

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna internet banking. Karena dalam penelitian ini sulit untuk mengetahui jumlah populasi yang menjadi pelanggan, maka menurut Djarwanto (2000) dasar pengambilan sampel yang digunakan adalah :

$$n = \left| \frac{Z_{1/2\alpha} \cdot \sigma}{E} \right|^2$$

Keterangan :

- N = banyaknya sampel yang diperlukan
- $Z_{1/2\alpha}$ = distribusi normal
- E = besarnya kesalahan yang dapat diterima
- σ = standar deviasi

Dalam penelitian ini $Z_{1/2\alpha}$ yang diperoleh dari tabel distribusi normal adalah sebesar 1,96 besarnya kesalahan yang dapat diterima (E) sebesar 1 % dan standar deviasi (σ) yang digunakan adalah 0,05 sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \left| \frac{1,96 \times 0,05}{0,01} \right|^2 \quad n = 96,04 \rightarrow 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 100.

Dalam penelitian ini peneliti mengguna bank yang masuk dalam Top Brand Award 2016. Top Brand adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen. Top Brand didasarkan atas hasil riset terhadap konsumen Indonesia. Pemilihan merek terbaik berdasarkan atas pilihan konsumen. Adapun Top Brand Award 2016 antara lain sebagai berikut :

MEREK	TBI	TOP
Klik BCA	54.0%	TOP
Internet Banking Mandiri	20.0%	TOP
Internet Banking BRI	9.0%	
BNI Internet Banking	6.3%	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Adapun sampel yang diambil adalah adalah 100 responden yang dibagi kepada 4 bank yang termasuk dalam Top Brand Internet Banking dengan 25 responden per bank.

Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Responden menggunakan internet banking.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari responden, tidak melalui perantara. Data primer yang digunakan berupa data subjek (self report data) yang berupa opini dan karakteristik dari responden. Data primer dalam penelitian ini berupa :

1. Karakteristik responden yaitu jenis kelamin dan usia
2. Opini dan tanggapan responden atas efisiensi dukungan pelanggan , keamanan pelayanan, kehandalan keselamatan , kinerja dan Kepuasan Penggunaan Internet Banking . Sumber data adalah nasabah perbankan di kota Semarang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara mendistribusikan kuesioner secara langsung ke perbankan. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mendatangi satu persatu calon responden, mengecek apakah calon memenuhi persyaratan sebagai calon responden, lalu menanyakan kesediaannya untuk mengisi kuesioner, penyebaran kuesioner ini dilakukan oleh peneliti, juga dibantu oleh sejumlah rekan peneliti. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang jawabannya dinyatakan dengan menggunakan skala likert (1-5).

3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

1. Kepuasan Penggunaan Internet Banking

Kepuasan Penggunaan Internet Banking (dalam Tse dan Witso, 1998, dalam Mubbsher Munawar Khan dan Mariam Fasih 2014) menyatakan bahwa Kepuasan Penggunaan Internet Banking adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kehandalan keselamatan actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Indikator dalam penelitian ini adalah : (Jajuk Herawati dan Prayekti, 2011)

- a. Saya merasa puas terhadap layanan internet banking yang saya terima.
- b. Saya merasa puas terhadap transaksi berbasis internet yang saya terima.
- c. Saya merasa puas terhadap produk/jasa yang ditawarkan melalui internet banking.
- d. Penggunaan kartu kredit dapat meningkatkan prestige.

2. Kehandalan Keselamatan

Menurut Simamora dalam Rangsang Nochai dan Titida (2013) kehandalan keselamatan adalah ukuran keberhasilan organisasi dalam mencapai misinya. Sedangkan Shadily dalam Rangsang Nochai dan Titida (2013), mengatakan kehandalan keselamatan atau performance adalah berdaya guna prestasi atau hasil. Wahyudi Kumorotomo (1996) memberikan batasan pada konsep kehandalan keselamatan organisasi

publik setidaknya berkaitan erat dengan efisiensi, efektifitas, keadilan dan daya tanggap. kehandalan keselamatan adalah suatu istilah umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode, sering dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau diproyekan, suatu dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Rangan Nochai dan Titida 2013 indikator dari variable ini adalah:

- a. Pelayanan Internet Banking melakukan layanan pertama yang tepat
- b. Pelayanan Internet Banking memberikan layanan yang tepat janji
- c. Pelayanan Internet Banking menyelesaikan tugas secara akurat

3. Efisiensi Transaksi

Efisiensi transaksi adalah kemampuan pelanggan mendapat di ke website, menemukan mereka inginkan produk dan informasi asosiasi dengan itu, dan memeriksa dengan minimal usaha. Transaksi Efisiensi juga bisa memahami kinerja dari Internet dasar perbankan pada beberapa elemen: informasi terkini, waktu respon, waktu download, informasi produk yang lengkap, tutorial / demonstrasi, dan membantu fungsi. Indikator dalam penelitian ini adalah :

- a) Informasi di IBS sudah Up to Date
- b) IBS menyediakan fungsi bantuan lengkap
- c) Proses transaksi cepat

4. **Dukungan pelanggan**

Dukungan pelanggan adalah sebuah modifikasi dan pembelajaran perilaku konsumen setiap waktu dari setiap interaksi, perlakuan terhadap pelanggan dan membangun kekuatan antara konsumen dan Indikator yang digunakan adalah:

- a) Pelayanan Internet Banking berisi layanan cukup
- b) Kasus masalah terjadi dapat menghubungi karyawan segera
- c) Pelayanan Internet Banking berisi bagian FAQ (dokumen online yang menimbulkan serangkaian pertanyaan dan jawaban yang umum tentang topik tertentu) yang komprehensif untuk memandu masalah umum
- d) Proses Pelayanan Internet Banking untuk memecahkan masalah dengan cepat
- e) Pelayanan Internet Banking menyediakan staf berpengalaman untuk memecahkan masalah
- f) Staf dapat menjelaskan langkah untuk menggunakan dan kondisi untuk menggunakan jelas

5. **Keamanan Pelayanan**

Keamanan pelayanan didefinisikan sebagai kebebasan dari bahaya , risiko , atau keraguan .Ini melibatkan keamanan fisik , keamanan finansial dan kerahasiaan. Terdiri dari pegawai yang menanamkan keyakinan. membuat pelanggan merasa aman dalam dukungan pelanggan .Selain itu , aman didefinisikan sebagai barang barang pribadi dan keselamatan para pelanggan .Hal ini mencakup kerahasiaan yang dikelola oleh penyedia layanan. Dengan demikian

pelanggan akan merasa puas jika keamanannya terjamin termasuk rahasia yang hanya diketahui pelanggan dan penyedia layanan. (Rangsang Nochai dan Titida 2013). Indikator dari variable ini adalah :

- a) Pelayanan Internet Banking menyimpan akurat dari transaksi
- b) Pelayanan Internet Banking memberikan keamanan bagi data transaksi dan privasi
- c) Tidak ada masalah elama menggunakan layanan Pelayanan Internet Banking
- d) Pelayanan Internet Banking adalah aman
- e) Dapat memerikansa validitas dan detail dari transaksi mala lalu setiap kali

6. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi Internet banking, dan terkait dengan URL mudah diingat alamat, terorganisir dengan baik, mudah di situs dilayari, ringkas dan Isi dimengerti, syarat dan ketentuan. Indikator dalam penelitian ini adalah :

- a) Mudah untuk menemukan informasi dalam system IBS
- b) Situs IBS mudah digunakan
- c) Bahasa di situs mudah dimengerti
- d) Format output mudah dibaca
- e) Informasi dan teks yang jelas dan mudah dimengerti
- f) System IBS memberikan instruksi yang jelas
- g) IBS atau transaksi cepat

7. Kinerja

Menurut Lewis dan Boms dalam Mubbsher Munawar Khan dan Mariam Fasih (2014) kualitas layanan adalah merupakan ukuran tingkat layanan yang diterima pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Memberikan kualitas layanan berarti memberikan layanan sesuai dengan harapan pelanggan secara konsisten. Memberikan layanan dengan kualitas yang baik merupakan cara paling efektif yang untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain merupakan senjata yang banyak digunakan perusahaan terkemuka. Riset mengenai topik ini telah dilakukan berulang yang memberikan bukti bahwa layanan kualitas yang baik akan memberikan kontribusi profit dan pangsa pasar perusahaan. Dalam Alma (2000) yang dikuti Kotler, (2000) dalam Mubbsher Munawar Khan dan Mariam Fasih (2014) ada 5 faktor dominan atau penentu kualitas jasa:

- a) Situs Pelayanan internet Banking menyediakan dalam multi bahasa
- b) IBS menyediakan 24 jam – 7 hari layanan
- c) Kemudahan untuk mentransfer antara bank
- d) Memberikan registrasi online.

8. Layanan Konten

Konten layanan semua informasi yang menyediakan untuk pelanggan. Untuk layanan internet banking, adalah berarti konten bank yang memberikan kepada pelanggan melalui website. Bernilai tinggi-konten yang ditambahkan adalah penting. Indikator dalam penelitian ini adalah :

- a) Situs IBS memberikan informasi yang tepat sesuai kebutuhan

- b) Situs IBS memberikan informasi yang akurat
- c) Situs IBS menyediakan informasi yang terpercaya

9. Kepercayaan

Sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Dimensi kepercayaan adalah (Jajuk Herawati dan Prayekti, 2011)

1. Saya sangat mempercayai internet banking.
2. Saya sangat mempercayai bank di mana saya menjadi nasabahnya.
3. Saya sangat mempercayai transaksi internet banking.

3.5 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan tahap-tahap sebagai berikut :

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Jadi validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang akan diukur.

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut valid
- b. Apabila r hitung $<$ dari r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Ferdinand (2006) sebuah instrumen dan data yang dihasilkan disebut reliable atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan program SPSS, kuesioner dikatakan reliable jika memberi nilai Cronbach Alpha $>0,60$ (Ghozali, 2006). Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Apabila hasil cronbach alpha $>$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
- b. Apabila hasil cronbach alpha $<$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah yang memenuhi seluruh uji asumsi klasik, yaitu data terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, bebas dari auto korelasi, dan homokedastisitas. Pada penelitian ini tidak dilakukan autokorelasi karena penelitian ini menggunakan kuesioner yang tidak menggunakan observasi berurutan sepanjang waktu.

3.6.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (persepsi nilai, kualitas yang dirasakan, atribut produk, kualitas layanan). Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen (persepsi nilai, kualitas yang dirasakan, atribut produk, kualitas layanan) berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Imam Ghozali (2006), cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Besarnya Variable Inflation Factor (VIF), pedoman suatu model regresi yang independen Multikolinieritas yaitu nilai $VIF \leq 10$.
- b. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang independen Multikolinieritas yaitu nilai $Tolerance \geq 0,10$.

3.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi dengan cara uji gletser. Uji gletser mengusulkan untuk meregres nilai residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003). Jika variabel independen signifikan

secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kehandalan keselamatan 5% jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteskedastisitas (Ghonzali, 2006).

3.5.6 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji pakaha dalam sebuah model regresi efisiensi dukungan pelanggan , keamanan pelayanan, kehandalan keselamatan , kualitas layanan atau keempatnya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati nol. Suatu data berdistribusi normal dilihat dari penyebarannya pada sumbu diagonal dari grafik dengan dasar kepuasan sebagai berikut (Ghozali, 2006) :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

3.5.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Persamaan regresi linier berganda yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Penggunaan Internet Banking

$\beta_1 - \beta_7$ = Koefisien Regresi

X1 = Keandalan keselamatan

X2 = Efisiensi transaksi

X3 = Dukungan pelanggan

X4 = Keamanan Pelayanan

X5 = kemudahan penggunaan

X6 = Kinerja

X7 = Layanan konten

X = kepercayaan

a = Konstanta

e = Kesalahan Estimasi Standar

3.6 Uji Statistik

3.6.1 Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan secara individu atau parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 5\%$
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 5\%$

3.6.2 Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui bersama apakah variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hipotesis :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 5\%$
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 5\%$

