

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang Permasalahan

Dunia bisnis selalu diwarnai dengan perkembangan dan perubahan, Adanya perkembangan dan perubahan tersebut membuat persaingan bisnis semakin tajam. Belakangan ini teknologi dan informasi semakin memegang peranan penting dalam persaingan, yang pada akhirnya memaksa pelaku bisnis untuk selalu berusaha mendapatkan informasi lebih awal sebagai salah satu jalan untuk bertahan dalam ketatnya persaingan. Kemajuan teknologi menciptakan kebutuhan akan komunikasi yang semakin cepat dan akurat, sehingga sistem tradisional semakin banyak ditinggalkan. Persaingan terus berusaha dimenangkan oleh berbagai pihak dengan berlomba-lomba menggunakan sistem yang berbasis teknologi.

Persaingan teknologi dan informasi yang dimaksud adalah internet. Internet (*interconnection networking*) merupakan koneksi antar jaringan komputer terbesar dan terbanyak di seluruh dunia yang dapat dilakukan oleh siapapun tanpa batasan tempat dan waktu. Internet memang telah menjadi fenomena menakjubkan yang bekerja supercepat. Akibatnya seluruh sudut dan pelosok negara dapat dicapai dalam hitungan menit bahkan detik.

Pertumbuhan jumlah pemakai internet di Indonesia setiap tahun mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Warta Ekonomi (April, 2003) jumlah pengguna internet di Indonesia secara berurutan pada tahun 2001, 2002 dan 2003 adalah 4.200.000, 4.500.000, 7.550.000 pengguna. Berdasarkan informasi tersebut dapat dilihat bahwa terjadi lonjakan pengguna internet yang signifikan khususnya pada tahun 2003. peningkatan jumlah pemakai juga disertai dengan meningkatnya jumlah pelanggan internet, setiap tahunnya jumlah pelanggan internet selalu mengalami kenaikan.

Trend menggunakan internet sebagai media informasi juga terjadi di lingkungan pendidikan seperti di sekolah tinggi dan universitas, bahkan diantara institusi tersebut ada yang sudah *on-line* di internet sehingga memungkinkan mahasiswanya melakukan kegiatan administrasi maupun akademis via internet. Berdasarkan hasil temuan penelitian kuantitatif survei internet yang dilakukan Detiknet (2003) pengguna mayoritas internet berasal dari kalangan orang yang mempunyai motif dan sikap positif terhadap teknologi sebesar 24,7%, anak gaul sekitar 36%, eksekutif muda sebesar 13,7% dan sisanya lain-lains ebesar 25,6%.

Informasi dikatakan berkualitas jika informasi tersebut memiliki keandalan dalam hal relevansi, akurasi, ketepatan waktu dan reliabilitas data. Untuk mendapatkan informasi yang benar-benar berkualitas maka komputerisasi merupakan alternatif yang dapat diimplementasikan dalam suatu sistem informasi. Keunggulan penggunaan sistem informasi yang berbasis komputer antara lain: dapat memproses sejumlah transaksi dengan cepat dan terintegrasi, dapat menyimpan dan mengambil data dalam jumlah besar, dapat mengurangi kesalahan matematis dan ketidakteelitian, menghasilkan laporan dengan tepat waktu dalam berbagai bentuk, serta dapat menjadi alat bantu pengambilan keputusan.

Sistem informasi yang telah diimplementasikan harus mampu memenuhi kebutuhan akan informasi yang bervariasi, jika informasi yang dihasilkan tidak sesuai dengan kebutuhan pemakai, maka implementasi sistem informasi tersebut akan sia-sia, sebaliknya jika informasi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan penggunanya, maka pengguna akan merasa kebutuhan akan informasi yang berkualitas dapat terpenuhi. Jika hal ini dapat tercapai maka bisa dikatakan bahwa tujuan dari sistem informasi tersebut dapat tercapai pula. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu masalah yang penting dalam implementasi sistem informasi adalah kepuasan dari para penggunanya.

Dalam lingkup sistem informasi, kepuasan para pengguna adalah seberapa jauh pengguna percaya pada suatu sistem informasi yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Meskipun kepuasan dari para pengguna sistem informasi tidak bersifat ekonomis dan tidak dapat dihubungkan secara langsung pada pengaruh bisnis, namun kepuasan para pengguna dapat diukur dan dibandingkan sepanjang waktu. Salah satu cara penting untuk mengukur tingkat

kepuasan dari pengguna sistem informasi tersebut adalah melalui penilaian kualitas informasinya. Jika semakin tinggi tingkat kualitas informasinya maka tingkat kepuasan dari para pengguna informasi akan semakin tinggi.

Salah satu jenis layanan internet yang berhubungan dengan dunia perbankan yaitu Internet banking (*e-banking*).

Internet banking (*e-banking*) sebagai salah satu saluran distribusi bagi bank yang memberikan beberapa kelebihan dibandingkan dengan saluran distribusi lainnya. Melalui e-banking dapat dibangun hubungan yang lebih baik dengan para nasabah, memperoleh peluang untuk mendapatkan calon nasabah sebanyak mungkin, dan mendapat keuntungan yang maksimal. Internet dapat menjadi saluran distribusi yang dominan bagi bank. Hal ini sejalan dengan usaha pemasaran bank yang diarahkan untuk mendekatkan hubungan bank dengan nasabah dan calon nasabah, memperkenalkan jasa pelayanan, menciptakan image yang baik serta membangun loyalitas nasabah terhadap bank.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas informasi (keakuratan, ketepatan relevansi) atas layanan internet banking terhadap kepuasan para pengguna sistem informasi .

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas informasi yang terdiri dari keakurat, ketepatan dan relevansi atas layanan internet banking mempunyai pengaruh dan hubungan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi?
- b. Manakah dari keempat kualitas informasi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis apakah kualitas informasi yang terdiri dari keakuratan, ketepatan dan relevansi mempunyai pengaruh dan hubungan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi.

- b. Untuk menganalisis dari kualitas informasi yang terdiri dari keakuratan, ketepatan dan relevansi yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi peneliti

Dengan mengadakan penelitian ini, mahasiswa sebagai penyusun akan mempunyai bekal dalam pengetahuan praktis dari perusahaan tempat penelitian dilakukan, sehingga dapat diketahui penerapan teori yang diperoleh.

- b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada manajemen perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dimasa yang akan datang, serta sebagai dasar untuk menentukan langkah-langkah perbaikan dalam dunia usaha untuk mendapatkan informasi yang berkualitas.

- c. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan oleh pihak lainnya khususnya mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan bahan pembanding.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Didalam bab ini akan dikemukakan beberapa teori yang berhubungan langsung dengan judul dan permasalahan, sehingga dengan adanya dasar teori ini diharapkan dapat mempermudah dalam melakukan pembahasan materi serta dapat digunakan sebagai pedoman untuk memecahkan permasalahan yang telah disebutkan pada bab sebelumnya.

Adapun dasar teori dalam bab ini, penyusun akan membagi dalam beberapa hal yang secara terperinci akan menjelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan judul dan permasalahan yang ada.

2.1 Pengertian Sistem Informasi

Menurut Hall (2001: 5), "sistem adalah sekelompok dua atau lebih komponen-komponen yang saling berkaitan atau subsistem-subsistem yang bersatu untuk mencapai tujuan yang sama". Sedangkan menurut Murdick yang dikutip oleh Baridwan (1993: 2) "sistem adalah suatu kumpulan elemen-elemen yang dijadikan satu untuk tujuan umum".

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa sistem merupakan suatu rangkaian kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling terkait dan mempengaruhi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Sering kita mendengar kata informasi, berikut ini disampaikan pengertian informasi dari beberapa pakar yaitu:

Menurut Gordon B. Davis dalam bukunya *Management Informations System : Conceptual Foundations, Structures, and Development* menyebut

"informasi sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dan nyata, berupa nilai yang dapat dipahami di dalam keputusan sekarang maupun masa depan."

Menurut Barry E. Cushing dalam buku *Accounting Information System and Business Organization*, dikatakan bahwa

”informasi merupakan sesuatu yang menunjukkan hasil pengolahan data yang diorganisasi dan berguna kepada orang yang menerimanya.”

Menurut Robert N. Anthony dan John Dearden dalam buku *Management Control Systems*, menyebut

”informasi sebagai suatu kenyataan, data, item yang menambah pengetahuan bagi penggunanya.”

Menurut Stephen A. Moscovice dan Mark G. Simkin dalam bukunya *Accounting Information Systems : Concepts and Practise* mengatakan

”informasi sebagai kenyataan atau bentuk-bentuk yang berguna yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bisnis.”

Menurut Jogiyanto (1993: 8):

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, dimana dapat diambil suatu interpretasi bahwa informasi adalah:

- 1) Data yang diolah
- 2) Menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya
- 3) Menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata
- 4) Digunakan untuk pengambilan keputusan

Informasi yang dibutuhkan pengguna dihasilkan oleh suatu sistem informasi. Informasi ini mengarahkan, memperlancar kegiatan sehari-hari dan membantu para pengguna dalam pengambilan keputusan.

Sistem informasi menghubungkan perusahaan dengan pihak luar perusahaan yang berkepentingan, seperti pelanggan, kreditur, pemegang saham dan sebagainya. Menurut Hall (2001: 27), ”sistem informasi adalah sebuah rangkaian prosedur formal dimana data dikumpulkan, diproses, menjadi informasi dan didistribusikan kepada pemakai”.

Menurut Robert (Jogiyanto, 1993: 11), "sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung organisasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan".

2.1.1 Tujuan Sistem Informasi

Menurut Hall (2001: 18), sistem informasi dalam perusahaan mempunyai tiga tujuan utama meliputi:

- a) Untuk mendukung pengambilan keputusan
- b) Untuk mendukung kegiatan operasi harian perusahaan
- c) Untuk mendukung fungsi kepengurusan.

Dua tujuan pertama menyangkut keputusan pemakai informasi bagi pihak internal (manajer, karyawan) dan pihak eksternal (pelanggan, kreditur, pemegang saham). Sedangkan tujuan ketiga hanya untuk pihak eksternal. Hampir semua informasi yang diperlukan oleh dua tujuan terakhir berupa data transaksi yang diolah, dan untuk tujuan pertama hanya sebagian.

2.1.2 Nilai Informasi

Menurut Jogiyanto (1993: 11), nilai dari informasi ditentukan oleh dua hal yaitu:

Manfaat dan biaya untuk mendapatkannya. Informasi mempunyai nilai apabila manfaatnya lebih efektif dibandingkan biaya untuk mendapatkannya. Dan kegunaan informasi adalah untuk mengurangi ketidakpastian di dalam proses pengambilan keputusan tentang suatu keadaan. Perlu diketahui bahwa informasi yang digunakan oleh suatu sistem informasi pada umumnya digunakan untuk suatu kegiatan oleh karena itu informasi tidak dapat ditaksir keuntungannya tetapi dapat ditaksir nilai efektivitasnya.

2.1.3 Sistem Informasi untuk Pengambilan Keputusan

1) Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Mcloed (2001: 348), "pengambilan keputusan merupakan tindakan yang perlu diikuti dalam memecahkan masalah untuk menghindari atau mengurangi dampak negatif atau untuk memanfaatkan kesempatan".

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakekat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

2) Kualitas Informasi

Sistem informasi yang dihasilkan harus dapat menghasilkan informasi yang berkualitas. Untuk dapat menghasilkan hal ini maka informasi tersebut haruslah berguna bagi yang akan memakainya.

1) Akurat (*Accurate*)

Akurat adalah informasi harus bebas dari kesalahan yang bersifat material. Namun demikian, Materialitas tidak memiliki nilai yang absolut, dan hanya merupakan konsep masalah spesifik. Yang berarti bahwa, dalam beberapa kasus, informasi harus akurat, informasi yang sempurna tidak dapat disediakan dalam kerangka waktu keputusan pemakai. Oleh karena itu, dalam menyiapkan informasi, para desainer sistem mencari keseimbangan antara informasi seakurat mungkin, tetapi tetap cukup tepat waktu, agar berguna.

Dalam pengertian ini maka akurat berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Ukuran keakuratan informasi amat bervariasi, dan amat tergantung pada sifat informasi yang dihasilkan. Semakin kritis sifat suatu informasi, akan

semakin tinggi keakuratan yang diperlukan. Sehingga semakin tinggi tingkat kepuasan yang diberikan kepada penggunaanya.

2) **Ketepatan (*Timeliness*)**

Umur informasi merupakan faktor yang kritikal dalam menentukan kegunaannya. Ketepatan adalah informasi harus tidak tua dari periode waktu tindakan yang didukungnya.

Ketepatan adalah kegiatan menyajikan informasi pada saat transaksi terjadi atau pada saat informasi tersebut dibutuhkan, yang mampu menutup peluang bagi pesaing untuk mengambil keputusan yang baik dengan lebih cepat. Informasi yang terlambat diterima, nilai kegunaannya akan lebih rendah, karena keputusan bisnis yang cepat dianggap lebih baik daripada keputusan yang lambat. Dalam tingkat persaingan yang tinggi, keputusan yang lambat berarti memberi peluang kepada pesaing untuk mengambil keputusan yang baik dengan lebih cepat. Keputusan yang salah namun lebih cepat dianggap lebih baik daripada keputusan yang benar namun lambat dikeluarkan. Bila informasi diperlukan sewaktu-waktu maka diharapkan informasi tersebut dapat disediakan secepat waktu yang diperlukan. Untuk masalah seperti situasi keterlambatan informasi akan menyebabkan informasinya tidak berguna, karena sudah tidak diperlukan lagi.

3) **Relevan (*Relevance*)**

Relevan adalah isi sebuah laporan atau dokumen harus melayani suatu tujuan. Dengan demikian, laporan ini dapat mendukung keputusan. Telah ditentukan bahwa hanya data yang relevan dengan tindakan pemakai yang memiliki kandungan informasi. Oleh karena itu, sistem informasi harus menyajikan hanya data yang relevan dalam laporannya. Laporan yang berisi data yang tidak relevan hanya memboroskan sumber daya dan tidak produktif bagi pemakai.

Sedangkan menurut Romney (2004: 12), "informasi dikatakan relevan jika mengurangi ketidakpastian memperbaiki kemampuan

pengambil keputusan untuk memperbaiki ekspektasi mereka sebelumnya”.

Informasi hendaklah sesuai (relevan) dengan tujuan yang akan dicapai. Data yang sama seringkali perlu diolah secara berbeda untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan keperluan unit masing-masing. Artinya informasi yang relevan akan memberikan dan mempunyai manfaat untuk pemakainya. Dan relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda bergantung kepentingan dari masing-masing penggunaanya.

4) **Lengkap**

Lengkap adalah tidak boleh ada bagian informasi yang esensial bagi pengambilan keputusan atau pelaksanaan tugas yang hilang. Misalnya, sebuah laporan harus menyajikan semua perhitungan yang diperlukan dan menyajikan pesannya dengan jelas dan tanpa ambigu.

Sedangkan menurut Romney (2004: 12), ”informasi dikatakan lengkap jika tidak menghilangkan aspek-aspek penting dari kejadian yang merupakan dasar masalah/aktivitas-aktivitas yang diukurnya”.

5) **Rangkuman**

Rangkuman merupakan informasi yang harus diagregasi agar sesuai dengan kebutuhan pemakai.

2.2 Internet

a) **Pengertian Internet**

Secara harfiah internet (kependekan daripada perkataan 'inter-network') ialah rangkaian computer yang berhubung menerusi beberapa rangkaian. Internet ialah sistem komputer umum, yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Rangkaian internet yang terbesar dinamakan **Internet**. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan internetworking.

Menurut Tjiptono dan Santoso (2001) dalam hal daya tarik komunikasi, internet menawarkan kemampuan berkomunikasi secara elektronik (via email dan chatting) yang relatif mudah dan murah selama 24 jam.

Internet juga memberikan kemungkinan dan kemudahan untuk mengakses berbagai macam informasi, mulai dari yang sangat 'mulia' (seperti untuk keperluan penelitian atau pengambilan keputusan organisasi) sampai yang 'tidak mulia' (misalnya, mengakses situs-situs pornografi). Hal ini yang sulit untuk dihindari sebagai imbas globalisasi informasi adalah tersedianya situs seks yang secara nyata dan terbuka memvisualisasikan berbagai pose, bahkan dalam gerakan-gerakan film. Internet telah meleburkan sekat antara fakta dan fantasi, membobol dinding pembatas antara realitas dan imajinasi (Tjatmiko, 2001)

Cooper (dalam Haryanthi, 2001) mengemukakan bahwa media erotika di internet dapat diperoleh melalui 3 bentuk, yaitu:

- (1) dalam bentuk web sites yang menawarkan gambar-gambar pornografi yang sangat mudah diakses, murah dan beragam bentuk variasi seksual.
- (2) chat Rooms yaitu sarana komunikasi interaktif di internet yang menawarkan materi seksualitas yang sering disebut sebagai Cyberseks, berupa percakapan dua arah dengan menampilkan tulisan yang seolah-olah sedang melakukan aktifitas hubungan seksual dan menimbulkan rangsangan, dan
- (3) news groups yang sifatnya lebih terbuka karena pengguna internet lainnya untuk membahas topik topik seksualitas.

2.3 Perbankan dan Fungsinya

Pengertian baik terdapat pada pasal 1 Undang-Undang RI No. 10 tahun 1998 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan

dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Abdurrachman (Dendawijaya, 2001: 25) dalam Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan menyatakan pengertian "Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan dan lain-lain".

Kasmir, (2000: 61) fungsi pokok bank yaitu menghimpun dana, adapun sumber-sumber dana bank adalah:

1) Dana yang bersumber dari bank itu sendiri

Sumber dana ini merupakan sumber dana dari modal sendiri. Modal sendiri maksudnya adalah modal setoran dari para pemegang sahamnya, disamping itu pihak perbankan dapat pula menggunakan cadangan-cadangan laba yang belum digunakan.

2) Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini karena sumber dana ini digunakan sebagai dasar dari keseluruhan dana yang diolah oleh bank untuk mendapatkan keuntungan.

Adapun sumber dana dari masyarakat luas (Dendawijaya, 2001: 56) dapat dilakukan dalam bentuk:

a) Giro (*demand deposit*)

Giro adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

b) Deposito (*time deposit*)

Deposito adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu berdasarkan perjanjian.

c) Tabungan (*saving deposit*)

Tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.

3) Dana yang bersumber dari lembaga lainnya

Sumber dana yang ketiga ini merupakan tambahan jika bank mengalami kesulitan dalam pencarian sumber dana pertama dan kedua di atas.

2.3.1 Jasa layanan pada bisnis perbankan

Jasa-jasa yang diberikan perbankan (Dendawijaya, 2001: 29) kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan fasilitas tabungan
- b) Memberikan kredit atau pinjaman
- c) Memberikan jasa perbankan
 - (1) Kiriman uang (transfer)
 - (2) Delegasi kredit
 - (3) Jasa penagihan dan pengumpulan uang (inkaso)
 - (4) Bank garante
 - (5) Surat keterangan bank
 - (6) Kotak pengaman (*safe deposit box*)
 - (7) *Letter of Credit* (L/C)
 - (8) *Automated Teller Machine* (ATM)
 - (9) Kartu bank
 - (10) Fasilitas *on line*
 - (11) Draf
 - (12) *Collection*

(13) Cek perjalanan (*traveler checks*)

(14) Transaksi ekspor/impor

2.3.2 Karakteristik Jasa Perbankan

Karakteristik jasa menurut Sumarni (1997: 19) adalah:

1. Tidak berwujud

Jasa tidak nampak, tidak dapat dicicipi sebelum dikonsumsi. Oleh karena itu pihak pembeli harus mempunyai keyakinan penuh kepada penjual jasa. Di pihak lain, penjual harus berupaya agar dapat meningkatkan kewujudan jasa dengan cara lebih memperlihatkan manfaat jasa tersebut.

2. Tidak dapat dipisahkan

Jasa akan selalu "melekat" pada sumbernya atau pada penjualnya.

3. Tidak tahan lama

Jasa tidak dapat "disimpan" untuk persediaan seperti halnya produk fisik. Jasa akan mempunyai nilai disaat pembeli jasa membutuhkan pelayanan. Oleh karena itu seringkali permintaan akan jasa berfluktuasi.

4. Keanekaragaman

Jasa memiliki sifat keanekaragaman yaitu tergantung siapa yang menyediakan, kapan waktu pelayanannya dan dimana tempat diberikannya layanan jasa tersebut.

2.4 Pemasaran On-Line

Untuk bisnis tradisional, meningkatnya kontak dengan konsumen berbiaya sangat tinggi. Situasi ini berbalik, di online sangat kecil biaya bagi pelanggan yang aktif menggunakan sistem.

"Salah satu saluran terbaru dari sistem pemasaran langsung adalah saluran online". (Kotler, 1998: 318). Saluran ini adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dengan memanfaatkan jaringan telepon berbantuan

modem. Modem merupakan suatu alat yang menghubungkan saluran telepon dengan komputer sehingga komputer dapat menjangkau layanan online pada internet. Konsumen dapat mengunjungi situs yang sesuai dengan kebutuhan kapan saja.

menurut Kotler (2001: 31) Internet adalah jaringan global yang luas dan terus berkembang yang menghubungkan para pengguna komputer dari segala jenis diseluruh dunia. Dengan internet kita bisa berhubungan antar jaringan komputer dengan sistem akses yang paling populer www, yaitu sebuah software yang dioperasikan pada internet.

Berbagai transaksi perbankan yang dilakukan oleh nasabah ataupun pelaku bisnis telah dilakukan melalui internet. Pengaturan lalu lintas arus keruangan yang mengalir melalui serat optik tersebut melahirkan internet banking atau e – banking.

2.4.1 Keunggulan menggunakan Internet Banking

Beberapa keunggulan ekonomis melakukan aktivitas perbankan dengan menggunakan internet banking (Eko Aristanto, 2003: 44), antara lain:

1. Menaikkan tingkatan layanan (service level)

Dengan ATM, nasabah tidak tergantung lagi pada jam kerja bank dan tidak buang waktu untuk antri. Langkah ini diambil untuk memuaskan nasabah dan mempertahankan kesetiaan mereka.

2. Mempercepat antara jasa

Transfer informasi dan dana nasabah akan sampai hanya dengan hitungan menit atau bahkan detik.

3. Meningkatkan efisiensi

Satu unit di bank hanya memerlukan sedikit karyawan tetapi terjamin akurasiya.

Meningkatkan produktivitas karyawan

Komputer akan mendayagunakan karyawan untuk menyelesaikan tugas lebih banyak tetapi dengan kurun waktu minimal.

2.5 Kepuasan Pengguna

2.5.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan menurut Philip Kotler (2003: 42) adalah ”perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Seperti dijelaskan dalam definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya mudah untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

2.5.2 Pengukuran Kepuasan

Menurut David dan Hise, 2000 kepuasan nasabah e-banking dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- a) kenyamanan
- b) *merchandising*
- c) design situs
- d) keamanan transaksi

2.6 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Para Penggunanya

Menurut Eko Aristanto, 2003 “Peningkatan Layanan Prima Bagi Nasabah Melalui Penciptaan Nilai Jasa Perbankan Berbasis Teknologi Informasi” Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi Vol. 1 (1) bahwa melalui kemampuan dan kecanggihan informasi akan membantu dalam menciptakan berbagai saluran-

saluran elektronik untuk memuaskan nasabah (customer's satisfaction) satu diantara internet banking. Karena itu sangatlah diperlukan daya kreasi dan bahkan daya inovasi yang tinggi dan brilliant untuk menciptakan produk dan jasa untuk memanjakan nasabah.

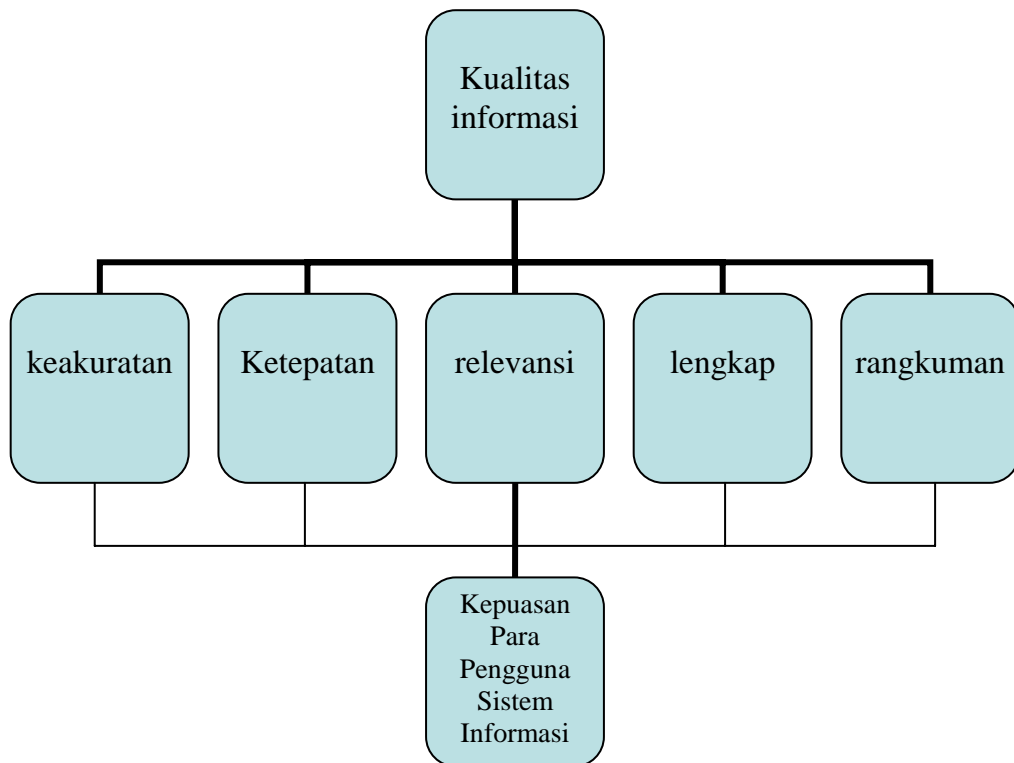
Sedang menurut Parikh dan Fazlollahi (2002) yang dikutip oleh Nurmala Ahmar dalam jurnal "Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Berbasis Web" Vol 8 (1), kepuasan pengguna yang tinggi terhadap sebuah sistem akan mendorong perilaku yang positif terhadap kegunaan sistem tersebut dan pada gilirannya akan meningkatkan kegunaan sesungguhnya dari sistem. Sebagai pengguna meningkatkan kegunaan sebuah sistem dan terealisasinya tujuan dianggap keberhasilan dari sebuah sistem. Oleh karena itu kepuasan pengguna merupakan faktor kritis dalam pengembangan kegunaan sistem dan keberhasilan sebuah sistem.

2.7 Model Teori

Dalam dunia perbankan, implementasi sistem berbasis teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat cepat. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan bagi penggunanya, salah satu adalah kualitas informasi dalam menghasilkan informasi yang akurat, tepat, cepat, dan relevan.

Untuk memperoleh informasi yang akurat, tepat, cepat dan relevan diperlukan sebagai sarana pendukungnya. Dengan adanya komputer akan dapat menghasilkan informasi yang berkualitas bagi para penggunanya

GAMBAR 1
MODEL TEORI
PENGARUH KUALITAS INFORMASI ATAS LAYANAN INTERNET
BANKING TERHADAP KEPUASAN PARA PENGGUNA SISTEM
INFORMASI

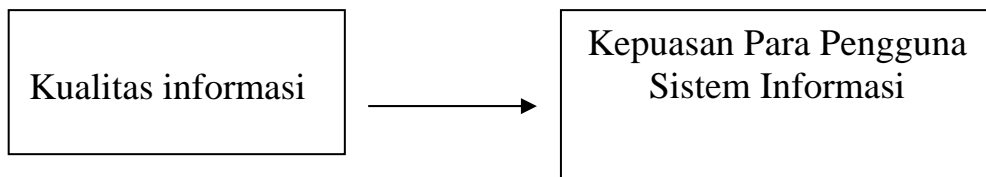


2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah merupakan jawaban sementara dari pertanyaan yang ada dalam perumusan masalah yang harus dibuktikan kebenarannya atau ketidakbenarannya dengan alat uji melalui pengumpulan dan penganalisisan data. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu dugaan sementara tentang adanya sesuatu, dengan diiringi perkiraan mengapa atau sebab adanya demikian. Jadi hipotesis yang dikemukakan nantinya bukanlah suatu jawaban yang benar secara mutlak, tetapi dipakai sebagai jalan untuk mengatasi permasalahan yang ada, dan masih harus dibuktikan kebenarannya.

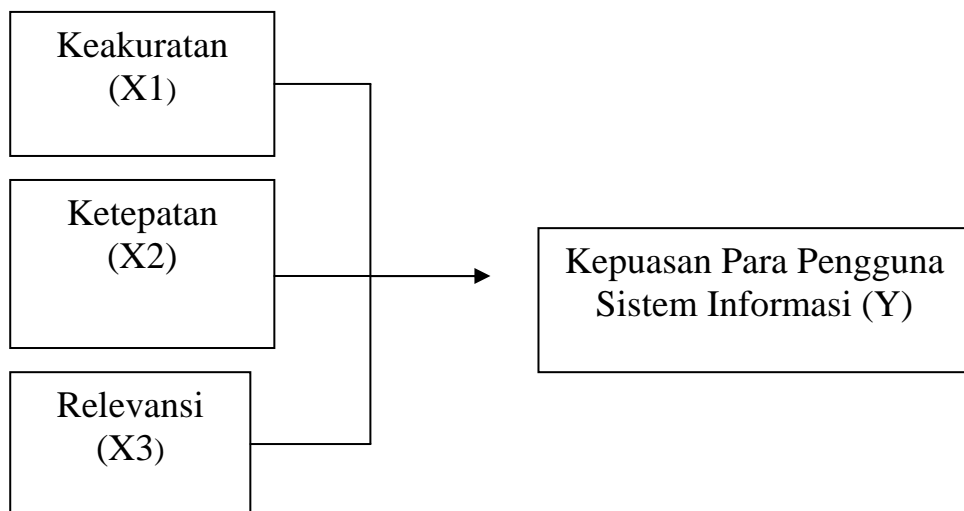
Berdasarkan konsep yang telah dikemukakan maka diturunkan kedalam model konsep sebagai berikut:

GAMBAR 2
MODEL KONSEP
PENGARUH KUALITAS INFORMASI ATAS LAYANAN INTERNET
BANKING TERHADAP KEPUASAN PARA PENGGUNA SISTEM
INFORMASI



Dari model konsep yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan suatu model hipotesa dalam penelitian ini sebagai berikut:

GAMBAR 3
MODEL HIPOTESIS
PENGARUH KUALITAS INFORMASI ATAS LAYANAN INTERNET
BANKING TERHADAP KEPUASAN PARA PENGGUNA SISTEM
INFORMASI



Berdasarkan model hipotesis, dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

1. Hipotesis I

Diduga peubah keakuratan (X1), ketepatan (X2), dan relvansi (X3) secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan para pengguna sistem informasi (Y).

2. Hipotesis II

Diduga peubah ketepatan (X2) mempunyai hubungan dan pengaruh dominan terhadap kepuasan para pengguna sistem informasi (Y), dibandingkan dengan keakuratan (X1) dan relevansi (X3).

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini dikemukakan tentang jenis penelitian, peubah dan pengukuran populasi, penentuan sample, metode pengumpulan serta analisis data.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian korelasional yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauhmana lemah kuatnya pengaruh dan hubungan antara peubah bebas dan peubah terikat. Menurut Fox yang dikutip oleh Umar (2000: 50), "Metode penelitian korelasional adalah penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel yang berbeda dalam suatu populasi."

3.2 Peubah dan Pengukuran

3.2.1 Peubah

Peubah adalah suatu atribut dari sekelompok obyek dengan ciri adanya variasi antara suatu obyek dengan obyek yang lain dalam kelompok tersebut.

Untuk mengetahui konsep yang konkrit perlu diterapkan terlebih dahulu peubah yang akan diteliti, adapun peubahnya terdiri dari:

- 1) Peubah Bebas

Peubah bebas adalah peubah yang menjadi sebab terjadi atau terpengaruhnya variabel terikat.

- a) Keakuratan (X1)

Merupakan informasi yang bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan.

Item-item dari peubah tersebut adalah:

- (1) Informasi harus bebas dari kesalahan atau penyimpangan
- (2) Peranan keakuratan sebagai pengambilan keputusan
- (3) Keamanan dan jaminan kerahasiaan nomor rekening

b) Ketepatan (X2)

Merupakan informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat.

Adapun item-item yang terdapat dalam peubah tersebut meliputi:

1. Informasi disajikan pada saat yang tepat
2. Peranan ketepatan waktu dalam pengambilan keputusan
3. Ketepatan informasi pada saat dibutuhkan secara mendadak

c) Relevansi (X3)

Merupakan informasi yang mempunyai manfaat untuk pemakainya.

Item-item dalam peubah ini adalah:

- (1) Informasi relevan jika melayani suatu tujuan
- (2) Peranan relevansi dalam pengambilan keputusan
- (3) Relevansi untuk mengurangi ketidakpastian

2. Peubah Terikat

Peubah terikat adalah peubah yang nilainya dipengaruhi oleh peubah bebas (Umar, 2000: 82). Peubah terikat adalah kepuasan para pengguna sistem informasi (Y). Merupakan perasaan senang dari seorang pengguna informasi yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil informasi yang diperolehnya dan harapan-harapan atas informasi tersebut.

Adapun item-item yang terdapat dalam peubah tersebut adalah:

- a) Kepuasan nasabah melalui e-banking karena informasi yang dihasilkan akurat
- b) Kepuasan nasabah atas layanan e-banking karena informasi yang dihasilkan tepat waktu
- c) Kepuasan nasabah atas layanan e-banking karena informasi yang dihasilkan relevan

3.2.2 Pengukuran

Dalam penelitian ini untuk mengukur peubah digunakan skala yang dapat memperlihatkan tanggapan seseorang terhadap karakteristik sesuatu (sangat setuju, setuju, bimbang, tidak, setuju, sangat tidak setuju). Pemetaan bobot penilaian adalah sebagai berikut:

- 1) Skala 5, apabila jawaban a diberi bobot 5
- 2) Skala 4, apabila jawaban b diberi bobot 4
- 3) Skala 3, apabila jawaban c diberi bobot 3
- 4) Skala 2, apabila jawaban d diberi bobot 2
- 5) Skala 1, apabila jawaban e diberi bobot 1

Kuantifikasi model skala likert

jawaban	skor
A	5
B	4
C	3
D	2
E	1

3.3 Proses Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam 3 tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pengumpulan data dan tahap analisis data.

a. Tahap Persiapan

Persiapan penelitian diawali dengan menyediakan alat ukur penelitian sebanyak jumlah responden yang dilibatkan dalam penelitian ini.

Mengajukan permohonan izin penelitian kepada Bank dan para nasabah.

b. Tahap Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dilakukan sesuai waktu yang disepakati antara peneliti/asisten peneliti dengan petugas Bank.

c. Tahap Analisis Data

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

1. pengecekan kembali data yang terkumpul,
2. penyekoran,
3. merapikan dan mengatur hasil penyekoran untuk keperluan analisis,
4. pengecekan data dengan mencocokkan data yang telah dicetak dengan data pada konsep tabulasi,
5. menganalisis data, dan
6. penafsiran hasil analisis.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan korelasi product moment dari Pearson untuk pengujian hipotesis pertama, dan uji perbedaan t-test untuk menguji hipotesis kedua (Azwar, 1996). Seluruh proses analisis menggunakan bantuan program SPSS for window versi 12,0. Selain itu, juga akan dilakukan analisis kualitatif terhadap hasil wawancara terhadap sejumlah subjek untuk memperkuat dukungan terhadap hasil analisis inferensial (Poerwandi, 1998

3.4 Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup dan waktu yang ingin diteliti (Durianto, dkk, 2001: 26). Suatu survey tidak harus meneliti semua populasi, sebab akan memerlukan waktu, tenaga dan biaya yang besar. Oleh karena itu dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi. Selanjutnya Durianto, dkk (2001: 26) menyatakan bahwa, "Sampel adalah sebagian dari observasi yang dipilih dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya".

Sampel dalam suatu penelitian terutama didasarkan pada berbagai pertimbangan berikut:

1. Pengamatan terhadap seluruh anggota populasi
2. Pengamatan terhadap seluruh anggota populasi dapat bersifat merusak
3. Menghemat waktu, biaya dan tenaga
4. Mampu memberikan informasi yang lebih menyeluruh dan mendalam (komprehensif)

Tehnik yang dipakai dalam penelitian ini yaitu tehnik sampling. Dimana yang dijadikan anggota sampel adalah nasabah yang menabung di Bank BCA Malang.

Menurut Fraenkel & Wallen (Sigit, 1999: 70) menyarankan, besar sampel minimum untuk:

- a. Penelitian deskriptif, sebanyak 100
- b. Penelitian korelasional, sebanyak 50
- c. Penelitian kausal-perbandingan, sebanyak 30 per grup
- d. Penelitian eksperimental, sebanyak 30 per grup meskipun dengan 15 per grup dapat dipertahankan jika kontrolnya ketat.

Berdasarkan pendapat dan saran dari para ahli tersebut, maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 55 responden.

Sedangkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara *Accidental Sampling* (kebetulan), dimana teknik sampling kebetulan dilakukan apabila pemilihan anggotanya dilakukan terhadap orang yang kebetulan ada atau dijumpai. Keunggulan dari teknik ini adalah biaya murah cepat dan mudah.

3.5 Metode Pengumpulan

Didalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dipergunakan adalah:

3.5.1 Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap obyek penelitiannya dalam hal ini adalah Bank BCA Malang. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai aktivitas yang dilakukan Bank BNI Syariah Malang.

3.5.2 Interview

Proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden. Pengumpulan data dengan menanyakan langsung kepada pihak yang kompeten dalam hal ini nasabah Bank BCA.

3.5.3 Kuesioner

Cara atau teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran angket yang berisi daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan kepada responden secara acak (Kusmayadi , 2000:82). Tujuan utama dari penyebaran angket ini adalah untuk memperoleh informasi validitas dan reliabilitas tentang tujuan survei. Untuk lebih menjamin hasil yang telah memuaskan selain dilakukan dengan uji korelasi juga digunakan prinsip-prinsip pengukuran untuk melihat kesahian (*validitas*), kepraktisan dan keterhandalan (*reliabilitas*) pernyataan yang akan dikirim ke responden.

Kuesioner adalah merupakan salah satu jenis instrument pe-ngumpulan data yang disampaikan kepada responden/subjek penelitian melalui sejumlah

pernyataan, teknik ini dipilih karena semata-mata subjek adalah orang yang mengetahui dirinya sendiri, apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya dan diinterpretasikan subjek tentang pertanyaan, pertanyaan yang diajukan kepada subjek adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Kuesioner yang digunakan didesain berdasarkan model skala likert yang berisi sejumlah pernyataan yang menyatakan objek yang hendak diungkap, penskoran atas kuesioner skala likert yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada lima alter-native jawaban, sebagaimana terlihat dibawah ini yaitu:

Sangat setuju = 5

Setuju = 4

Ragu-ragu = 3

Kurang setuju = 2

Tidak setuju = 1

3.5.4 Koefisien Korelasi berganda

Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan keeratan hubungan suatu antara peubah bebas dengan peubah terikat. Menurut Umar (2000:260), rumus yang digunakan untuk menghitung kuatnya hubungan dari kedua peubah, adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\text{Jumlah kuadrat regresi}}{\text{Jumlah Kuadrat terkoreksi}}$$

Nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara -1 sampai +1. Bila angka korelasi (r) dikuadratkan, hasil kuadrat ini disebut koefisien determinasi yang merupakan petunjuk besarnya hasil pengukuran yang sebenarnya. Menurut Sugiarto dan Harijono (2000:79), "Ukuran proporsi atau prosentase sumbangan variabel penjelas yang masuk kedalam model terhadap variasi naik turunnya variabel y secara bersama-sama adalah koefisien determinan R^2 .

3.5.5 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui besar pengaruh peubah bebas terhadap peubah terikat digunakan analisa regresi berganda. Menurut Sugiarto dan Harijono (2000:57), rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \dots + b_n X_n + e_i$$

Dimana:

Y	= Peubah terikat
X_1, X_2, \dots, X_k	= Peubah bebas
b_0, b_1, \dots, b_k	= Koefisien regresi
a	= Konstan
e_i	= Bagian kesalahan taksiran

Umar (2000: 261), menyatakan bahwa alat uji yang digunakan adalah uji t dengan taraf signifikan (= 5%):

$$t = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Kriteria pengujian adalah H_0 Tolak jika harga mutlak t hitung lebih besar dari harga t tabel dengan taraf signifikan (= 5 %).

- ***Asumsi Model Analisis Regresi Berganda***

Penggunaan model regresi untuk mengujian hipotesis harus sesuai dengan asumsi yang mendasarinya.

Asumsi tersebut meliputi empat hal sebagai berikut:

a. *Heteroskedastisitas* k , $E(e^2) = 2 \sigma^2$, artinya varians gangguan tidak berbeda dari satu observasi ke observasi lainnya atau dapat dikatakan tiap observasi mempunyai realitas yang sama.

b. *Non-Autokorelasi*, $E(e_i, X_i) = 0$, artinya gangguan pada satu observasi tidak berkorelasi dengan gangguan observasi lain. Artinya nilai variabel tidak bebas hanya diterangkan oleh variabel bebas dan bukan oleh variabel gangguan.

c. Variabel gangguan tidak berkorelasi dengan variabel bebas, artinya *Non-Multikolinearuty*, $E(e_i, X_i) = 0$, asumsi ini mempunyai implikasi bahwa nilai variabel bebas tidak berubah dari satu sampel ke sampel lainnya karena memang variabel bebas ini akan dilihat pengaruhnya terhadap variabel tergantung.

d. Normalitas, gangguan (*error*) mengikuti pola yang berbentuk distribusi normal. Hal ini dapat dilihat pada data uji normalitas dengan menggunakan bantuan program SPSS V.10.05. Bila grafik memiliki kecenderungan seperti garis lurus, maka gangguan (*error*) mengikuti asumsi distribusi normal.

Keempat hal di atas merupakan kondisi yang ideal (klasik) dan bila kondisi yang ideal ini terpenuhi maka dalam ekonometri dinamakan Best Linier Unbiased Estimator (BLUE).

Selain uji asumsi klasik diperlukan juga uji normalitas data. Uji ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test*. Tujuannya untuk menguji perbedaan distribusi kumulatif dari variabel kontinyu, sehingga merupakan *test of goodness of fit*. Untuk digunakan tabel d, dimana d adalah selisih absolut maksimum antara distribusi nilai kumulatif dari sejumlah n sampel random dengan nilai kumulatif distribusi teoritis yang diujikan dalam H_0 . Uji *normalitas* data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS v.10.05. Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Uji *signifikansi* (pengaruh nyata) variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel terikat (Y) baik secara bersama-sama (*simultan*) maupun secara parsial (*individual*) akan dilakukan dengan uji sebagai berikut.

Uji F statistik digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0,$$

artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (*simultan*) dari seluruh variabel bebas (X1 s.d. X3) terhadap variabel terikat (Y). $H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (*simultan*) dari seluruh variabel bebas (X1 s.d. X3) terhadap variabel terikat (Y). Nilai F hitung dapat dicari dengan rumus (Gujarati, 1995: 121):

$$F_{hit} = \frac{\frac{R^2}{(K - 1)}}{\frac{(1 - R^2)}{(n - K)}}$$

Untuk menentukan nilai F-tabel, tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$ dimana n adalah jumlah observasi k adalah jumlah variabel termasuk intersep dengan kriteria uji yang digunakan adalah :

- Jika $F_{hit} > F_{tabel}(\alpha, k-1, n-k)$, maka H_0 ditolak.
- Jika $F_{hit} < F_{tabel}(\alpha, k-1, n-k)$, maka H_0 diterima.

Keterandalan OLS sebagai alat estimasi sangat ditentukan oleh *signifikansi* parameter-parameter yang dalam hal ini *koefisien regresi* (b_1). Uji keberartian koefisien (b_1) dilakukan dengan statistik t (*student t*). Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel bebasnya. Hipotesa yang digunakan adalah:

$$H_0 : b_i = 0,$$

artinya tidak terdapat pengaruh yang *signifikan* dari variabel bebas secara individual (X_i) terhadap variabel terikat (Y). $H_0 : b_i \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang *signifikan* dari variabel bebas secara individual (X_i) terhadap

variabel terikat (Y). Nilai t statistik hitung dapat dicari dengan menggunakan rumus (Gujarati, 1995: 114).

$$t_{\text{hit (i)}} = \frac{\text{Koefisien regresi (b}_1\text{)}}{\text{Standar deviasi (b}_1\text{)}}$$

Untuk menentukan nilai t statistik tabel, digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel termasuk intersep dengan kriteria uji adalah:

- Jika $t_{\text{hit}} > t_{\text{tabel}} (\alpha, n-k-1)$, maka H_0 ditolak.
- Jika $t_{\text{hit}} < t_{\text{tabel}} (\alpha, n-k-1)$, maka H_0 diterima.

Untuk menguji dominasi variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y) akan dilakukan dengan melihat pada koefisien korelasi parsial (r), nilai koefisien korelasi parsial variabel (X_i) yang paling tinggi menunjukkan tingkat hubungan dan pengaruh yang dominan terhadap variabel Y. Korelasi (r) adalah koefisien yang menyatakan hubungan antara dua variabel, dengan rumusnya :

$$r = \frac{S_{xy}}{\sqrt{S_{xx} \cdot S_{yy}}}$$

$$S_{xy} = \sum_{i=1}^n x_i y_i - n \bar{x} \bar{y}$$

$$S_{xx} = \sum_{i=1}^n x_i^2 - n \bar{x}^2$$

$$S_{yy} = \sum_{i=1}^n y_i^2 - n \bar{y}^2$$

$$-1 \leq r \leq 1$$

Mendekati -1 atau 1 berarti korelasinya sangat kuat, mendekati 0 berarti korelasinya lemah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmar, Nurmala dan Paramon, Yuda, (2005), *Ventura: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, "Faktor-faktor yang Berpengaruh Pada Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Berbasis WEB", Vol 8, No 1, April, Hal 89-105.
- Arikunto, Suharsini, (1993), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cetakan Ketujuh, Rineka Cipta, Jakarta.
- Aristanto, Eko, (2003), *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi* "Peningkatan Layanan Pribadi Bagi Nasabah Melalui Penciptaan Nilai Jasa Perbankan Berbasis Teknologi Informasi". Vol 1, No 1, April Hal 35-46.
- Baridwan, Zaki, (1993), *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta.
- Dendawijaya, Lukman, (2001), *Manajemen Perbankan*, Cetakan Pertama, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Durianto, dkk, (2001), *Strategi Menaklukkan Pasar*, Cetakan Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Engel, J.F., dan Blackwell, D.B., (1994), *Perilaku Konsumen*, Edisi 6, Jilid 1 & 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Gujarati, Damodar, (1999), *Ekonometrika Dasar*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hall, James A., (2001), *Sistem Informasi Akuntansi*, Buku Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Hanson, Ward, (2000), *Principles of Internet Marketing*, First Published, South-Western College, USA.
- Jogiyanto, (1993), *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kasmir, (2000), *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi, Cetakan Keempat, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Khoe, Yao, Tung, (1996), *Pemasaran dan Bisnis di Internet: Strategi Memenangkan Persaingan*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong, (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, (1997), *Marketing Management*, 9th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar, (2000), *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Makridakis, dkk., (1995), *Metode dan Aplikasi Peramalan*, Terjemahan: Untung Sus A, dan Abdul Basith, Edisi Kedua, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta.
- Mcleod, Raymond Jr, (2001), *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi Ketujuh, jilid Satu, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.