



Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking

Factors Of The Internet Banking Service Of The User's Satisfaction

Oleh : Ramaniko
Program Studi : Magister Manajemen
Pembimbing : Dr. EF. Slamet S.S., MBA
Tanggal Wisuda : ... Januari 2010

INTISARI

Internet Banking (IB) sudah diperkenalkan sejak tahun 1980 di Amerika dengan harapan menjadi perpanjangan tangan bagi perbankan. Semakin majunya teknologi Internet, IB menjadi sebuah layanan yang diperhatikan oleh industri perbankan. Layanan IB (IB) mulai diterapkan di Indonesia pada tahun 1998 dan saat ini hampir bank-bank besar memilikinya, termasuk PT.X. Layanan IB PT.X merupakan sebuah alternatif bagi nasabahnya untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja.

PT.X mendorong kepada para nasabah pengguna untuk menggunakan layanan IB PT.X. Hal ini menjadi perhatian peneliti bahwa apakah layanan tersebut sudah bisa diterima dan fasilitasnya dapat memuaskan para nasabah pengguna. Untuk mengetahuinya digunakan dua teori sekaligus, yaitu Technology Acceptance Model (TAM) dan Service Quality (Servqual). Dua teori ini memiliki variabel yang dapat digunakan untuk menggali perasaan konsumen dalam menerima layanan IB PT.X dan kepuasan atas penggunaannya.

Data dari nasabah pengguna dikumpulkan secara online. Sebanyak 300 kuesioner disebar langsung ke email nasabah pengguna. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui kepuasan mereka terhadap penerimaan dan penggunaan layanan IB PT.X dan dapat diketahui apa saja yang harus dilakukan pihak manajemen dalam mengatasi dan membuat keputusan yang tepat.

Kata kunci: Layanan Internet Banking, Servqual, TAM, Kepuasan, Kuesioner via Online..



Factors Of The Internet Banking Service Of The User's Satisfaction

(Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking)

Author : Ramaniko
Study Program : Master of Management
Supervisor : Dr. EF. Slamet S.S., MBA
Date of Graduation : January ... 2010

ABSTRACT

The Internet Banking (IB) has been introduced since 1980 in America in the hope of becoming the extension for banking. Increasingly the Internet technology, IB became a service that was paid attention to by the banking industry. The IB service began to be applied in Indonesia during 1998 and almost big banks had it at this time, including PT.X. PT.X IB service was an alternative for his customer to deal anywhere and at any time.

PT.X encouraged the customers to use the IB PT.X. This situation became attention of the researcher that whether this service could have been accepted and all facilities they have could satisfy the user. The researcher apply two theories at the same time, that is Technology Acceptance Model (TAM) and Service Quality (Servqual). The theories had the variable that could be used to dig up the feeling of the consumer in accepting the IB PT.X service and satisfaction on his/her use.

The data gathered in an online manner. As many as 300 questionnaires were spread directly to the email of the user. And based on the data, the manager could find out the problems and the way how to fix it. Besides, the management could easy to make right decision for the problems.

Keywords: Internet Banking Service, Servqual, TAM, Satisfaction, Questionnaire Online.