

Analisis Kualitas Website dan Kepuasan Nasabah Terhadap CMS (Cash Management System) dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0

Siti Marlina¹, Bela Klaudia Pohwain², Norma Yunita³

^{1,2,3}Universitas Nusa Mandiri

¹e-mail: siti.smr@nusamandiri.ac.id

²e-mail: 11170525@nusamandiri.ac.id

³e-mail: norma.nyt@nusamandiri.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
25-10-2021	30-12-2021	12-01-2022

Abstrak - Kepuasan pelanggan merupakan hal penting untuk menjadi tolak ukur bagi perusahaan. Kantor Wilayah BRI Jakarta 1 ingin meningkatkan kualitas website yang ada sehingga nasabah semakin puas dan banyak melakukan kebutuhan transaksi perusahaan melalui website CMS (Cash Management System), namun sejauh ini Kantor Wilayah BRI Jakarta 1 belum mengetahui kekurangan dari website CMS sehingga membutuhkan evaluasi untuk mengetahui kualitas website dan tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi hubungan kepuasan nasabah dengan menggunakan metode Webqual 4.0. Populasi dan sampel penelitian diambil dari nasabah pada Kantor Wilayah BRI Jakarta 1 yang menggunakan website CMS dengan kriteria yang diambil yaitu bidang perusahaan, sudah berapa lama memakai CMS dan fasilitas yang digunakan. Kualitas website CMS (Cash Management System) secara keseluruhan berdasarkan nilai R^2 (Adjusted R Square) memberi sumbangan sebesar 72,8% terhadap kepuasan nasabah. Kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 5,492, 4,521, dan 3,869 berdasarkan tabel uji t, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas website CMS dipengaruhi oleh variabel bebas.

Kata Kunci: Wequal 4.0, Kualitas Website, Kepuasan Nasabah, Website CMS

Abstract - Customer satisfaction is an important thing to be a benchmark for the company. The BRI Jakarta 1 Regional Office wants to improve the quality of a website the existing so that customers are more satisfied and carry out many of the company's transaction needs through the CMS (Cash Management System) website, but so far the BRI Jakarta 1 Regional Office has not known the shortcomings of the website CMS so it requires evaluation to determine the quality website and the level of customer satisfaction. This study is used to evaluate the relationship of customer satisfaction using the webqual 4.0 method. The population and research samples were taken from customers at the BRI Jakarta 1 Regional Office who use the website CMS with the criteria taken, namely the field of the company, how long have they used the CMS, and the facilities used. The quality of the CMS (Cash Management System) website overall based on the value of R^2 (Adjusted R Square) contributed 72.8% to customer satisfaction. Usability quality, information quality, and service interaction quality have a significant influence on customer satisfaction of 5,492, 4,521, and 3,869 based on the t-test table, so it can be concluded that the quality of a website is CMS influenced by independent variables.

Keywords: Wequal 4.0, Website Quality, Customer Satisfaction, Website CMS

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dari abad 21 hingga memasuki era digital saat ini sangat mempermudah untuk memenuhi kebutuhan kita. Dengan hadirnya internet dapat

memberi kenyamanan bagi penggunanya, contohnya layanan *online* berupa *website*.

Website adalah strategi untuk menampilkan data di web sebagai teks, gambar, suara, dan video cerdas dan memiliki manfaat untuk menghubungkan arsip satu sama lain (*hypertext*) yang dapat diperoleh melalui suatu program. *Website* bertugas untuk



mengumpulkan halaman situs web, yang pada umumnya merupakan bagian besar dari nama area (nama spasi) atau sub area di WWW (Internet). WWW terdiri dari semua Situs yang dapat diakses oleh populasi umum (Fatmawati, Rita Irviani, Evy Septiana Rachman, Ida Putu Ayu Anggie Sinthiya, 2016)

Saat ini, layanan *online* memiliki peran penting bagi suatu perusahaan karena dapat membantu para penggunanya. Salah satu perusahaan yang menggunakan layanan online adalah perusahaan di bidang perbankan. Teknologi informasi sangat mempengaruhi strategi dunia perbankan yang mendorong persaingan dibidang layanan. Dengan adanya penyediaan layanan *online* berupa *website* di bidang perbankan dapat digunakan untuk menjawab keinginan nasabah yang ingin *service* tepat, aman, cepat, murah dan dapat dijangkau dimana saja selama 24 jam.

Kualitas *website* merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Sejauh ini, layanan *website* yang disediakan oleh bank belum memiliki bukti yang menyatakan bahwa dengan adanya fasilitas *website* dapat memenuhi kriteria nasabah yang menginginkan kenyamanan, kecepatan dan ketepatan. Sebab itu, perlu diteliti untuk mengetahui apakah fasilitas *website* yang disediakan sudah memenuhi kriteria nasabah. Memperkirakan sifat *website* yang bergantung pada keinginan dan asumsi nasabah penting untuk menjaga keberadaan dan pencapaian situs melalui web.

Bank terbesar milik pemerintah yaitu PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk menyediakan berbagai macam produk layanan *online* berupa *website*. PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk selalu berusaha untuk memberi dan menawarkan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Salah satu *website* yang disediakan PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk adalah CMS (*Cash Management System*).

CMS adalah jenis layanan pengelolaan keuangan yang dapat membantu suatu entitas bisnis dalam melakukan transaksi, mengawasi, dan manajemen likuiditas untuk menciptakan kondisi keuangan perusahaan yang paling optimum melalui sistem yang terintegrasi dan terkoneksi *online* dengan bank. CMS disediakan untuk membantu nasabah melakukan transaksi dan memonitoring keuangan nasabah. Sejauh ini, belum terdapat pengukuran kualitas *website* CMS pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas *website* CMS (*cash management system*) menggunakan metode webqual 4 dan untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap *website* CMS (*cash management system*) menggunakan metode webqual 4.0.

a. Webqual 4.0

Webqual adalah metode untuk mengukur kualitas *website* didasari dari pendapat pemakai

website. Servqual juga banyak dipakai dalam pengukuran kualitas dalam jasa, metode ini merupakan metode yang dikembangkan menjadi metode webqual dan sudah dipakai sejak 1998, dan terdiri dari webqual 1.0 hingga webqual 4.0 (Himawat Aryadita, Widyastuti, & Wardani, 2017), Hasil dari webqual 4.0. Ini dititikberatkan hanya pada 3 dimensi kualitas *website* diantaranya :

1) Usability Quality

Kualitas kegunaan terkait dengan rencana pembuatan *website*, sebagai contoh tampilan *website*, serta mudah bernavigasi sesuai yang di katakan pengguna.

2) Information Quality

Kualitas dilihat dari isi informasi yang terkandung di *website*, terlepas dari apakah data yang akan disampaikan akurat dan tepat.

3) Service Interaction Quality

Kualitas interaksi layanan yang berhubungan langsung dengan pengguna dalam penelusuran *website*.

b. Hipotesis

Menurut (Fathur Rohman dan Didik Kurniawan, 2017), hipotesis adalah suatu asumsi yang mungkin *valid*, dan sering digunakan sebagai alasan untuk pemikiran kritis atau tambahan eksplorasi. Anggapan atau asumsi dari sebuah hipotesis juga merupakan data yang mempunyai kemungkinan data tersebut belum *valid* atau keliru, jadi harus diuji kebenarannya dengan menggunakan hasil data yang diperoleh dari penelitian dan dibuktikan secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

H1 : Adanya pengaruh positif yang signifikan antara Kegunaan (*Usability*) dengan kepuasan nasabah CMS.

H2 : Adanya pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas Informasi (*Information Quality*) dengan kepuasan nasabah CMS.

H3 : Adanya pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas Interaksi layanan (*Service Interaction Quality*) dengan kepuasan nasabah CMS.

c. Defenisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2013), Variabel penelitian yaitu apapun yang menurut peneliti layak untuk diteliti hingga diperolehnya informasi dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini ditentukan dua variabel, sebagai berikut:

- 1) *Independent variable* (X) atau disebut juga *abtecedent variable*, *predictor*, *stimulus*. *Independent variable* yaitu variabel yang membuat atau penyebab perubahan

munculnya *dependent variable* (terikat)(Dahlia Widhyaestoeti dan Husen, 2017).

- 2) *Dependent variable* (Y) adalah variabel yang terpengaruh atau yang menjadi dampak, dengan adanya *independent variable* (Dahlia Widhyaestoeti dan Husen, 2017)

d. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*)

SPSS merupakan aplikasi *software* perhitungan statistik baik non parametrik maupun parametrik untuk menganalisis data. SPSS mempunyai tingkat analisis statistik yang sangat tinggi, karena dengan menggunakan SPSS dapat memberi kemudahan dalam berhitung dan mampu menganalisis penelitian dengan jumlah variabel yang banyak. (Ghozali, 2018).

e. Uji Validitas

Pengukuran yang dipakai saat mengukur untuk menghasilkan sebuah data yang benar maka harus memakai instrumen yang benar dan tepat. Uji ini dimanfaatkan untuk mengukur legitimasi hasil respon yang sesuai. Menurut Sugiyono, salah satu syarat agar data *valid* adalah r hitung lebih besar r tabel (Ghozali, 2018).

f. Uji Reliabilitas

Menurut Silalahi, Uji reliabilitas adalah untuk melihat pernyataan yang terdapat dalam kuesioner benar-benar *reliable* dan konsisten apabila diuji berulang kali dan hasilnya tetap sama atau tidak mengalami perubahan. Apabila nilai r hitung lebih besar 0.6, berarti variabel yang diukur bersifat handal. Variabel akan dikatakan *reliable* apabila nilai r -hitung > 0.6 (Ghozali, 2018).

g. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, Pengujian normalitas bertugas untuk mengetahui variabel terikat dan variabel bebas, berjalan sebagaimana mestinya atau tidak. Dinyatakan baik apabila penyebaran data normal dimana penyebaran data pada garis kurva normal atau tidak menyimpang ke kanan atau ke kiri. Dengan memakai uji *Kolmogorov-Smirnov* pada program SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Seandainya nilai probabilitas (sig) $> 0,05$, penyebaran data normal, dan jika nilai probabilitas (sig) $< 0,05$, penyebaran data tidak normal (Ghozali, 2018).

h. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas fungsinya untuk mengecek apakah variabel independen memiliki kaitan atau korelasi. Menurut Ghozali, tujuan uji multikolinearitas yaitu untuk menguji

korelasi antara *independent variable* (bebas). Seandainya nilai *tolerance* $> 0,1$ dan VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 , data dikatakan tidak terjadi mulikolinearitas, sedangkan apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 , maka data dikatakan terjadi mulikolinearitas (Ghozali, 2018).

i. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali, pengujian heterokedastisitas dilakukan untuk melihat model regresi, dimana varians dari residual tidak sama atau berbeda. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan melihat penyebaran varians residual. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heterokedastisitas dan untuk mengetahuinya dapat diuji dengan uji glejser, apabila nilai sig *independent variable* $> 0,05$, tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

j. Analisis Koefisien Determinasi

Dilakukan untuk mendeteksi berapa presentase kontribusi yang diberi oleh *independent variable* secara bersamaan kepada *dependent variable* (Ghozali, 2018).

k. Uji F

Menurut (Ferdinand, 2014), uji F dilakukan untuk melihat secara keseluruhan apakah *independent variable* berpengaruh terhadap *dependent variable*. Dinyatakan berpengaruh apabila nilai F hitung (Sig) $< 0,05$.

l. Uji T

Menurut Priyastama, uji T diuji untuk memeriksa secara parsial apakah masing-masing *independent variable* (bebas) memiliki pengaruh terhadap *dependent variable* (terikat). Serta bisa dipakai dalam penentuan uji hipotesis masing-masing variabel (Ghozali, 2018).

Penelitian Terkait

Penelitian oleh Pradita Pusfitaningrum dan Yesni Malau, 2018, "Analisis kualitas website JD.id terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode webqual 4.0". Indonesia zaman sekarang begitu meningkat sehingga banyak perusahaan ataupun organisasi memakai web sebagai media dalam menjalankan bisnis seperti usaha elektronik (bisnis internet) sangatlah mungkin untuk menjadi tempat belanja yang terkenal, kemudahan transaksi dan belanja semakin mudah dan secara produktif merupakan daya tarik bagi para pengguna untuk memilih halaman web bisnis online. Sebagai salah satu lokal bisnis internet yang ingin bertahan dan terus berkiprah di tengah maraknya destinasi bisnis internet saat ini dan di kemudian hari, situs JD.id

perlu penilaian dari suatu penelitian. Peneliti memakai metode webqual 4.0 dengan 24 pertanyaan dan 60 responden, mengingat informasi yang diperoleh, penyusunan informasi dilakukan dengan memanfaatkan program SPSS sehingga tingkat kepentingan pemenuhan pengguna website JD.id dengan 3 aspek yang terdapat dalam metode webqual 4.0. Mengingat hasil data yang diolah, diperoleh bahwa terdapat adanya pengaruh positif atau signifikan antar kualitas website dengan kepuasan pengguna website JD.id (Malau, Yesni, Pusfitaningrum, 2018)

Penelitian oleh Fathur Rohman dan Didik Kurniawan, 2017, "Pengukuran Kualitas Website Badan Nasional Penanggulangan Bencana Menggunakan Metode Webqual 4.0". Penelitian ini menelatarbelakangi sejauh mana website BNPB bisa bermanfaat bagi pemakai internet, oleh karena itu perlu dievaluasi untuk mengukur kualitas website tersebut. Peneliti memakai metode WebQual 4.0 dengan 4 aspek yaitu kualitas interaksi, kegunaan, informasi dan kepuasan pengguna. Dengan diperoleh hasil sebesar 51,9%, dan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh ketiga aspek tersebut (Fathur Rohman dan Didik Kurniawan, 2017)

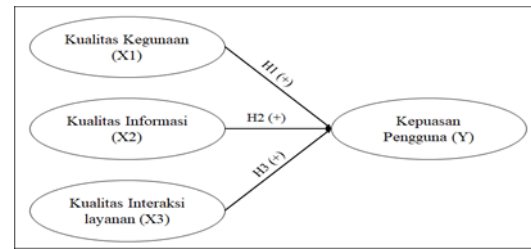
Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Alvina Puji Astuti dan Puspita Kencana Sari, 2016, "Analisis kualitas website lazada Indonesia berdasarkan metode webqual 4.0 dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna". Tujuan dilakukan penelitian agar diketahui dampak dari kualitas website Lazada Indonesia terhadap kepuasan pengguna memakai metode WebQual 4.0. Data didapat melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah pernyataan 22 dan disebarakan bagi 270 responden yang adalah pemakai website Lazada di kota Bandung. Hasil responden dikelola dengan uji analisis Regresi Linier Berganda. Sehingga dihasilkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif serta signifikan kepada kepuasan pengguna (Astuti, Alvina Puji dan Sari, 2016)

METODOLOGI PENELITIAN

a. Instrumen Penelitian

1) Pengembangan Model

Pengembangan model adalah model konseptual yang dikembangkan dari teori Webqual oleh Barnes dan Vidgen dan teori kepuasan pengguna oleh Doll dan Torkzadeh.



Gambar 1. Model Model Konseptual

2) Pengukuran Variabel

Tahapan untuk menentukan variabel yang akan dipakai sesuai dengan model yang ditentukan. Berdasarkan model konseptual, variabel pada penelitian ini yaitu kualitas kegunaan (X1), kualitas informasi (X2), kualitas interaksi layanan (X3), dan kepuasan nasabah (Y).

b. Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis yang disebarakan atau dibagikan kepada responden untuk mengumpulkan informasi. Pada penelitian ini, kuesioner dibuat dalam bentuk link google form dengan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah pengukur yang dipakai untuk menaksir pandangan seseorang dalam menilai suatu hal. Pada skala likert pertanyaan diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1 (Pradipta Angga Saputra dan Adi Nugroho, 2017)

Pembuatan kuesioner pada penelitian ini, dibuat pada google form berupa link yang akan dibagikan dan diisi oleh nasabah CMS (Cash Management System) pada Kantor Wilayah BRI Jakarta 1 sesuai dengan jumlah responden yang telah ditentukan.

Terdapat dua variabel, yaitu : variabel x mempunyai 3 aspek antara lain kualitas interaksi layanan, kualitas kegunaan dan kualitas informasi dengan jumlah indikator 25 dan variabel y yaitu kepuasan nasabah. Dari jumlah keseluruhan 25 indikator, akan dijabarkan menjadi 30 pernyataan dalam kuesioner.

2) Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013), mengatakan bahwa populasi merupakan suatu kumpulan yang terdiri dari subjek atau makhluk pada lingkungan tertentu untuk diteliti serta ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013), sampel merupakan beberapa bagian dari karakteristik dan jumlah yang diambil dari populasi.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah CMS (cash Management System) pada Kantor Wilayah BRI Jakarta 1 dengan jumlah populasi sebanyak 1238 nasabah CMS (cash Management System) serta besaran sampel, diambil dari jumlah

populasi nasabah CMS (cash Management System), jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan 10% tingkat kesalahan (acceptable error). Pada gambar berikut ini adalah hasil jumlah sampel yang dihitung dengan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{N(e^2) + 1}$$

$$n = \frac{1238}{1238(0.10)^2 + 1} = 92.52 = 93 \text{ (dibulatkan)}$$

Gambar 2. Perhitungan Sampel Menggunakan Rumus Slovin

c. Metode Analisis Data

1) Uji Validitas

Untuk melihat dan menguji setiap pernyataan dalam kuesioner apakah benar (valid) atau tidak. Pengujian validitas dihitung dengan bantuan aplikasi SPSS. Suatu pernyataan kuesioner dikatakan benar (valid), jika nilai korelasi > nilai r-tabel.

2) Uji Reliabilitas

Bertujuan untuk melihat pernyataan yang terdapat dalam kuesioner benar-benar reliabel dan konsisten apabila diuji berulang kali dan hasilnya tetap sama atau tidak mengalami perubahan. Pengujian reliabilitas menggunakan pengujian statistik Cornbach Alpha dengan bantuan aplikasi SPSS, apabila nilai rhitung lebih besar 0.6, berarti variabel yang diukur bersifat handal. Suatu variabel akan dikatakan reliabel jika nilai r-hitung > 0.6.

3) Uji Asumsi

Pada pengujian Asumsi terdapat lima model pengujian, yaitu : uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas. Pada penelitian ini, penulis menggunakan tiga model uji asumsi yang dianggap memenuhi syarat, yaitu uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas.

4) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk melihat apakah variabel y memiliki hubungan dengan dua atau lebih dari variabel x serta seluruh datanya bersifat kuantitatif. Dimana variabel x (independent) yaitu kualitas interaksi layanan, kualitas kegunaan, dan kualitas informasi. Serta variabel y (dependent) yaitu kepuasan nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Pengujian validitas diuji dengan memasukkan data pada program SPSS versi 25 dan dengan menggunakan product moment/pearson pada 4 variabel yaitu kualitas kegunaan (X1), kualitas informasi (X2), kualitas interaksi layanan (X3), dan kepuasan nasabah (Y).

1) Kualitas Kegunaan (X1)

Uji validitas pada variabel X1 menggunakan uji two tailed (2 sisi) dan dengan nilai sig r tabel 0,05. Pernyataan pada variabel X1 akan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel dengan df = n - 2 = 93 - 2 = 91, sehingga nilai r tabel = 0,2039. Berdasarkan hasil Tabel 1, dapat dilihat pada baris Pearson Correlation dari tiap kolom Kegunaan X1 bahwa nilai correlation X1.1, X1.2 dan seterusnya memiliki nilai korelasi > r tabel = 0,2039, sehingga disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada varabel X1 adalah valid.

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Kegunaan (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Kegunaan X1
X1.1	Pearson Correlation	1	0.127	0.174	.366	.286	.207	.327	.325	.564
	Sig. (2-tailed)		0.225	0.095	0.000	0.005	0.046	0.001	0.001	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	0.127	1	.237	0.173	0.128	0.184	0.083	-0.022	.401
	Sig. (2-tailed)	0.225		0.022	0.097	0.221	0.078	0.428	0.831	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	0.174	.237	1	.222	.314	.285	0.144	0.151	.492
	Sig. (2-tailed)	0.095	0.022		0.033	0.002	0.005	0.170	0.149	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.4	Pearson Correlation	.366	0.173	.222	1	.385	.395	.386	.454	.695
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.097	0.033		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.5	Pearson Correlation	.286	0.128	.314	.385	1	.507	.445	.459	.726
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.221	0.002	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.6	Pearson Correlation	.207	0.184	.285	.395	.507	1	.344	.421	.682
	Sig. (2-tailed)	0.046	0.078	0.006	0.000	0.000		0.001	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.7	Pearson Correlation	.327	0.083	0.144	.386	.445	.344	1	.526	.663
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.428	0.170	0.000	0.000	0.001		0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.8	Pearson Correlation	.325	-0.022	0.151	.454	.459	.421	.526	1	.679
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.831	0.149	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Kegunaan X1	Pearson Correlation	.564	.401	.492	.695	.726	.682	.663	.679	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93

2) Kualitas Infomasi (X2)

Uji validitas pada variabel X2 menggunakan uji two tailed (2 sisi) dan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05. Pernyataan pada variabel X2 akan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel dengan df = n - 2 = 93 - 2 = 91, sehingga nilai r tabel = 0,2039. Berdasarkan hasil Tabel 2, dapat dilihat pada baris Pearson Correlation dari tiap kolom Informasi X2 bahwa nilai correlation X2.1, X2.2 dan seterusnya memiliki nilai korelasi > r tabel = 0,2039, sehingga disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada varabel X2 adalah valid.

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Informasi (X2)

Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Informasi X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.248	.299	.296	.211	-0.009	0.025	.458
	Sig. (2-tailed)		0.017	0.004	0.013	0.042	0.929	0.812	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	.248	1	.431	.390	.291	.288	.327	.637
	Sig. (2-tailed)	0.017		0.000	0.000	0.005	0.005	0.001	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.3	Pearson Correlation	.299	.431	1	.337	.426	.350	.310	.680
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.000		0.001	0.000	0.001	0.002	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.4	Pearson Correlation	.296	.390	.337	1	.566	.388	.565	.781
	Sig. (2-tailed)	0.013	0.000	0.001		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.5	Pearson Correlation	.211	.291	.426	.566	1	.355	.465	.733
	Sig. (2-tailed)	0.042	0.005	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.6	Pearson Correlation	-0.009	.288	.350	.388	.355	1	.530	.605
	Sig. (2-tailed)	0.929	0.005	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.7	Pearson Correlation	0.025	.327	.310	.565	.465	.530	1	.694
	Sig. (2-tailed)	0.812	0.001	0.002	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Informasi X2	Pearson Correlation	.458	.637	.680	.781	.733	.605	.694	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

3) Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Uji validitas pada variabel X3 menggunakan uji *two tailed* (2 sisi) dan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05. Pernyataan pada variabel X3 akan dikatakan *valid* jika nilai r hitung > r tabel dengan $df = n - 2 = 93 - 2 = 91$, sehingga nilai r tabel = 0,2039. Berdasarkan hasil Tabel 3, dapat dilihat pada baris *Pearson Correlation* dari tiap kolom Inetraksi Layanan X3 bahwa nilai *correlation* X3.1, X3.2 dan seterusnya memiliki nilai korelasi > r tabel = 0,2039, sehingga disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada varabel X3 adalah *valid*.

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Correlations									
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Interaksi Layanan X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.233	0.195	0.119	0.177	0.042	0.165	.470
	Sig. (2-tailed)		0.025	0.061	0.255	0.089	0.689	0.113	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.2	Pearson Correlation	.233	1	.208	.213	.211	0.130	.295	.517
	Sig. (2-tailed)	0.025		0.045	0.040	0.042	0.213	0.004	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.3	Pearson Correlation	0.195	.208	1	.261	.363	.249	0.129	.577
	Sig. (2-tailed)	0.061	0.045		0.012	0.000	0.016	0.218	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.4	Pearson Correlation	0.119	.213	.261	1	.372	.422	.495	.695
	Sig. (2-tailed)	0.255	0.040	0.012		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.5	Pearson Correlation	0.177	.211	.363	.372	1	.311	.345	.672
	Sig. (2-tailed)	0.089	0.042	0.000	0.000		0.002	0.001	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.6	Pearson Correlation	0.042	0.130	.249	.422	.311	1	.392	.607
	Sig. (2-tailed)	0.689	0.213	0.016	0.000	0.002		0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.7	Pearson Correlation	0.165	.295	0.129	.495	.345	.392	1	.658
	Sig. (2-tailed)	0.113	0.004	0.219	0.000	0.001	0.000		0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Interaksi Layanan X3	Pearson Correlation	.470	.517	.577	.695	.672	.607	.658	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

4) Kepuasan Nasabah (Y)

Uji validitas pada variabel Y menggunakan uji *two tailed* (2 sisi) dan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05. Pernyataan pada variabel Y akan dikatakan *valid* jika nilai r hitung > r tabel dengan $df = n - 2 = 93 - 2 = 91$, sehingga nilai r tabel = 0,2039. Berdasarkan hasil Tabel 4, dapat dilihat pada baris *Pearson Correlation* dari tiap kolom Kepuasan Nasabah Y bahwa nilai *correlation* Y.1, Y.2, Y.3 dan seterusnya memiliki nilai korelasi > r tabel = 0,2039, sehingga disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada varabel Y adalah *valid*.

Tabel 4. Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Kepuasan Nasabah Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.261	0.032	0.101	.270	0.199	0.060	.664	.600
	Sig. (2-tailed)		0.012	0.761	0.336	0.009	0.056	0.569	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.2	Pearson Correlation	.261	1	0.013	-0.044	.299	0.088	.250	.222	.492
	Sig. (2-tailed)	0.012		0.905	0.675	0.004	0.400	0.016	0.025	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.3	Pearson Correlation	0.032	0.013	1	.248	-0.042	.572	0.198	0.091	.477
	Sig. (2-tailed)	0.761	0.905		0.017	0.686	0.000	0.075	0.384	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.4	Pearson Correlation	0.101	-0.044	.248	1	0.087	.271	.492	.211	.499
	Sig. (2-tailed)	0.336	0.675	0.017		0.408	0.009	0.000	0.043	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.5	Pearson Correlation	.270	.299	-0.042	0.087	1	0.127	0.174	.366	.510
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.004	0.686	0.408		0.225	0.095	0.000	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.6	Pearson Correlation	0.199	0.088	.572	.271	0.127	1	.237	0.173	.615
	Sig. (2-tailed)	0.056	0.400	0.000	0.009	0.225		0.022	0.097	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.7	Pearson Correlation	0.060	.250	0.188	.492	0.174	.237	1	.222	.558
	Sig. (2-tailed)	0.569	0.016	0.075	0.000	0.095	0.022		0.033	0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.8	Pearson Correlation	.664	.222	0.091	.211	.366	0.173	.222	1	.677
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.025	0.384	0.043	0.000	0.097	0.033		0.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Kepuasan Nasabah Y	Pearson Correlation	.600	.492	.477	.499	.510	.615	.558	.677	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas diuji untuk melihat nilai konsistensi alat ukur masing-masing pernyataan pada setiap variabel penelitian. Pernyataan yang tidak reliabel akan menyebabkan pernyataan tersebut tidak konsisten terhadap pengukuran yang dilakukan. Pengujian reliabilitas diuji menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan batasan nilai > 0,6. Apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 data tersebut dikatakan reliabel dan apabila nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 data tersebut tidak reliabel.

1) Kualitas Kegunaan (X1)

Berdasarkan hasil Tabel 5, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel X1 = 0,763 atau > 0,6 dengan 8 pernyataan, maka variabel X1 adalah reliabel.

Tabel 5. Reliabilitas Kualitas Kegunaan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.763	8

- 2) Kualitas Informasi (X2)
 Berdasarkan hasil Tabel 6, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel X2 = 0,779 atau > 0,6 dengan 7 pernyataan, maka variabel X2 adalah reliabel.

Tabel 6. Reliabilitas Kualitas Informasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.779	7

- 3) Kualitas Interaksi Layanan (X3)
 Berdasarkan hasil Tabel 7, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel X3 = 0,702 atau > 0,6 dengan 7 pernyataan, maka variabel X3 adalah reliabel.

Tabel 7. Reliabilitas Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.702	7

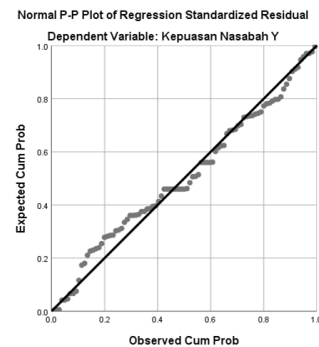
- 4) Kepuasan Nasabah (Y)
 Berdasarkan hasil Tabel 8, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel Y = 0,676 atau > 0,6 dengan 8 pernyataan, maka variabel Y adalah reliabel.

Tabel 8. Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.676	8

c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas diuji untuk melihat penyebaran data pada suatu variabel atau kelompok data apakah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas diuji menggunakan metode grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Berdasarkan Gambar 3, dapat dilihat nilai P-P Plot tidak jauh dari garis diagonal atau terletak dekat dengan garis diagonal, sehingga disimpulkan bahwa penyebaran data normal.



Gambar 3. Grafik Normal P-P Plot

d. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas diuji untuk melihat nilai VIF dan *tolerance* pada model regresi. Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, data tersebut tidak terjadi multikolinearitas sedangkan apabila nilai *tolerance* < dari 0,1 dan VIF > 10, data tersebut terjadi multikolinearitas. Berdasarkan Tabel 9, dapat dikatakan bahwa *independent variable* tidak terjadi multikolinearitas, dikarenakan memiliki nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,1.

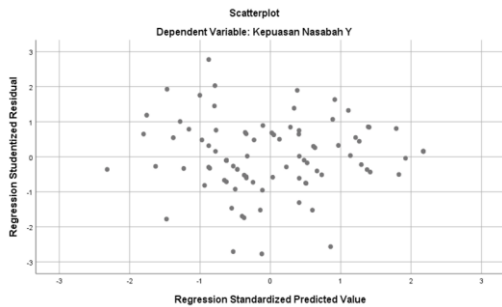
Tabel 9. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kegunaan X1	0.387	2.582
	Informasi X2	0.908	1.101
	Interaksi Layanan X3	0.411	2.434

e. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas diuji untuk melihat model regresi dimana *varians* dari *residual* tidak sama atau berbeda untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat penyebaran *varians residual*.

Berdasarkan Gambar 4, terlihat bahwa penyebaran *varians residual* tidak sama atau berbeda sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4. Uji Heterokedastisitas

f. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi atau R^2 dilakukan untuk melihat berapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berdasarkan Tabel 10, nilai *Adjusted R Square* (R^2) = 0,728. sehingga besar presentase sumbangan pengaruh *independent variable* terhadap *dependent variable* adalah 72,8%.

Tabel 10. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	0.737	0.728	1.647

g. Uji F

Uji F diuji untuk melihat pengaruh *independent variable* secara bersama-sama terhadap *dependent variable*. Selanjutnya mencari nilai F tabel dengan melihat pada tabel f dengan signifikansi 0,05 dan menentukan $df_1 = k-1$ atau $4-1 = 3$, dan $df_2 = n-k$ atau $93-4 = 89$ (k = jumlah keseluruhan variabel x dan y ; n = jumlah data). Di dapat F tabel = 2,71. Berdasarkan Tabel 11, diketahui nilai $F = 82,973$ dan nilai sig 0,000 atau nilai F hitung > F tabel maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa *independent variable* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *dependent variable*.

Tabel IV. 11 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	675.618	3	225.206	82.973	.000 ^b
	Residual	241.564	89	2.714		
	Total	917.183	92			

h. Uji T

Uji T dilakukan untuk menguji pengaruh

masing-masing variabel bebas (*independent variable*) atau secara parsial terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Pengujian uji t dilakukan dengan mencari nilai t tabel terlebih dahulu pada tabel t dengan sig $0,05/2 = 0,025$ (*two tailed*) dengan $df = n-k-1$ atau $93-3-1 = 89$ (n = jumlah responden; k = jumlah *independent variable*) sehingga didapat nilai t tabel = 1,986. Artinya, jika nilai t hitung kurang dari t tabel maka H_0 diterima, sedangkan jika nilai t hitung > t tabel maka H_0 ditolak. Pada Tabel 12, diketahui nilai t hitung variabel X_1, X_2 , dan $X_3 > t$ tabel = 1,986 sehingga disimpulkan bahwa semua variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 12. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.830	2.179		0.840	0.403
	Kegunaan X1	0.421	0.078	0.473	5.409	0.000
	Informasi X2	0.261	0.058	0.258	4.521	0.000
	Interaksi Layanan X3	0.342	0.088	0.328	3.869	0.000

Berdasarkan hasil rekap data kuesioner dari 96 responden dan disortir menjadi 93 responden sesuai dengan jumlah sampel penelitian menunjukkan bahwa dari tiga variabel X dan variabel Y, hampir sebagian besar responden menjawab sangat setuju pada semua pernyataan. Berdasarkan seluruh hasil pengujian, diketahui variabel kualitas kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga disimpulkan bahwa kepuasan nasabah terhadap sebuah *website* harus mudah di navigasi atau di jelajahi, mudah dipelajari, memiliki tampilan yang menarik, nyaman dalam bertransaksi, keamanan data terjaga serta dapat mengakses *website* kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan seluruh hasil pengujian, diketahui variabel kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga disimpulkan bahwa kepuasan nasabah terhadap sebuah *website* harus selalu memberi informasi akurat, jelas, dan mudah dipahami, serta tepat waktu saat meng-*update* informasi. Berdasarkan seluruh hasil pengujian, variabel kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga disimpulkan bahwa kepuasan nasabah terhadap sebuah *website* harus memberi pengalaman positif bagi nasabah, memiliki reputasi yang baik dan memberi layanan sesuai yang di janjikan.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan tiga aspek dalam kualitas *website* yaitu variabel kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan nasabah dalam penggunaan *website* CMS (*Cash Management Sistem*) harus memperhatikan desain, kegunaan, informasi, layanan, empati serta kepercayaan dari pengguna *website*. Maka dengan setiap peningkatan kualitas *website* akan meningkatkan kepuasan nasabah. Variabel kualitas kegunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah *website* CMS memberikan kepuasan terhadap penggunaannya harus mudah dinavigasi atau dijelajahi, mudah dioperasikan, memiliki desain *website* yang menarik, mudah dalam bertransaksi, keamanan data terjaga serta dapat mengakses *website* dimanapun dan kapanpun. Variabel kualitas informasi (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah *website* CMS memberikan kepuasan terhadap penggunaannya dengan informasi yang terupdate, informasi yang tersedia akurat dan tepat, dapat dipercaya serta mudah dimengerti. Variabel kualitas interaksi layanan (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah *website* CMS memberi pengalaman positif bagi nasabah, memiliki reputasi yang baik dan memberi layanan sesuai yang di janjikan.

Untuk sarannya diharapkan untuk admin atau pengelola *website* CMS lebih memperhatikan keseluruhan kualitas *website* agar dapat meningkatkan serta mempertahankan kepuasan nasabah *website* CMS, serta lebih memperhatikan kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan *website* CMS karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk lebih meningkatkan kualitas *website*, admin atau pengelola *website* CMS dapat menambahkan fitur *link* yang berfungsi untuk pengguna agar terhubung langsung ke media sosial perusahaan dan dapat juga menambahkan halaman *chatting* yang interaktif untuk menunjang hubungan pengguna dengan perusahaan. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat dilakukan dengan jumlah populasi yang lebih luas dan tidak hanya terbatas pada Kantor Wilayah BRI Jakarta 1 serta diharapkan juga untuk menambahkan kriteria penyortiran data responden jika didapati jumlah responden yang lebih banyak dari jumlah sampel yang diperlukan. Dengan demikian hasil penelitian

yang akan dilakukan peneliti selanjutnya dapat menghasilkan penemuan yang lebih beragam.

REFERENSI

- Astuti, Alvina Puji dan Sari, P. K. (2016). Analisis Kualitas Website Lazada Indonesia Berdasarkan Metode Webqual 4.0 dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna. In *eProceedings of Management* (pp. 1341–1348).
- Dahlia Widhyaestoeti dan Husen. (2017). Analisis Penerapan Metode Webqual 4.0 Pada Website E-Government Untuk Peningkatan Kualitas Layanan Interaksi. *Jurnal Ilmiah Teknologi - Informasi Dan Sains (TeknoIS)*, 7(1), 25–34.
- Fathur Rohman dan Didik Kurniawan. (2017). Pengukuran Kualitas Website Badan Nasional Penanggulangan Bencana Menggunakan Metode Webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(1), 31–38.
- Fatmawati, Rita Irviani, Evy Septiana Rachman, Ida Putu Ayu Anggie Sinthiya, M. K. (2016). Tata Kelola Teknologi Informasi Sebagai Implementasi E-Government Pada Kabupaten Pemekaran Untuk Meningkatkan Potensi Daerah. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Informatika* (pp. 249–257). Denpasar – Bali.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen (5th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Himawat Aryadita, Widyastuti, D. A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10(1), 29–35. Retrieved from <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/7747/4300>
- Malau, Yesni, Pusfitaningrum, P. (2018). Analisis Kualitas Website JD.ID Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *JIEET (Journal of Information Engineering and Educational Technology)*, 2(2), 109–116.
- Pradipta Angga Saputra dan Adi Nugroho. (2017). Perancangan dan Implementasi Survei Kepuasan Pengunjung Berbasis Web di Perpustakaan Daerah Kota Salatiga. *JUTI: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, 15(1), 63–71.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.