 1988 <sup>1</sup> , 1991 <sup>2</sup> , Pitt et al. 1995 <sup>2</sup> , 1997 <sup>2</sup> , Zeithaml et al. 1988 <sup>1</sup> , 1990 <sup>2</sup> , 1993 <sup>2</sup>

<sup>1</sup> denotes a primary source for a question - reworded for WebQual 4.0

<sup>2</sup> denotes a secondary influence for the inclusion of a question in WebQual 4.0

### Gambar 2.4 Sumber Dimensi WebQual 4.0

Pada website WebQual 4.0 <http://www.WebQual.co.uk/> instrument WebQual 4.0 tersebut disusun berdasarkan penelitian pada tiga area dan satu penilaian kesan tampilan secara keseluruhan. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2.5.

Quality	Description
Usability	
1	I find the site easy to learn to operate
2	My interaction with the site is clear and understandable
3	I find the site easy to navigate
4	I find the site easy to use
5	The site has an attractive appearance
6	The design is appropriate to the type of site
7	The site conveys a sense of competency
8	The site creates a positive experience for me
Information Quality	
9	Provides accurate information
10	Provides believable information
11	Provides timely information
12	Provides relevant information
13	Provides easy to understand information
14	Provides information at the right level of detail
15	Presents the information in an appropriate format
Interaction Quality	
16	Has a good reputation
17	It feels safe to complete transactions
18	My personal information feels secure
19	Creates a sense of personalization
20	Conveys a sense of community
21	Makes it easy to communicate with the organization
22	I feel confident that goods/ services will be delivered as promised
Overall impression	
23	My overall view of this Web-site

**Gambar 2.5** Deskripsi WebQual 4.0

Keterangan Gambar 2.5 :

- a. **Kegunaan** adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan site, sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna

- b. **Kualitas Informasi** adalah mutu dari isi yang terdapat pada site, pantas tidaknya informasi untuk tujuan pengguna seperti akurasi, format dan keterkaitannya.
- c. **Kualitas Interaksi Pelayanan** adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam site lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh isu dari keamanan transaksi dan informasi, pengantaran produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik site.
- d. **Keseluruhan** adalah penilaian para pengguna melihat secara keseluruhan tampilan website tersebut

## 2.5 Kualitas Website

Dalam membangun sebuah website pastinya para webmaster atau developer yang akan merancang dan mengelola website tersebut memiliki perencanaan yang cukup matang untuk menjadikan sebuah website yang berkualitas.

Mengutip sebuah kalimat dari Grigoroudis et al (2008) “*Kualitas sebuah website memiliki peranan penting bagi sebuah perusahaan yang telah menerapkan strategi e-commerce sebagai salah satu strategi bisnisnya karena website menjadi pintu utama yang menghubungkan antara customer dengan perusahaan*”. Dalam



membangun sebuah website yang berkualitas, ada beberapa faktor atau aspek yang harus diperhatikan. Menurut Grigoroudis et al, aspek tersebut antara lain [NOV10] :

1. Konten

Aspek pertama yang dapat menentukan kualitas sebuah website adalah konten. Konten yang dimaksud disini adalah berhubungan dengan respon dari sebuah website untuk memenuhi permintaan pengguna dan kepercayaan terhadap informasi yang disajikan, dimana informasi tersebut diuraikan ke dalam beberapa dimensi seperti utilitas konten, integrasi konten, kelengkapan informasi, spesialisasi subjek, dan kredibilitas isi.

2. Personalisasi

Aspek penilaian selanjutnya adalah personalisasi. Se jauh mana user atau konsumen yang mengakses sebuah website dalam memodifikasi atau menyesuaikan tampilan ataupun isi dari website tersebut dengan keinginan dari user.

3. Navigasi

Aspek Navigasi mencerminkan dukungan yang diberikan kepada user ketika sedang beraktifitas di dalam website, sejauh mana website dapat memberikan kemudahan kepada user dalam melakukan aktifitas dalam website tersebut, dan seberapa efektif alat yang disajikan tersebut dapat membantu user.

#### 4. Struktur dan Desain

Aspek ini mencakup kecepatan, *technical integrity*, informasi yang tepat waktu, *software requirements*, dan kapabilitas browser.

#### 5. Tampilan Multimedia

Sebuah website pertama kali akan dinilai dari sisi tampilan karena hal ini memang menjadi kunci awal dari sebuah website dalam menarik para pengguna internet agar mereka mau memasuki website tersebut. Maka dari itu aspek terakhir yang dapat menilai kualitas dari sebuah website adalah tampilan multimedia. Aspek ini meliputi tampilan dari sebuah website dengan memberi penekanan dari sisi seni. Mencakup representasi grafis, keberadaan dan kegunaan gambar, suara serta video yang terdapat dalam sebuah website baik berfungsi sebagai tampilan ataupun berfungsi sebagai penambah informasi.

Untuk standar website pemerintah, pemerintah memberikan parameter kepada para pengembang sebagai berikut:

1. Kecepatan
2. Homepage
3. Isi konten
4. Konteks
5. Kemudahan dibaca (*Readability*)

6. Mobilitas data
7. Akurasi ketepatan
8. Layanan publik
9. Ukuran kualitas interaksi
10. Penggunaan platform



## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1 Studi Pendahuluan

Tahap awal sebuah penelitian dimulai dari studi pendahuluan. Studi pendahuluan adalah salah satu kegiatan yang dipakai oleh seorang peneliti dalam perencanaan penelitian tersebut. Manfaat dari studi pendahuluan adalah mengetahui apa yang akan diteliti, kepada siapa data yang akan diperoleh, bagaimana cara memperoleh datanya, bagaimana cara menganalisis datanya, bagaimana mengambil kesimpulan dan memanfaatkan hasil penelitiannya.

Tahap selanjutnya peneliti mencari beberapa referensi yang diambil dari berbagai pustaka dan jurnal penelitian sebelumnya agar dapat mengetahui objek dan subjek dari *internet banking*. Objek penelitian ini ingin mengetahui kualitas sebuah portal *internet banking* yang dapat bermanfaat bagi para nasabahnya. Subjeknya adalah responden yang dibutuhkan untuk mendapatkan data-data yang akan diolah menjadi sebuah informasi dalam pengembangan penelitian ini.

Survey awal penelitian ini ingin mengetahui kualitas *internet banking* yang sampel nya adalah nasabah yang menggunakan ketiga bank besar yang ada di Indonesia, yaitu Bank Rakyat Indonesia, Bank Mandiri dan Bank Central Asia.

Setelah penyebaran kuesioner, ternyata nasabah Bank Rakyat Indonesia yang menggunakan internet banking cukup sedikit daripada kedua bank lainnya.

Kemudian peneliti melakukan survey kembali untuk mengetahui objek dan subjek yang akan diambil untuk diteliti. Melihat yang mengisi kuesioner mayoritas nasabah dari Bank Central Asia dan Bank Mandiri yang memiliki toko online, maka tema yang diangkat pada penelitian ini adalah membandingkan kualitas internet banking dari persepsi pemilik toko online.

Studi pendahuluan tahap pertama adalah melakukan survey ke beberapa pemilik toko online yang menggunakan kedua bank tersebut dan mengunjungi portal *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia. Setelah melakukan survey, tampilan portal depan *internet banking* dari Bank Mandiri yang menjadi objek penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1

The screenshot shows the Mandiri Internet Banking website interface. At the top, there is a blue header with the Mandiri logo and a yellow navigation bar containing links for 'Layanan 24 Jam', 'Consumer Banking', 'UMKM', 'Commercial Banking', 'Corporate Banking', 'Treasury & International', and 'Investor Relations'. Below the navigation bar, a large promotional banner for a 60% discount on debit transactions is displayed, valid from January 1 to December 31, 2011. The banner includes logos for partner brands such as Golden Flower, Seraja, and Bananainn. To the right of the banner, there is a sidebar with a 'Login' button and options for 'Aktivasi User' and 'Demo & Petunjuk'. Below the banner, there is a section for 'Useful Tools & Links' with a search bar and a 'Suku Bunga & Tarif' section. The 'Mandiri Highlights' section lists recent news items, including 'Suku Bunga Dasar Kredit 31 Maret 2011', 'Pengumuman Setoran Awal Mandiri Tabungan', 'Hasil Keputusan RUPS LB 28 Januari 2011', 'Laporan Keuangan Konsolidasi Tahun Buku 2010', and 'Pemberitahuan Rapat Umum Pemegang Saham Luar'. The bottom right corner features a 'Mandiri Promotion' section with the text 'sambutlah koki tersohor masa depan'.

**Gambar 3.1** Tampilan Depan Bank MANDIRI (<http://www.bankmandiri.co.id/>)

Tampilan portal depan *internet banking* dari Bank Central Asia yang menjadi objek penelitian dapat dilihat pada gambar 3.2

**BCA**

**Gebyar TAHAPAN BCA**  
Periode April - Desember 2011

**45 Mobil idaman** **4500 Motor**

Hadiah 2 (dua) mingguan:  
April - Agustus 2011: BMW 3 Series dan motor Yamaha | September - Desember 2011: Mercedes - Benz C - Class dan motor Honda

**Sabtu malam pkl. 21.00-22.00 WIB**  
disiarkan Indosiar langsung dari Balai Sarbini

Selamat Datang di situs **BCA**

**Kurs Counter BCA \***  
21-Apr-2011 / 16:03 WIB

KURS	JUAL	BELI
USD	8750.00	8500.00
SGD	7009.80	6899.80
HKD	1127.15	1093.15
CHF	9942.05	9625.05

kurs lainnya

**Internet Banking**

**INDIVIDUAL** Login demo

**BISNIS** Login demo

**HELLO BCA 500888**  
(021) 500888 dari ponsel

TENTANG BCA BISNIS INDIVIDUAL APLIKASI ONLINE

Copyright (c) 2011 PT Bank Central Asia Tbk, All Rights Reserved

**Gambar 3.2** Tampilan Depan Bank Central Asia (<http://www.klikbca.com/>)

Kemudian peneliti melakukan survey dari beberapa responden, alasan rata-rata para pemilik toko online mempercayakan kedua bank ini sebagai jasa layanan perbankan karena kedua bank ini tidak melakukan kerja sama di dalam semua transaksi perbankan. Bank Mandiri termasuk bank yang memiliki kerja sama dengan beberapa bank lainnya dan termasuk di dalam anggota ATM Bersama. Sedangkan Bank Cental Asia sendiri termasuk bank independent yang tidak bekerja sama dengan

bank-bank yang ada di Indonesia. Maka dari itu, rata-rata pemilik toko online yang ada di Indonesia memilih untuk menjadi nasabah dari kedua bank tersebut agar mempermudah segala bentuk transaksi kepada konsumen.

Survey selanjutnya kepada pemilik toko online, peneliti mengangkat masalah seberapa besar pengaruh profil responden dari toko online terhadap kualitas *internet banking* dengan menggunakan salah satu alat ukur kualitas web yang sudah ada yaitu dengan menggunakan WebQual 4.0.

Pengembangan data menjadi informasi melalui penyebaran kuesioner dengan memakai alat ukur WebQual 4.0. Setelah mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk mengembangkan penelitian ini, kemudian peneliti menentukan metode yang tepat untuk menganalisis sehingga memperoleh sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut.

### **3.2 Kriteria Responden**

Responden pada penelitian ini adalah pemilik toko online. Responden yang menjadi sampel yaitu seorang pemilik toko online yang memiliki dan menggunakan kedua akun *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia.

Latar belakang profil responden seperti jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan menjadi variabel dari beberapa analisis yang akan dihitung dan sebagai

pembandingan dari variabel tersebut adalah empat dimensi dari WebQual 4.0 untuk melihat kualitas *internet banking* dari persepsi pemilik toko online.

### 3.3 Jenis Sampling

Penelitian ini menggunakan metode random sampling. Metode random sampling adalah metode sampling yang paling sederhana yang diambil secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi.

### 3.4 Pembuatan Kuesioner

Penelitian yang menggunakan data primer yaitu data yang didapat oleh si peneliti sendiri dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien ketika peneliti mengetahui secara pasti apa data informasi yang ia butuhkan dan bagaimana variabelnya.

Penjabaran dari 4 dimensi yang terdapat pada WebQual 4.0 tersebut yaitu 23 butir pertanyaan dijadikan sebagai alat ukur yang diajukan kepada responden. Kuesioner penelitian ini bersifat pertanyaan terbuka yaitu, responden tinggal memilih jawaban diantara pilihan yang sudah tersedia. Skala pengukuran penelitian ini, memakai metode Likert. Untuk dimensi Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi memakai skala likert 1 sampai 7 dengan nilai 1= Sangat Tidak Setuju dan 7=Sangat Setuju. Untuk dimensi keseluruhan memakai skala likert 1 sampai 7 dengan nilai 1=Sangat Buruk dan 7=Sangat Baik.



23 butir pendeskripsian dari 4 dimensi yang dijadikan pertanyaan kepada responden tersebut, sebagai berikut :

Untuk dimensi Kegunaan:

1. Saya menemukan website yang mudah dipelajari dalam mengoperasikannya
2. Interaksi saya dengan situs jelas dan dapat dimengerti
3. Saya menemukan website yang navigasinya mudah
4. Saya menemukan website yang mudah digunakan
5. Situs yang memiliki tampilan menarik
6. Desain sesuai dengan situs
7. Situs tersebut memberikan rasa kompetensi
8. Situs tersebut memberikan pengalaman positif bagi saya

Untuk dimensi Kualitas Informasi:

1. Menyediakan informasi yang akurat
2. Menyediakan informasi yang dipercaya
3. Memberikan informasi yang tepat waktu
4. Menyediakan informasi yang relevan
5. Menyediakan informasi yang mudah di pahami
6. Memberikan informasi pada tingkat yang detail
7. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai

Untuk dimensi Kualitas Interaksi:

1. Memiliki reputasi yang baik
2. Memiliki rasa aman dalam menyelesaikan transaksi

3. Memiliki rasa aman dalam menyimpan informasi pribadi
4. Menciptakan rasa personalisasi
5. Menyampaikan selera masyarakat
6. Menjadi lebih mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi
7. Saya merasa yakin bahwa barang/jasa akan dikirim seperti yang dijanjikan

Untuk dimensi Keseluruhan

1. Apa pandangan anda secara keseluruhan melihat website ini?

### 3.5 Pengolahan Data

Dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan harus menentukan populasi dan sampel yang dijadikan acuan untuk pengolahan data. Populasi adalah sebuah kumpulan yang memenuhi syarat tertentu dan menjadi sumber dari sebuah sampel. Sampel adalah data-data yang di dapatkan dari sebuah populasi atau yang dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya dapat mewakili keseluruhan faktor yang terjadi.

Populasi dari penelitian ini adalah para pemilik toko online yang menjadikan *internet banking* sebagai alat yang membantu berbagai transaksi kepada konsumennya. Sampelnya adalah data-data yang diperoleh dalam penyebaran kuesioner seperti profil responden dan jawaban dari kuesioner yang diberikan kepada responden untuk diolah menjadi sebuah informasi yang bermanfaat.

Untuk pengolahan data penelitian ini, ada beberapa metode yang digunakan, yaitu:

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

Dalam penelitian berbentuk kuesioner, item-item pernyataan yang akan digunakan harus dilakukan uji validitas. Tujuannya agar mengetahui data yang diambil benar-benar mengukur yang akan diukur atau mengukur apa yang menjadi tujuan dari penelitian ini. Suatu item dikatakan valid apabila nilai koefisiennya (*corrected item – total correlation*)  $\geq 0,300$ .

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel jika pengukuran dilakukan berulang. Suatu instrument dikatakan reliable apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > dari 0,600

#### 2. Uji T Independent Sampel (t-test)

Uji T atau biasa disebut dengan t-test digunakan untuk pembuktian hipotesis dalam menganalisa data. T-test digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan dari dua kelompok sampel yang tidak berhubungan (independen). T-test ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan pengaruh yang signifikan antara profil responden dan dimensi WebQual 4.0 sebagai alat ukur untuk mengetahui kualitas *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia

### 3. Uji ANOVA One Way

Uji ANOVA sering disebut dengan Uji F sama seperti Uji T yaitu teknik statistik yang menguji hipotesis. Jika t-test hanya menguji dua kelompok sampel, ANOVA menguji lebih dari dua kelompok sampel independen. Pengambilan keputusan Uji F adalah tabel F.

### 3.6 Penyajian Data

Data yang telah dikumpulkan baik berasal dari populasi ataupun dari sampel, perlu diatur, disusun dan disajikan dalam bentuk yang jelas dan baik untuk memberikan laporan dan informasi yang akan ke tahap analisis selanjutnya. Penyajian data bertujuan untuk:

- 1) Memberikan gambaran secara sistematis berupa hasil penelitian atau observasi.
- 2) Memudahkan dalam menganalisis data
- 3) Data lebih mudah dimengerti dan mudah dalam membuat sebuah kesimpulan

Secara garis besar penyajian data yang sering digunakan dalam sebuah penelitian ada dua macam yaitu tabel dan grafik. Tabel yaitu kumpulan angka-angka yang disusun berdasarkan kategori. Misalnya menurut jenis kelamin, jenis pekerjaan, jenis pendidikan, umur, dll.

Penyajian data pada penelitian ini memakai kedua jenis penyajian data tersebut. Tabel digunakan untuk memperlihatkan hasil analisis dari uji validitas dan reliabilitas, uji t (t-test) dan uji anova. Grafik atau diagram digunakan untuk mendeskripsikan profil responden seperti jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

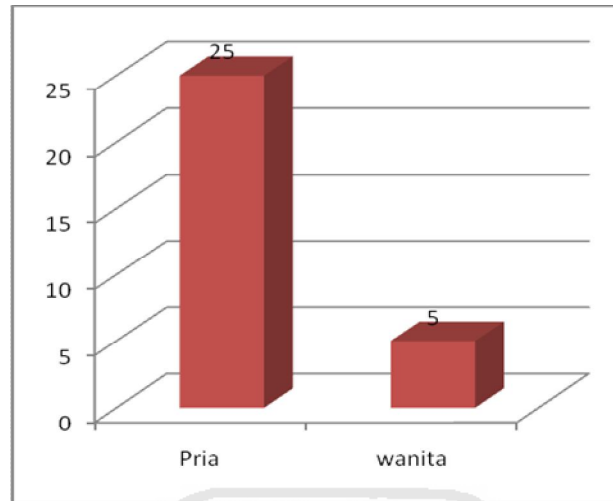
Penelitian kualitas *internet banking* dari persepsi pemilik toko online dengan alat ukur WebQual 4.0 menggunakan beberapa analisis seperti, analisis untuk kriteria responden, analisis untuk uji validitas dan reliabilitas instrument, analisis uji t (t-test) dan analisis anova untuk mengetahui hipotesis data yang diambil.

Untuk mengolah analisis uji validitas dan reliabilitas, analisis uji t (t-test) dan analisis anova menggunakan program SPSS 17. Program ini merupakan salah satu program olah data statistik yang digunakan dalam berbagai penelitian.

#### **4.1 Grafik Profil Responden**

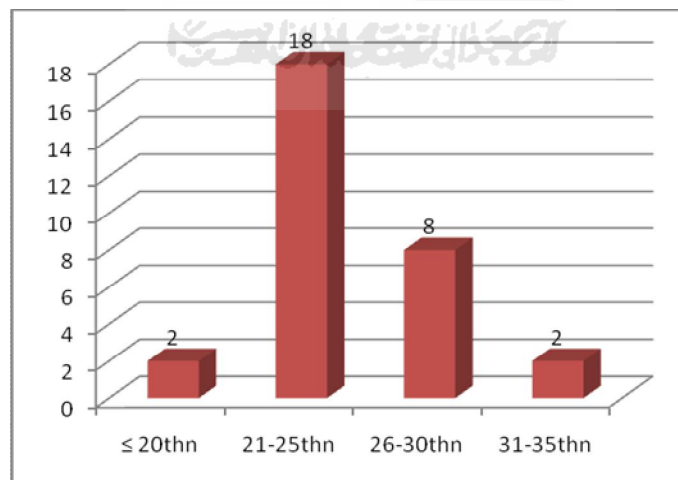
Grafik profil responden adalah penyajian data dalam bentuk grafik yang mengisi kuesioner dari penelitian ini. Profil responden tersebut adalah umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, latar belakang pekerjaan dan barang dagangan.

Pada Gambar 4.1, grafik profil responden toko online berdasarkan jenis kelaminnya Pria sebanyak 25 orang dan Wanita sebanyak 5 orang



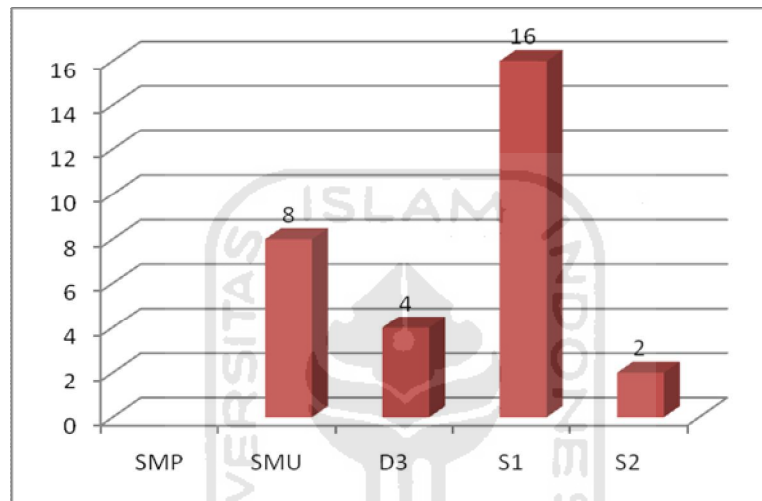
**Gambar 4.1** Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada Gambar 4.2, grafik profil responden toko online berdasarkan umur. Responden yang memiliki umur  $\leq 20$  tahun sebanyak 2 orang, rentang umur 21 – 25 tahun sebanyak 18 orang, 26-30 tahun sebanyak 8 orang dan 31-35 tahun sebanyak 2 orang.



**Gambar 4.2** Grafik Responden Berdasarkan Umur

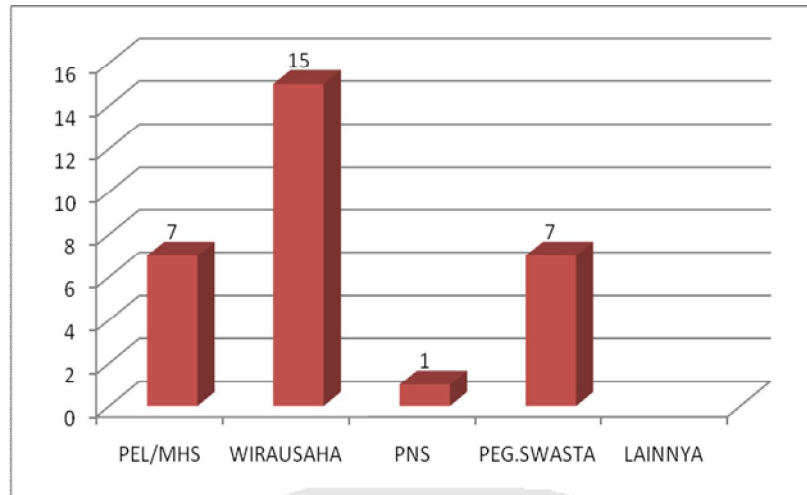
Pada Gambar 4.3, grafik profil responden toko online berdasarkan latar belakang pendidikan. Untuk pendidikan terakhirnya SMP tidak ada, untuk SMU sebanyak 8 orang, untuk D3 sebanyak 4 orang, untuk Sarjana (S1) sebanyak 16 orang dan untuk Magister (S2) sebanyak 2 orang.



**Gambar 4.3** Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan

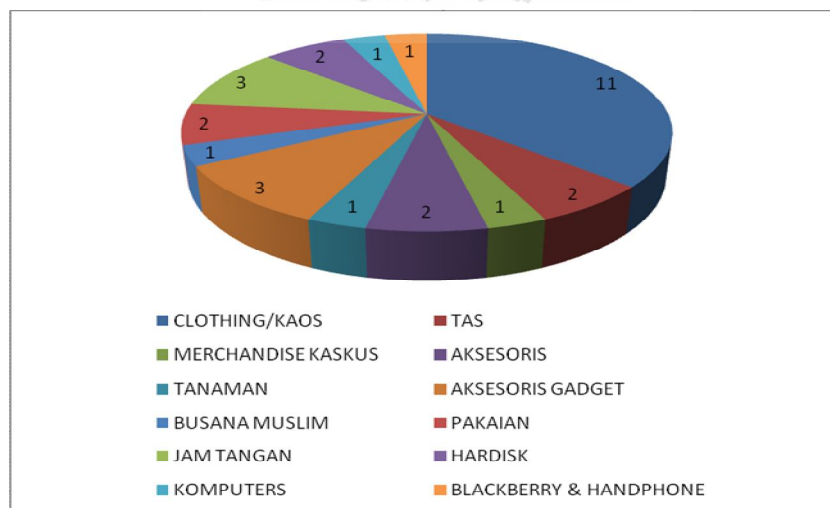
Pada Gambar 4.4, profil responden toko online berdasarkan latar belakang pekerjaan. Pemilik toko online yang memiliki latar belakang pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 7 orang, Wirausaha sebanyak 15 orang, PNS sebanyak 1 orang dan Pegawai Swasta sebanyak 7 orang.





**Gambar 4.4** Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada Gambar 4.5, grafik profil responden toko online berdasarkan barang dagangannya. Clothing/ Kaos sebanyak 11 orang, tas 2 orang, merchandise kaskus 1 orang, aksesoris 2 orang, tanaman 1 orang, aksesoris gadget 3 orang, busana muslim 1 orang, pakaian 2 orang, jam tangan 3 orang, hardisk 2 orang, komputer 1 orang dan blackberry dan handphone 1 orang.



**Gambar 4.5** Grafik Responden Berdasarkan Barang Dagangan

## 4.2 Data Responden

Tabel 4.1 adalah data hasil dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Data-data ini yang diolah kedalam beberapa analisis untuk mengetahui kualitas *internet banking* dari persepsi pemilik toko online.

Data tersebut adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka. Data tersebut diperoleh dari kuesioner skala likert dengan pendeskripsian sebagai berikut

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Tidak Setuju

4 = Ragu-Ragu

5 = Setuju

6 = Setuju

7 = Sangat Setuju



Sedangkan khusus untuk dimensi keseluruhan (Item\_23)

1 = Buruk Sekali

2 = Buruk

3 = Buruk

4 = Biasa Saja

5 = Baik

6 = Baik

7 = Baik Sekali

Tabel 4.1 Tabel data profil responden

No	Nama	Bank	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
1	Arnin	Mandiri	7	7	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	7	7	7	6	6	4	7	6	6
		BCA	7	7	7	7	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	3	6	6	6
2	Hafiz	Mandiri	7	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	7	6	6	5	6	5	5	6
		BCA	4	6	5	5	6	5	6	5	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	5	6	7	6
3	Olga	Mandiri	7	7	7	7	5	6	6	7	5	7	5	6	7	7	7	6	6	6	6	4	5	5	6
		BCA	6	6	6	6	5	6	5	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	Fajar	Mandiri	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5
		BCA	7	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	6	6	6	5	5	6	6	7	7	6	6
5	J. Budi	Mandiri	6	7	7	7	7	5	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
		BCA	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	Septian	Mandiri	4	4	3	4	4	4	4	6	3	3	5	4	4	6	6	5	6	6	6	4	4	6	5
		BCA	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	4	5	5	6	6	6	6	5	4	6	5
7	Sijiwae	Mandiri	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
		BCA	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	Wisnu	Mandiri	7	7	7	7	5	6	6	7	4	4	7	5	6	6	6	7	4	4	6	5	7	5	6
		BCA	6	6	4	5	5	5	6	6	4	4	3	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	5	6
9	Dewi	Mandiri	5	5	5	5	6	6	6	6	7	7	4	7	6	5	7	7	7	7	6	7	2	6	6
		BCA	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	2	6	7
10	Lika	Mandiri	7	6	3	3	7	7	4	4	7	7	7	7	6	4	6	7	7	6	7	5	1	6	7
		BCA	7	6	7	6	6	7	4	4	4	7	7	7	7	7	7	7	4	7	6	5	1	7	7
11	Tirta	Mandiri	6	5	7	6	4	6	6	5	7	7	7	6	5	5	6	4	5	6	5	3	4	6	5
		BCA	5	5	6	5	6	6	4	5	7	7	7	6	4	6	6	7	6	6	5	3	4	7	6
12	Reza	Mandiri	5	7	6	7	5	5	3	4	7	7	4	4	5	6	5	5	4	4	4	5	3	3	6
		BCA	5	7	6	7	3	3	3	4	7	7	4	4	5	6	5	5	4	4	4	4	3	3	5
13	Tomy	Mandiri	5	5	5	6	5	4	4	7	7	5	7	5	6	5	6	6	6	6	6	4	4	5	6
		BCA	7	7	7	7	7	7	6	7	7	5	7	6	6	5	6	6	6	6	6	4	4	5	7
14	Andhika	Mandiri	5	7	4	5	5	6	5	7	7	7	6	6	5	5	7	7	7	7	7	5	5	6	5
		BCA	7	7	7	7	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	4	4	4	4	7	6	6	7
15	Lulu	Mandiri	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6

		BCA	4	4	5	5	4	4	4	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
16	Shuma	Mandiri	5	5	5	5	7	6	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	6	5
		BCA	6	6	6	6	4	5	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	6	4
17	Lapak	Mandiri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	7
		BCA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6
18	Mia	Mandiri	5	6	5	5	6	6	6	6	7	7	4	7	6	5	7	7	7	7	6	7	2	6	6
		BCA	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	2	6	7
19	Eric	Mandiri	6	6	7	7	5	6	7	5	6	6	5	6	7	6	7	5	4	7	4	4	4	5	5
		BCA	5	6	6	5	6	6	7	7	6	7	7	6	6	6	7	7	6	7	4	4	4	6	6
20	Alex	Mandiri	6	6	6	5	4	6	7	6	7	5	4	6	7	6	5	5	6	7	4	5	3	6	4
		BCA	5	5	5	5	5	6	7	7	7	7	6	6	5	6	5	7	6	7	4	5	3	6	6
21	Agus	Mandiri	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
		BCA	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	4	6	7	6	7	7	7	7	7	7	6
22	Levi	Mandiri	6	6	6	6	4	5	5	4	7	5	6	4	6	4	6	5	6	6	6	4	5	6	4
		BCA	6	6	6	6	5	5	5	4	7	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
23	Max	Mandiri	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	6	4	3	6	4	7	2	2	3	2	3	4	4
		BCA	5	6	6	6	4	5	4	3	5	5	6	4	3	6	4	7	2	2	3	2	3	4	4
24	Taufik	Mandiri	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	5	6	6	6	6	7	7	7	4	6	7	7	5
		BCA	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	6	7	6	6	7	7	7	4	6	7	7	7
25	Hariyono	Mandiri	5	6	6	6	6	6	5	4	5	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6
		BCA	6	6	6	6	6	6	5	4	6	7	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6	7
26	Iqbal	Mandiri	7	6	6	7	5	5	4	4	6	6	6	5	7	7	5	7	7	7	6	5	5	6	6
		BCA	5	4	5	4	7	6	6	5	6	6	7	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
27	Ari	Mandiri	4	6	6	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	6	5	6	6
		BCA	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6
28	Satrio W	Mandiri	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	7	7	7	7	6	7	7	6
		BCA	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	4	5	5	6	6	7	6	7	7	7	6	7	6
29	Gilang	Mandiri	7	7	6	5	6	7	6	6	6	5	5	6	7	7	7	6	5	5	5	5	6	6	6
		BCA	7	7	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	7	6	6	6	5	5	5	6	6	6	7
30	Adi	Mandiri	7	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	6	6	6	5	5	6	6	7	7	6	6
		BCA	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5

### 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.

Dalam penelitian, kevalidan dan kereliabelan instrument merupakan hal yang penting dalam pengumpulan data. Karena data yang benar sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari benar tidaknya instrument pengumpulan data.

Uji validitas adalah mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya, agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut. Suatu item dikatakan valid apabila nilai koefisiennya (*corrected item – total correlation*)  $\geq 0,30$ .

Uji reliabilitas adalah melihat sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya bila dilakukan pengukuran pada waktu yang berbeda pada kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama. Suatu instrument dikatakan reliable apabila memiliki nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ .

Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2. Tabel yang dibaca untuk pengambilan keputusan adalah *cronbach alpha* untuk reliabilitas dan *corrected item – total correlation* untuk validitas.

Tabel 4.2 Validitas dan Reliabilitas Instrument

No	Dimensi	Reliability Statistic		Item – Total Statistic			
		Cronbach's Alpha	N of Items	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.	Kegunaan	.867	8	40.6167	28.105	.610	.852
				40.4833	28.390	.651	.849
				40.5667	27.063	.682	.844
				40.5500	27.981	.605	.853
				40.9000	27.719	.584	.855
				40.7000	27.468	.700	.843
				40.9500	27.031	.615	.852
				40.7333	27.012	.547	.862
2.	Kualitas Informasi	.841	7	35.9667	18.372	.494	.835
				36.0500	17.370	.638	.813
				36.3000	18.417	.431	.847
				36.3500	15.926	.805	.785
				36.3000	16.281	.695	.803
				36.3000	19.468	.439	.841
				36.1333	17.880	.707	.806
3.	Kualitas Interaksi	.834	7	33.5667	32.555	.397	.836
				33.9167	26.417	.760	.782
				33.7333	26.572	.728	.787
				34.2167	27.461	.702	.793
				34.5500	27.506	.577	.813
				34.9167	28.417	.351	.866
				34.0000	28.780	.743	.794

Membaca tabel:

1. Dari tabel *Reliability Statistic* ada kolom *Cronbach's Alpha* dan *N of Items*
  - a. Kolom *Cronbach's Alpha* adalah hasil uji reliabilitas. Dilihat dari tabel tersebut rentang nilai cronbach's alpha antara 0,834 – 0,867 berarti > 0,600. Yang artinya, ketiga dimensi tersebut reliable dengan nilai memuaskan

- b. Kolom *N of Items* adalah jumlah item pertanyaan pada kuesioner. Untuk dimensi Kegunaan ada 8 item, Kualitas Informasi 7 item dan Kualitas Interaksi 7 item
2. Dari tabel Item – Total Statistic ada kolom *Scale Mean If Item Deleted*, *Scale Variance if Item Deleted*, *Corrected Item-Total Correlation*, *Cronbach's Alpha if Item Deleted*.
    - a. Kolom *Scale Mean if Item Deleted* dan *Scale Variance if Item Deleted* ini tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan untuk tabel validitas instrument
    - b. Kolom *Corrected Item-Total Correlation* adalah hasil uji validitas. Dilihat dari tabel diatas rentang nilainya antara 0,351 – 0,805 berarti  $> 0,300$ . Yang artinya, setiap item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dikatakan valid.
    - c. Kolom *Cronbach's Alpha if Item Deleted*. Jika nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* berarti butir pertanyaan tersebut tidak valid dan harus dibuang

#### 4.4 Analisis Uji T (t-test)

Analisis Uji T (t-test) adalah salah satu teknik pengujian hipotesis yang dapat mewakili populasi. Uji T (t-test) digunakan untuk membandingkan selisih dua rata-rata dari dua sampel variabel independen dengan asumsi data terdistribusi normal. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh suatu variabel independent terhadap variabel dependennya.

Variabel independen adalah variabel yang diperkirakan dapat menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah

dimensi-dimensi WebQual 4.0. Variabel dependen adalah variabel yang terikat oleh variabel independen. Pada penelitian ini variabel dependennya adalah profil responden.

Dalam penelitian ini Uji T (t-test) digunakan untuk pembuktian hipotesis dalam menganalisa hubungan kriteria profil responden dengan ke empat dimensi WebQual 4.0 yaitu, kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi dan keseluruhan. Uji T (t-test) digunakan jika hanya menguji dua sampel variabel. Oleh karena itu, pada pengujian ini kriteria profil responden yang di uji adalah jenis kelamin. Karena memiliki dua variabel, yaitu pria dan wanita.

Hipotesa pada Uji T ini adalah:

1. Ho : variabel independen mempengaruhi variabel dependen
2. Ha : variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Hasil analisis Uji T dapat dilihat pada Tabel 4.3. t-test jenis kelamin responden dari kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi dan keseluruhan

**Tabel 4.3 Hasil Uji T untuk Jenis Kelamin Responden Pemilik Toko Online**

**Group Statistic**

	Jenis_Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kegunaan	Pria	25	5.7425	.66861	.13372
	Wanita	5	6.1625	.44327	.19823
Kualitas Informasi	Pria	25	5.9629	.67389	.13478
	Wanita	5	6.3857	.19949	.08921
Kualitas Interaksi	Pria	25	5.6571	.91217	.18243
	Wanita	5	5.8429	.27848	.12454
Keseluruhan	Pria	25	5.8000	.73598	.14720
	Wanita	5	6.4000	.41833	.18708



**Independent Sampel Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Kegunaan	Equal variances assumed	2.189	.150	-1.337	28	.192	-.42000	.31417	-1.06354	.22354
	Equal variances not assumed			-1.756	8.186	.116	-.42000	.23912	-.96924	.12924
Kualitas Informasi	Equal variances assumed	3.229	.083	-1.373	28	.181	-.42286	.30787	-1.05351	.20779
	Equal variances not assumed			-2.616	23.068	.015	-.42286	.16163	-.75716	-.08855
Kualitas Interaksi	Equal variances assumed	3.372	.077	-.445	28	.659	-.18571	.41692	-1.03974	.66831
	Equal variances not assumed			-.841	22.397	.409	-.18571	.22089	-.64334	.27191
Keseluruhan	Equal variances assumed	1.744	.197	-1.751	28	.091	-.60000	.34268	-1.30195	.10195
	Equal variances not assumed			-2.521	9.856	.031	-.60000	.23805	-1.13146	-.06854

Membaca tabel Uji T :

1. Dari dimensi kegunaan nilai t -1.337 dengan nilai signifikan  $0.192 > 0.0$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Dari dimensi kualitas informasi nilai t -1.373 dengan nilai signifikan  $0.181 > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
3. Dari dimensi kualitas interaksi nilai t -0.445 dengan nilai signifikan  $0.659 > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
4. Dari dimensi keseluruhan nilai -1.751 dengan nilai signifikan  $0.091 > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 4.5 Analisis Uji ANOVA

*Analysis of variance* (anova) adalah analisis komparatif yang bertujuan sama seperti Uji T untuk menghitung hipotesis lebih dari dua variabel. Tujuannya untuk membandingkan lebih dari dua rata-rata dan berguna untuk menguji data sampel yang dianggap dapat mewakili populasi.

Variabel yang dibandingkan pada Uji ANOVA ini adalah semua dimensi dan latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang berbeda-beda. Pada tabel anova yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah menggunakan tabel F.

Hasil Uji Anova dari latar belakang pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 4.4 dan dari latar belakang pekerjaan responden dilihat pada Tabel 4.5

**Tabel 4.4 Tabel Uji Anova Latar Belakang Pendidikan**

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kegunaan	Between Groups	1.114	3	.371	.867	.471
	Within Groups	11.136	26	.428		
	Total	12.250	29			
informasi	Between Groups	2.921	3	.974	2.850	.057
	Within Groups	8.883	26	.342		
	Total	11.803	29			
interaksi	Between Groups	1.012	3	.337	.452	.718
	Within Groups	19.411	26	.747		
	Total	20.423	29			
keseluruhan	Between Groups	1.606	3	.535	1.024	.398
	Within Groups	13.594	26	.523		
	Total	15.200	29			

Membaca tabel Uji Anova latar belakang pendidikan:

1. Dari dimensi kegunaan nilai F 0.867 dengan nilai signifikan 0.471, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
2. Dari dimensi kualitas informasi nilai F 2.850 dengan nilai signifikan 0.057, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
3. Dari dimensi kualitas interaksi nilai F 0.452 dengan nilai signifikan 0.718, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
4. Dari dimensi keseluruhan nilai F 1.024 dengan nilai signifikan 0.398, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

**Tabel 4.5 Tabel Uji Anova Latar Belakang Pekerjaan**

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kegunaan	Between Groups	.995	3	.332	.766	.523
	Within Groups	11.255	26	.433		
	Total	12.250	29			
informasi	Between Groups	1.124	3	.375	.912	.449
	Within Groups	10.679	26	.411		
	Total	11.803	29			
interaksi	Between Groups	.993	3	.331	.443	.724
	Within Groups	19.430	26	.747		
	Total	20.423	29			
keseluruhan	Between Groups	1.910	3	.637	1.245	.314
	Within Groups	13.290	26	.511		
	Total	15.200	29			

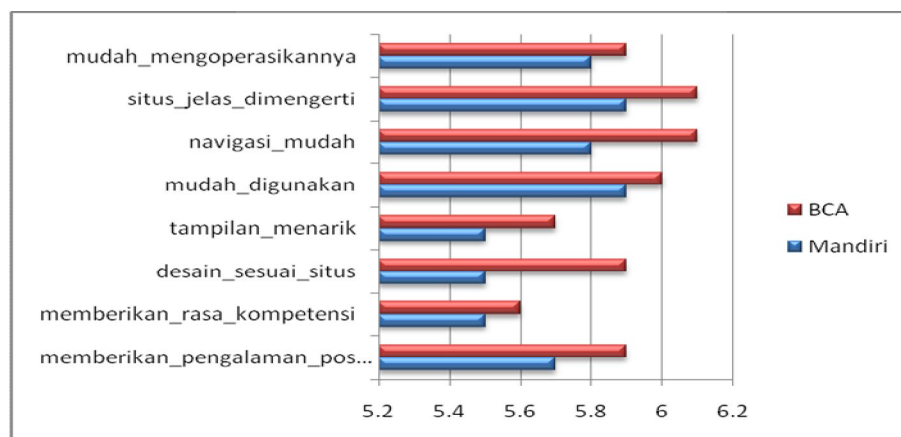
Membaca tabel Uji Anova latar belakang pekerjaan :

1. Dari dimensi kegunaan nilai F 0.766 dengan nilai signifikan 0.523, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Dari dimensi kualitas informasi nilai F 0.912 dengan nilai signifikan 0.449, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
3. Dari dimensi kualitas interaksi nilai F 0.443 dengan nilai signifikan 0.724, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
4. Dari dimensi keseluruhan nilai F 1.245 dengan nilai signifikan 0.314, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 4.6 Grafik Responden untuk Dimensi WebQual 4.0

##### 1. Kegunaan

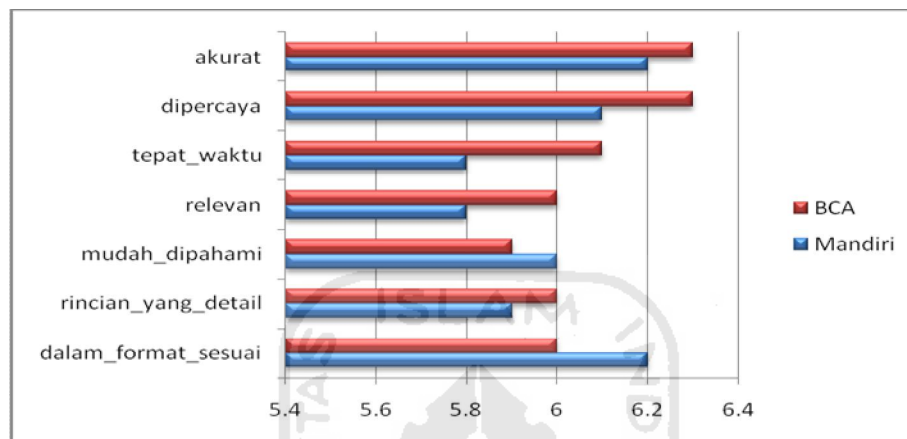
Dapat dilihat dari Gambar 4.5, untuk dimensi kegunaan secara keseluruhan nilai rata-rata BCA lebih tinggi dari nilai rata-rata Bank Mandiri.



Gambar 4.5 Grafik kegunaan

## 2. Kualitas Informasi

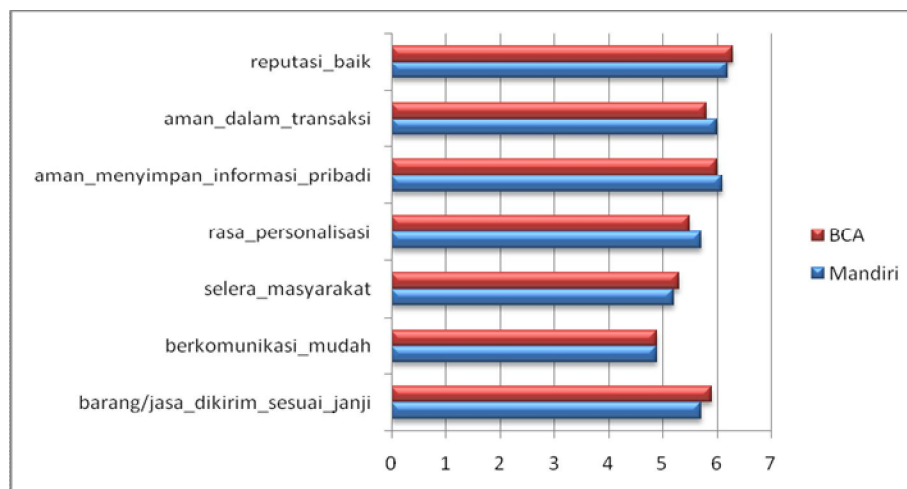
Dapat dilihat dari Gambar 4.6, untuk dimensi kualitas informasi 70% nilai rata-rata BCA lebih tinggi daripada Bank Mandiri



**Gambar 4.6** Grafik kualitas informasi

## 3. Kualitas Interaksi

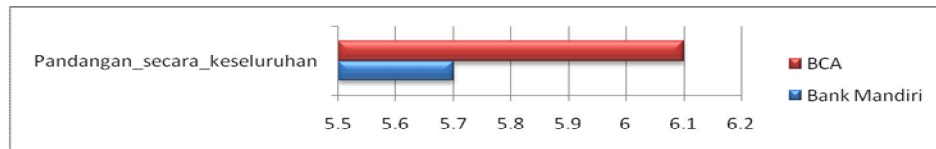
Dapat dilihat dari Gambar 4.7, untuk dimensi kualitas interaksi BCA dan Bank Mandiri memiliki nilai rata-rata yang cukup seimbang



**Gambar 4.7** Grafik kualitas interaksi

#### 4. Kesan Secara Keseluruhan

Dapat dilihat dari Gambar 4.8, untuk dimensi keseluruhan BCA memiliki perbedaan nilai rata-rata yang cukup tinggi dari rata-rata Bank Mandiri



**Gambar 4.8** Grafik keseluruhan



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Kesimpulan dari kriteria profil responden, pemilik toko online yang menggunakan internet banking, rata-rata bekerja sebagai wirausaha dengan rentang umur 21-25 tahun dan berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1) yang mayoritas berjenis kelamin Pria.
2. Kesimpulan dari uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian adalah penelitian ini adalah valid dan reliable. Jika penelitian ini jika digunakan pada bank lain yang memiliki fasilitas *internet banking* pada waktu yang berbeda, maka hasilnya kurang lebih sama.
3. Kesimpulan untuk Uji T dan Uji F dari persepsi pemilik toko online, bahwasanya variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
4. Kesimpulan dari grafik responden untuk dimensi WebQual 4.0 adalah
  - a. untuk dimensi kegunaan BCA secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada Bank Mandiri.
  - b. Untuk dimensi Kualitas Informasi, 70% dari item kuesioner BCA memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada Mandiri.

- c. Untuk dimensi Kualitas Interaksi item kuesioner BCA dan Bank Mandiri memiliki nilai rata-rata yang cukup seimbang.
- d. Dari dimensi secara keseluruhan, BCA memiliki perbedaan nilai rata-rata yang cukup tinggi dari rata-rata Bank Mandiri

## 5.2 Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya instrument alat ukur WebQual 4.0 dapat digunakan kembali karena telah di uji kevaliditasan dan reliabilitasnya pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya.
2. Agar pemilik toko online dapat menggunakan secara maksimal semua fitur di *internet banking* yang mereka gunakan.
3. Agar jasa layanan perbankan *internet banking* dapat digemari para nasabahnya dalam membantu segala kegiatan transaksi perbankan.



## DAFTAR PUSTAKA

- [ANN06] Ahira, Anne. 2006. *Pengertian Internet Banking, Tips Aman (On-line)*. [www.anneahira.com](http://www.anneahira.com).
- [ANO10] Anonymous. 2010. *Populasi dan Sampel (On-Line)*. <http://teorionline.wordpress.com/>
- [ARI10] Arientawati. 2010. *Comparison Of Internet Banking Website Quality Between Two Bank Using WebQual 4.0*. Universitas Gunadarma.
- [BAR00] Barnes, Vidgen Richard. 2000. *Assessing the quality web sites*.  
School of Management, University of Bath
- [CAT10] Catur. 2010. *Mengukur Kualitas Website dan Layanan TI (On-Line)*.  
<http://catur.dosen.akprind.ac.id/2010/09/01/mengukur-kualitas-website-dan-layanan-ti/>
- [HER09] Hermana, Budi. 2009. *Mengukur Mutu Website Dengan WebQual (On-Line)*.  
<http://nustaffsite.gunadarma.ac.id/>.
- [NOV10] Nova, Andreas. 2010. *Menilai Kualitas Dari Sebuah Web (On-Line)*. <http://krylanceo.blog.binusian.org/>.

- [PRI10] Priyanto, Duwi. 2010. *Tekhnik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta. Elex Media.
- [RAH01] Raharjo, Budi. 2001. *Aspek Teknologi Dan Keamanan Dalam Internet Banking*. PT INDOCISC.
- [SAH10] Sahmono, Amru. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online*. Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis IPB
- [SING10] Santoso, Singgih. 2010 *Statistik Parametrik, Konsep dan Analisis dengan SPSS*. Jakarta Elex Media Komputindo.
- [SUR04] Suryariniw. 2004. E-Commerce. jbptgunadarma.
- [TAR08] Tarigan, Josua. 2008. User Satisfaction Using WebQual Instrument A Research on Stock Exchange of Thailand (SET). Fakultas Ekonomi, Unversitas Kristen Petra
- [WAH09] Wahyu. 2009. *Sejarah E-Commerce (On-Line)*.  
<http://wahyusajati.blogspot.com>.
- [XIO10] Xiong. 2010. *Sejarah Toko Online (On-Line)*.  
<http://www.computesta.com/>.



KUESIONER WEBQUAL INTERNET BANKING BANK MANDIRI DAN BANK CENTRAL ASIA

Sebelumnya saya sangat berterima kasih karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner tugas akhir saya. Tugas akhir saya ini berjudul "PERBANDINGAN KUALITAS SITUS INTERNET BANKING MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 MENURUT PERSEPSI PEMILIK TOKO ONLINE". Disini saya melakukan studi kasus untuk menilai kualitas internet banking dari persepsi pemilik toko online, dengan menggunakan salah satu alat ukur yaitu WEBQUAL. Jadi disini, saya ingin para responden menilai kualitas internet banking yang digunakan untuk bertransaksi

Cara mengisi kuesioner ini, berilah penilaian terhadap pernyataan-pernyataan berikut dengan memberi tanda (√) pada alternative jawaban yang diberikan.

---

Nama :

Jenis Kelamin : Pria / Wanita

Umur: \_\_ tahun

Pendidikan Terakhir :

- a. SMP dan sederajat      b. SMU dan sederajat      c. Diploma III      d. Sarjana (S1)      e. Magister (S2)

Pekerjaan sekarang :

- a. Pelajar/Mahasiswa      b. Wirausaha      c. PNS      d. Pegawai Swasta      e. Lainnya \_\_\_\_\_

Barang dagangan :

---

Untuk Dimensi Usability, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi penilaiannya sebagai berikut:

1 : Sangat Tidak Setuju

2,3 : Tidak Setuju

4 : Ragu-ragu

5,6 : Setuju

7 : Sangat Setuju

**Dimensi Usability:**

1. Saya menemukan website yang mudah dipelajari dalam mengoperasikannya

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							

BCA							
-----	--	--	--	--	--	--	--

2. Interaksi saya dengan situs jelas dan dapat dimengerti

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

3. Saya menemukan website yang navigasinya mudah

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

4. Saya menemukan website yang mudah digunakan

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

5. Situs yang memiliki tampilan menarik

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

6. Desain sesuai dengan situs

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

7. Situs tersebut memberikan rasa kompetensi

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

8. Situs tersebut memberikan pengalaman positif bagi saya

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

**Dimensi Kualitas Informasi:**

1. Menyediakan informasi yang akurat

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

2. Menyediakan informasi yang dipercaya

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

3. Memberikan informasi yang tepat waktu

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

4. Menyediakan informasi yang relevan

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

5. Menyediakan informasi yang mudah di pahami

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

6. Memberikan informas pada tingkat yang detail

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

7. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

**Dimensi Kualitas Interaksi:**

1. Memiliki reputasi yang baik

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

2. Memiliki rasa aman dalam menyelesaikan transaksi

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

3. Memiliki rasa aman dalam menyimpan informasi pribadi

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

4. Menciptakan rasa personalisasi

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

5. Menyampaikan selera masyarakat

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

6. Menjadi lebih mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

7. Saya merasa yakin bahwa barang/jasa akan dikirim seperti yang dijanjikan

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							

### Untuk dimensi Keseluruhan

Untuk dimensi keseluruhan, penilaiannya sebagai berikut :

- 1 : Sangat Buruk
- 2,3 : Buruk
- 4 : Biasa Saja
- 5,6 : Baik
- 7 : Sangat Baik

1. Apa pandangan anda secara keseluruhan melihat website ini?

	1	2	3	4	5	6	7
Bank Mandiri							
BCA							





## RESUME

Internet Banking adalah salah satu jasa layanan yang menggunakan portal dalam bidang perbankan

Penelitian ini ingin mengetahui kualitas internet banking Bank Mandiri dan Bank Central Asia dari persepsi pemilik toko online

Mengolah data-data yang diambil dari responden pemilik kedalam beberapa analisis statistik untuk mengetahui seberapa besar kualitas internet banking menurut pemilik toko online

Bank yang menjadi sampel penelitian ini adalah Bank Mandiri dan Bank Central Asia. Respondennya sebanyak 30 orang yang memiliki dan menggunakan kedua akun internet banking bank tersebut

Penelitian ini bertujuan untuk Mengukur kualitas internet banking Bank Mandiri dan Bank Central Asia (BCA) dengan menggunakan WebQual 4.0 yang dilihat dari sudut pandang pemilik toko online dan mengetahui pengaruh profil pemilik toko online terhadap dimensi WebQual 4.0 untuk mengukur kualitas internet banking.

Manfaat dari penelitian ini adalah ingin mengetahui persepsi pemilik toko online tentang kualitas *internet banking* dari kedua bank tersebut. Membandingkan kualitas portal *internet banking* kedua bank tersebut dari sisi pemilik toko online. Memberikan informasi kepada masyarakat Indonesia tentang kualitas *internet banking* Bank Mandiri dan Bank Central Asia

Metode dari penelitian ini adalah Melakukan survey ke toko online dan portal *internet banking*. Membuat kuesioner yang dikembangkan sebagai instrument utama penelitian berdasarkan WebQual 4.0. Mengolah data dari kuesioner tersebut kedalam beberapa analisis. Menyajikan data-data tersebut dengan tampilan tabel dan grafik. Menyimpulkan studi kualitas portal *internet banking* kedua bank tersebut.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, profile responden pemilik toko online yang menggunakan internet banking, rata-rata bekerja sebagai wirausaha dengan rentang umur 21-25 tahun dan berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1) yang mayoritas berjenis kelamin Pria. Instrument kuesioner dikatakan valid dan reliabel, dari analisis Uji T dan Uji F, bahwasanya profil responden dan dimensi WebQual 4.0 saling mempengaruhi untuk kualitas *internet banking*. Persepsi pemilik toko online menggunakan *internet banking* dari Kesimpulan dari grafik responden untuk dimensi kegunaan item kuesioner BCA secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada Bank Mandiri. Untuk dimensi Kualitas Informasi,

70% dari item kuesioner BCA memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada Mandiri. Untuk dimensi Kualitas Interaksi item kuesioner BCA dan Bank Mandiri memiliki nilai rata-rata yang cukup seimbang. Dari dimensi secara keseluruhan, BCA memiliki perbedaan nilai rata-rata yang cukup tinggi dari rata-rata Bank Mandiri

