

# Putting Ubiquitous Learning Into the Center of Quality Education

Prociding

# SeNAIK

Seminar Nasional Ilmu Komputer  
Samarinda 1 November 2013

**Editor:**  
Zainal Arifin  
Hamdani

 Penerbit  
Mulawarman University Press



# ANALISIS *USABILITY* APLIKASI INTERNET BANKING DENGAN MENGADOPSI MODEL KEPUASAAN PENGGUNA

Rasmila<sup>1</sup>, Syahril Rizal<sup>2</sup>

Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma  
Jl. Jenderal Ahmad Yani No.12, Palembang, 30264

E-mail : [rasmila@mail.binadarma.ac.id](mailto:rasmila@mail.binadarma.ac.id)<sup>2</sup>, [syahril\\_rizal@mail.binadarma.ac.id](mailto:syahril_rizal@mail.binadarma.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis aspek *usability* yang mempengaruhi sikap penerimaan pengguna sistem terhadap aplikasi. Manfaat aplikasi diukur berdasarkan parameter-parameter kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) terhadap aplikasi. Kecenderungan sikap penolakan dan atau penerimaan terhadap aplikasi melalui kegiatan survei diharapkan dapat memberikan masukan untuk penyempurnaan aplikasi di kemudian hari. Masalah dalam penelitian ini adalah apakah faktor kepuasan pengguna dalam penggunaan layanan Internet Banking mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Internet Banking. Jumlah sampel sebesar 20% dari jumlah keseluruhan dari jumlah populasi yang menggunakan Internet Banking di Mandiri Cabang A. Rivai Palembang sebagai sampel dengan jumlah 69 nasabah. Metode penelitian menggunakan survei dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan fasilitas internet banking. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *ease of use*, *customization*, *download delay* dan *content* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

**Kata Kunci:** *Usability*, *Internet Banking*, *User Satisfaction*

## I. PENDAHULUAN

Peran teknologi informasi tidak hanya untuk efisiensi dan efektivitas melainkan juga peran strategi untuk memenangkan persaingan (Hartono, 2006:59). Bagi pengguna jasa perbankan, layanan *internet banking* merupakan alternatif sarana penunjang untuk memudahkan dan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi keuangan.

Manfaat *internet banking* bagi pihak bank adalah ekspansi bisnis, meningkatkan loyalitas konsumen, pendapatan dan keunggulan kompetitif, serta dapat membuat model bisnis baru.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis aspek *usability* yang mempengaruhi sikap penerimaan pengguna sistem terhadap aplikasi. Manfaat aplikasi diukur berdasarkan parameter-parameter kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) terhadap aplikasi. Kecenderungan sikap penolakan dan atau penerimaan terhadap aplikasi melalui

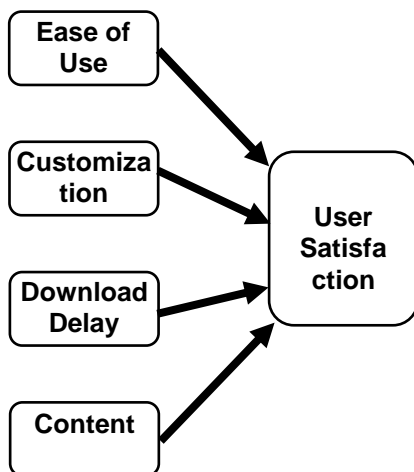
kegiatan survei diharapkan dapat memberikan masukan untuk penyempurnaan aplikasi di kemudian hari.

## II. METODELOGI PENELITIAN

### 1. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui kemanfaatan (*Usability*) pada suatu aplikasi layanan *Internet Banking*. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Singarimbun dan Effendi (2008:34) menyatakan bahwa, penelitian Survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Sifat penelitian ini adalah *eksplanatory*, yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu

variabel dengan variabel yang lain (Sugiono, 2010:47).



Gambar 1. Model Penelitian Green dan Pearson (2004:11)

**2. Persamaan Matematika**

Adapun alat analisis yang digunakan penulis adalah :

**Analisis Koefisien Korelasi (r)**

Yaitu suatu ukuran asosiasi (linier) relatif antara 2 variabel (Sugiyono, 2010:274)

Persamaannya r

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

r = Bilangan konstanta

x = Usability

y = kepuasan pengguna (User Satisfaction)

n = Jumlah data

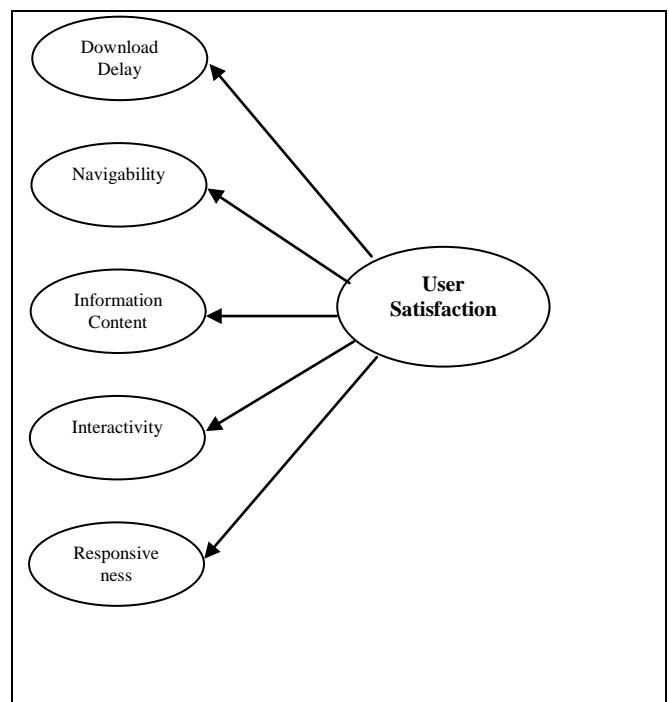
nilai r = 0 atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.

r = -1 atau mendekati -1, artinya hubungan sangat kuat dan negatif maka hubungan antar kedua variabel semakin rendah.

r = +1 atau mendekati + 1, terdapat hubungan yang sangat erat dan positif maka hubungan antara kedua variabel searah artinya semakin tinggi nilai variabel X maka semakin tinggi nilai variabel Y.

**3. Cara Pengajuan dan Pengutipan Usability**

Usability adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan kemudahan yang didapat seseorang dalam menggunakan sebuah alat atau obyek ciptaan manusia lainnya dalam mencapai sebuah tujuan. Pada analisis kali ini akan dilakukan pengkajian dari segi usability untuk mengetahui seberapa mudah situs dapat digunakan untuk menyelesaikan task-task yang ada.



Gambar 2. Model Usability Palmer (Palmer, 2002:13)

**Internet Banking**

Internet banking adalah layanan perbankan yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet. Di internet banking, nasabah cukup masuk ke situs web yang disediakan oleh bank, kemudian melakukan transaksi yang diinginkan.

Beberapa transaksi yang dapat dilakukan melalui internet banking yaitu transfer uang, pembayaran tagihan (telepon, listrik, PDAM, dan lain-lain), dan pengecekan saldo.

Dari pengertian *internet banking* di atas, maka sedikit dapat ditambahkan bahwa *internet banking* merupakan sebuah proses transaksi perbankan yang sudah berubah dari yang bersifat konvensional menjadi digital. Transaksi konvensional adalah sebuah transaksi yang memerlukan interaksi secara langsung antara nasabah dan petugas bank.

#### Kepuasan Pengguna (*Satisfaction User*)

Kotler dan Keller (2007:117) mendefinisikan "*Customer satisfaction is the level of a person's felt state resultating from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to the person's expectations*". Kepuasan pengguna adalah tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Sedangkan Parasuraman dkk. (1985:116) memberikan definisi "*user satisfaction is a customer's perception of a single service experience*".

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Profil Responden

Dalam penelitian ini ke 69 responden tersebut dibagi menjadi beberapa kriteria karakteristik yaitu berdasarkan umur dan jenis kelamin. Adapun data yang diperoleh tersebut ditampilkan pada tabel-tabel berikut ini.

Komposisi nasabah yang menggunakan layanan internet banking di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk jika dilihat dari umur dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berumur dibawah 30 tahun sebanyak 24 orang atau sebesar 34,7%, jumlah nasabah yang berumur 31 – 40 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 25,9%, dan jumlah nasabah yang berumur di atas 40 tahun sebanyak 27 orang atau sebesar 39,1%.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 29 orang atau sebesar 42% dan nasabah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang atau sebesar 58%.

Tabel. 1

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulat ive Percent
Valid 26	4	5.8	5.8	5.8
27	10	14.5	14.5	20.3
28	5	7.2	7.2	27.5
29	5	7.2	7.2	34.8
32	5	7.2	7.2	42.0
35	3	4.3	4.3	46.4
38	5	7.2	7.2	53.6
39	5	7.2	7.2	60.9
43	10	14.5	14.5	75.4
45	10	14.5	14.5	89.9
47	7	10.1	10.1	100.0
Total	69	100.0	100.0	

Tabel. 2

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Freque ncy	Perc ent	Valid Percent	Cumulat ive Percent
Valid Laki-Laki	29	42.0	42.0	42.0
Perempuan	40	58.0	58.0	100.0
Total	69	100.0	100.0	

#### Karakteristik Jawaban Responden

Dalam melakukan analisis terhadap variabel penelitian, peneliti mengambil skor dari komponen masing-masing variabel kemudian membuat perhitungan persentase dari skor masing-masing variabel

### 1. Deskripsi Variabel *Ease of Use* (X1)

Diketahui jawaban responden sebesar 30% responden menyatakan sangat setuju, 42,5% responden menyatakan setuju, 16,9% responden menyatakan ragu-ragu, 7,25% responden menyatakan tidak setuju, dan 3,86% responden menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mencerminkan *ease of use* yang baik sangat menunjang dalam hal meningkatkan kepuasan pengguna.

### 2. Deskripsi Variabel *Custom* (X2)

Diketahui jawaban responden sebesar 49,63% responden menyatakan sangat setuju sebanyak 29,7% responden menyatakan setuju, 47,1% responden menyatakan ragu-ragu, 15,9% responden menyatakan tidak setuju, dan 2,17% responden menyatakan sangat tidak setuju pada variabel *customization*. Hal ini mencerminkan *customization* pada layanan *internet banking* di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk telah tercipta dengan baik dan harus tetap dipertahankan.

### 3. Deskripsi Variabel *Download Delay* (X3)

Diketahui jawaban responden sebesar 27,5% responden menyatakan sangat setuju, 52,2% responden menyatakan setuju, 18,8% responden menyatakan ragu-ragu, dan 1,45% responden yang menyatakan tidak setuju. Hal ini mencerminkan *download delay* merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan *internet banking*.

### 4. Deskripsi Variabel *Content* (X4)

Diketahui jawaban responden sebesar 31,9% responden menyatakan sangat setuju, 42% responden menyatakan setuju, 19,3% responden menyatakan ragu-ragu, 5,8% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,97% responden menyatakan tidak setuju.

### 5. Deskripsi Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Diketahui jawaban responden sebesar 50% responden menyatakan sangat setuju, 36,2% responden menyatakan setuju, 10,1% responden menyatakan ragu-ragu, 2,9% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,72% responden menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini responden berpendapat bahwa kepuasan pengguna nasabah terhadap layanan *internet banking* di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk telah baik dengan persentase sebesar 86,2% responden menjawab setuju pada variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*), sehingga perlu ditingkatkan dan dipertahankan.

Hal ini mencerminkan bahwa dengan kepuasan pengguna merupakan ujung tombak dari keberhasilan suatu layanan *internet banking*, semakin baik kepuasan penggunaannya, maka akan semakin baik pula layanan tersebut.

### Analisis Statistik Deskriptif

Kuesioner yang peneliti gunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini disebarkan kepada nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk yang berhasil peneliti temui di lapangan, dan sebanyak 69 hasil jawabannya responden digunakan sebagai uji coba untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dan kemudian jika diketahui hasilnya valid dan reliabel baru digunakan sebagai data penelitian.

### Analisis Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji coba instrumen dilakukan pada 69 responden di dalam lingkungan sampel penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisisioner. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk dalam pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan  $r > 0,6$ . Kriteria suatu

instrumen realibilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 baik. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan pengolah data SPSS.

#### **Ease of Use (X<sub>1</sub>)**

Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap butir pernyataan pada variabel dari tiga butir pernyataan yang terdapat pada variabel *Ease of Use* seluruh butir instrumen yang menunjukkan koefisien korelasi > 0.6 terhadap total butir, sehingga secara keseluruhan butir pertanyaan dinyatakan valid.

Output diatas menunjukkan hasil analisis reliabilitas dengan teknik *cronbach's alpha* 0.953 > 0.6 yang menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan yang terdapat pada variabel *Ease of Use* memiliki konsistensi reliabilitas internal yang baik sebagai sebuah alat ukur. Artinya semua butir pernyataan untuk mengukur variabel *Ease of Use* mempunyai kehandalan atau konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

#### **Customization (X<sub>2</sub>)**

Berdasarkan nilai koefisien korelasi alpha 0.930 > 0.60 yang menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan yang terdapat pada variabel *customization* memiliki konsistensi reliabilitas internal yang baik sebagai sebuah alat ukur. Artinya semua butir pernyataan untuk mengukur variabel *customization* mempunyai kehandalan dan konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

#### **Download delay (X<sub>3</sub>)**

Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap butir pernyataan pada variabel dari dua butir pernyataan yang terdapat pada variabel *Download delay* seluruh butir instrumen yang menunjukkan koefisien korelasi > 0.6 terhadap total butir,

sehingga secara keseluruhan butir pertanyaan dinyatakan valid

**Tabel. 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebermanfaatan**  
**Download delay (X<sub>3</sub>)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	2

Berdasarkan nilai koefisien korelasi alpha 0.933 > 0.60 yang menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan yang terdapat pada variabel *download delay* memiliki konsistensi reliabilitas internal yang baik sebagai sebuah alat ukur. Artinya semua butir pernyataan untuk mengukur variabel *download delay* mempunyai kehandalan dan konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

#### **Content (X<sub>4</sub>)**

Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap butir pernyataan pada variabel dari tiga butir pernyataan yang terdapat pada variabel *Content* seluruh butir instrumen yang menunjukkan koefisien korelasi > 0.6 terhadap total butir, sehingga secara keseluruhan butir pertanyaan dinyatakan valid.

**Tabel. 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebermanfaatan**  
**Content (X<sub>4</sub>)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	2

Berdasarkan nilai koefisien korelasi alpha 0.954 > 0.60 yang menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan yang terdapat pada variabel *content*

memiliki konsistensi reliabilitas internal yang baik sebagai sebuah alat ukur. Artinya semua butir pernyataan untuk mengukur variabel *content* mempunyai kehandalan dan konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

**Kepuasan Pengguna (User Satisfaction) (Y)**

Hasil pengolahan di atas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan pada kepuasan pengguna telah menunjukkan bahwa data tersebut valid, terlihat dari nilai koefisien korelasi > 0.6. Nilai koefisien alpha juga menunjukkan angka 0.940 yang berarti seluruh butir pernyataan pada variabel kepuasan pengguna sudah *reliabel*.

**Tabel. 5**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebermanfaatan User Satisfaction Reliability Statistics**

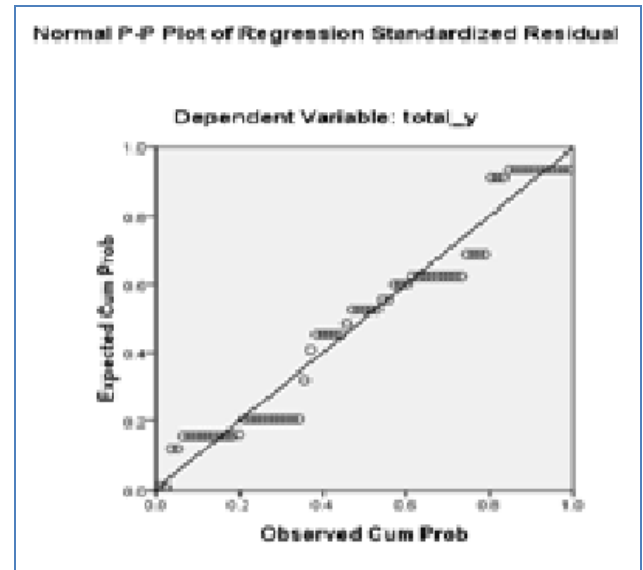
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	3

Penelitian ini, menggunakan skala pengukuran *likert* yang berbentuk ordinal, sehingga data yang dihasilkan dan pengumpulan angket yang berbentuk ordinal harus diubah terlebih dahulu menjadi data interval.

**Uji Normalitas**

Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi, hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah regresi variabel tergantung dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat dari grafik

P-P plot, dimana bila titik-titik menyebar sekitar garis diagonal, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Pada gambar 3.3 memperlihatkan P-P Plot yang telah menunjukkan penyebaran data berdistribusi normal.



Gambar. 3 Grafik Normal P-P Plot

**Uji Autokorelasi**

Pengujian autokorelasi dari besarnya nilai *Durbin Watson* (DW). Auto korelasi positif jika nilai DW < -2, akan tetapi jika DW berada diantara -2 dan +2 maka terjadi autokorelasi dan jika DW > +2 maka terjadi autokorelasi negatif.

- a. Predictors: (Constant), total\_x4, total\_x3, total\_x1, total\_x2
- b. Dependent Variable: total\_y

Pada tabel di atas diperoleh nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 0.438 dimana DW diantara -2 dan +2, maka tidak terjadinya autokorelasi

**Anova**

Dari tabel anova terlihat bahwa signifikansi F yang diperoleh adalah sebesar 0,000, hal ini berarti bahwa variabel *ease of use* (X1), *customization* (X2), *download delay* (X3), dan *content* (X4) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan

pengguna (Y). Hasil ini juga membuktikan bahwa hipotesis keempat penelitian ini terbukti kebenarannya dan hipotesisnya diterima.

### **Coefficient**

Besar *coefficient regresi* dengan analisis menggunakan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

Berdasarkan hasil pada tabel coefficient di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut;  **$Y = 0,677 + 0,353 X_1 + 0,094 X_2 + 0,408 X_3 + 0,077 X_4$**

### **Pembahasan**

Untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak variabel bebas, peneliti menggunakan signifikansi F yakni dengan membandingkan nilai signifikansi  $F_{hitung}$  dengan nilai alpha yang ditetapkan sebesar 0,05. Berikut dapat dilihat nilai  $F_{hitung}$  berdasarkan tabel anova.

Hasil perhitungan anova terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} = 68.442$  yang diperoleh adalah sebesar 0,000, hal ini berarti bahwa variabel *ease of use* ( $X_1$ ), *customization* ( $X_2$ ), *download delay* ( $X_3$ ), dan *content* ( $X_4$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y). Hasil ini juga membuktikan bahwa hipotesis keempat penelitian ini terbukti kebenarannya dan hipotesisnya diterima.

Besar koefisien regresi dengan analisis menggunakan regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut;  **$Y = 0,677 + 0,353 X_1 + 0,094 X_2 + 0,408 X_3 + 0,077 X_4$**

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,677 yang menunjukkan bahwa tanpa adanya *Ease of Use* ( $X_1$ ), *customization* ( $X_2$ ), *download delay* ( $X_3$ ), *content* ( $X_4$ ), maka kepuasan pengguna hanya sebesar 0,677 satuan.

Nilai rata-rata variabel *ease of use* ( $X_1$ ) sebesar 4.325, berada di antara rentang 4.2 – 5,

yang bermakna *ease of use* pada kantor PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk sangat baik. Nilai koefisien regresi variabel *ease of use* ( $X_1$ ) yang diperoleh sebesar 0,353 menunjukkan bahwa apabila *ease of use* meningkat sebesar 1 skor, maka kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,353 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Nilai rata-rata variabel *customization* ( $X_2$ ) sebesar 4,41, berada di antara rentang 4.2 – 5, yang bermakna *customization* pada kantor PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai sangat baik. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel *customization* ( $X_2$ ) yang diperoleh sebesar 0,094 menunjukkan bahwa apabila *customization* meningkat sebesar 1 skor, maka kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,094 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Nilai rata-rata variabel *download delay* ( $X_3$ ) sebesar 4,44, berada di antara rentang 4.2 – 5, yang bermakna *download delay* pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai telah berjalan dengan sangat baik, sedangkan nilai koefisien regresi variabel *download delay* ( $X_3$ ) yang diperoleh sebesar 0,408 menunjukkan bahwa apabila *download delay* meningkat sebesar 1 skor, maka kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,408 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Nilai rata-rata variabel *content* ( $X_4$ ) sebesar 4,32, berada di antara rentang 4.2 – 5, yang bermakna kedisiplinan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai telah berjalan dengan sangat baik, sedangkan nilai koefisien regresi variabel *content* ( $X_4$ ) yang diperoleh sebesar 0,077 menunjukkan bahwa apabila *content* meningkat sebesar 1 skor, maka kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,077 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

*Ease of Use* sebesar 4.325 dan kepuasan pengguna sebesar 4,3206 yang bermakna *Ease of*



*Use* pada kantor PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai sangat baik yang menentukan baik atau tidak kepuasan pengguna.

Temuan ini sesuai sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aljukhadar dan Senecal, dimana dalam salah satu hipotesisnya, *perceive ease of use* merupakan salah satu variabel yang memiliki pengaruh pada suatu *website*.

Variabel *customization* sebesar 4,4075 bermakna sangat baik dan kepuasan pengguna sebesar 4,3206 yang bermakna sangat baik, berarti *customization* pada kantor PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai yang telah tercipta dengan sangat baik menentukan baik atau tidak kepuasan pengguna.

Hal ini diperkuat dengan butir pertanyaan *customization* bahwa ada pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada suatu aplikasi *internet banking*.

Setelah dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS, diperoleh nilai signifikansi t yang terlihat pada tabel 4.15 sebesar 0,005. Oleh karena nilai signifikansi t hitungnya sebesar 0,005 atau lebih kecil dari level signifikansi 0,05 berarti pengaruh antara *download delay* (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) signifikan.

*Download delay* sebesar 4,3729 bermakna sangat baik dan kepuasan pengguna sebesar 4,3206 yang bermakna sangat baik, berarti *download delay* yang diadakan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai yang telah tercipta dengan sangat baik dan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menyelesaikan setiap kesulitan dalam pekerjaan.

Hal ini diperkuat dengan butir pertanyaan *download delay* bahwa layanan aplikasi *internet banking* memiliki kecepatan menemukan informasi, sehingga nasabah merasa cepat dan tepat dalam menyelesaikan setiap transaksi. Hal ini mencerminkan bahwa dengan *download delay*

memberikan manfaat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi nasabah.

*Content* sebesar 4,3505 bermakna sangat baik dan kepuasan pengguna sebesar 4,3206 yang bermakna sangat baik, berarti *content* di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai yang telah berjalan sangat baik sehingga meningkatkan kepuasan pengguna (*User Satisfaction*).

Hal ini diperkuat dengan pernyataan yang menjawab butir pernyataan "Informasi pada aplikasi *Internet Banking* mudah dimengerti" sebesar 85,51% nasabah menjawab setuju. Hal ini mencerminkan bahwa dengan kepuasan pengguna merupakan ujung tombak dari keberhasilan suatu perusahaan, semakin baik kepuasan penggunanya, maka akan semakin baik pula nasabahnya.

Setelah dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS, diperoleh nilai signifikansi t yang terlihat pada tabel 4.15 sebesar 0,392. Oleh karena nilai signifikansi t hitungnya sebesar 0,392 atau lebih kecil dari level signifikansi 0,05 berarti pengaruh antara *content* (X4) terhadap kepuasan pengguna (Y) signifikan. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti kebenarannya dan hipotesis diterima.

#### IV. KESIMPULAN

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *ease of use*, *customization*, *download delay* dan *content* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai.
2. Nilai F-hitung sebesar 68.442. Artinya bahwa secara bersama-sama faktor *ease of use*, *customization*, *download delay*, dan *content* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang A. Rivai.

Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,811. Hal ini berarti variable independen (*ease of use*, *customization*, *download delay*, dan *content*) mampu menjelaskan 81.1% terhadap variabel dependennya (kepuasan pengguna), sedangkan sisanya sebesar 18,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-11. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Muhammad Chandra. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

## V. DAFTAR PUSTAKA

D.T. Green dan J.M. Pearson. 2004. *Confirmatory Factor Analysis of Two Website Usability Instruments in Proceeding of the Third Annual Workshop on HCI Research*.

Hartono. 2006. *Teknologi Sistem Informasi*. Jakarta: Tidak diterbitkan. Jurnal Teknologi Informasi.

J.W. Palmer. 2002. *Website Usability Design and Performance Metrics*. Information Systems.

Kotler dan Kettler. 2007. *Manajemen Pelayanan*. Cetakan ke-8. Pelajar Pustaka.

Kristiani, Luci. 2011. *Analisa Kepuasan Mahasiswa terhadap Implementasi E-CRM (www.klikbca.com) pada BCA (Studi Kasus Jurusan Sistem Informasi Universitas Bina Nusantara)*. Jurnal Universitas Bina Nusantara. Tidak diterbitkan.

Lovelock dan Wirtz. 2007. *A Usability and accessibility oriented Development process*. Univercity of Castilla-La Mancha.

Parasuraman, dkk. 1995. *Perancangan Kerja dalam Perangkat Lunak Interaktif*. Jurnal Informatika ITB. Vol 1.

Prayoga, Sigit Hadi. 2009. *Analisis Usability pada Aplikasi Berbasis Web dengan Mengadopsi Model Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)*. Jakarta: Tidak diterbitkan.

Singarimbun & Effendi. *Metode Penelitian*. Bandung: Tarsito.

