

ABSTRAK

Globalisasi menyebabkan persaingan bisnis menjadi lebih kompetitif dan penggunaan teknologi menjadi salah satu alat yang dapat membantu perusahaan didalam memenangkan persaingan. Industri perbankan adalah salah satu perusahaan yang terkena dampak globalisasi. Untuk menjalankan fungsinya sebagai '*financial intermediary*', bank meluncurkan salah satu fasilitas perbankan yaitu *internet banking*. Hal tersebut dilakukan juga untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan membantu perusahaan untuk bertahan dan bersaing.

BCA adalah salah satu bank yang berhasil dalam mengembangkan produk perbankan untuk individu yaitu *internet banking* BCA/ klikBCA. Terbukti dengan didapatkannya penghargaan REBI 2010 untuk transaksi *online banking* terbanyak. Pada penelitian ini, penulis meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *internet banking* BCA di Surabaya. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang sudah menggunakan *internet banking* BCA lebih dari satu tahun dan bertempat tinggal di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kepercayaan, kualitas layanan dan nilai konsumen (nilai fungsional dan nilai emosional) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *internet banking* BCA. Pengaruh tersebut terbukti dengan uji F dan uji t yang dilakukan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai fungsional memiliki pengaruh sebesar 25.9%, artinya nilai fungsional berpengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan tiga variabel lainnya. Melalui analisis koefisien korelasi didapatkan tingkat hubungan yang kuat antara variabel bebas dan terikat sebesar $R=0.672$. Sedangkan melalui koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar $adjusted R^2=0.428$, artinya sebesar 42.8% kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel bebas dalam penelitian ini dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Nilai Konsumen, Kepuasan Pelanggan, *Internet banking*.

ABSTRACT

Globalization causes business competition become more competitive and the use of technology becomes a mean to help company in winning the competition. Banking industry is one of the companies that faced the effect of globalization. In performing its function as financial intermediary and create customer satisfaction, bank launch a banking facility called internet. Costumer satisfaction will support the company to sustain and compete. BCA is one the banks that succeeds in developing personal banking products called BCA internet banking/KlikBCA. It was proven when it was awarded the REBI 2010 for the most frequent online transaction.

In this research, the author studied factors affecting costumer satisfaction of BCA internet banking in Surabaya. This research includes 100 respondents who used BCA internet banking more than once in a year and who domiciles in Surabaya.

The results indicated that trust, service quality, and costumer value (functional and emotional value) have positive and significant effect on customer satisfaction of BCA internet banking. The effect was found from the F-test and t-test. This research also found that functional value has the largest effect of 25.9%, which means that functional value largely effects customer satisfaction compared to other three variables. From the coefficient of correlation analysis, it showed a strong relation between the dependent and independent variable as $R=0.672$. Meanwhile, from the coefficient of determination, it indicated an adjusted $R^2=0.428$, which means that 42.8% of customer satisfaction is predicted by the independent variables of this research, and the rest percentage was predicted by other variables out of from this research.

Keywords: Trust, Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction, Internet banking