

PENGARUH INTERNET BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SULUTGO CABANG GORONTALO

Dinda Nisva Puspita Mootalu¹, Hapsawati Taan², Zulfia K Abdussamad³
dinda_s1manajemen@mahasiswa@ung.ac.id¹, Hapsawatitaan@ung.ac.id², zulfia@ung.ac.id³

Universitas Negeri Gorontalo

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Internet banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo secara parsial maupun simultan. Pendekatan dalam penelitian ini yakni kuantitatif dengan metode korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 100 orang yang diperoleh melalui perhitungan Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial variable internet banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank sulutgo cabang gorontalo dengan koefisien determinasi simultan sebesar 83,40%. Sedangkan sisanya 16,60% dapat dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti biaya layanan, kualitas, pelayanan, sikap karyawan dalam pelayanan dan persepsi nasabah atas keseluruhan produk dan jasa perbankan.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Internet Banking.

Abstract

This study aims to determine the influence of internet banking on customer satisfaction at PT, Bank Sulutgo Cabang Gorontalo branch partially and simultaneously. The approach in this research is quantitative with correlational methods. Data collection was carried out using a questionnaire. The sample size of 100 people was obtained through slovin's calculations. The results of this research show that internet banking and digital marketing simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at the gorontalo branch of bank sulutgo with a simultaneous coefficient of determination of 83,40%. Meanwhile, the remaining 16.60% can be influenced by other variables not examined in this research such as service costs, quality, service and customer perceptions of overall banking products and services.

Keywords: Customer Satisfaction, Internet Banking.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor perbankan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Dalam menghadapi tantangan ekonomi global, Indonesia telah memperkuat sektor perbankannya. Bagian penting dari ekosistem perbankan adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD), yang berfungsi sebagai lembaga keuangan daerah yang mendukung pembangunan ekonomi lokal. BPD memiliki peran strategis dalam memberikan pembiayaan dan dukungan kepada sektor-sektor ekonomi yang vital di tingkat regional. Tujuan utama dari sektor perbankan adalah menciptakan kepuasan nasabah.

Kepuasan konsumen atau nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Taan, 2020) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan terhadap ekspektasi mereka (Umar, L. et al., 2022). Kepuasan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan nasabah (Taan, H. 2017).

Pelayanan berbasis teknologi informasi (TI) menjadi salah satu faktor penting dalam mencapai kepuasan nasabah. Perbankan modern mengandalkan TI untuk memfasilitasi layanan yang cepat, efisien, dan aman. Penggunaan TI dalam perbankan

mencakup internet banking, Mobile banking, dan berbagai aplikasi teknologi yang memudahkan nasabah dalam mengakses rekening nasabah, melakukan transaksi, dan memantau aktivitas keuangan nasabah. Teknologi Informasi (TI) telah memainkan peran yang krusial dalam evolusi sektor perbankan. Penggunaan TI dalam pelayanan perbankan telah mengubah cara Bank berinteraksi dengan nasabah dan mengelola operasinya (Husain, W.et al., 2023).

Internet banking adalah salah satu bentuk pelayanan berbasis teknologi informasi yang berperan penting dalam kepuasan nasabah. Internet banking memungkinkan nasabah untuk mengelola rekening nasabah, melakukan transfer dana, membayar tagihan, dan melihat riwayat transaksi dengan mudah melalui platform online (Halid, P. et al., 2024). Kualitas dan keamanan layanan internet banking berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah (Hartawan, 2017). Internet banking memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening mereka tanpa harus mengunjungi cabang fisik Bank. Ini sangat nyaman dan mengurangi waktu dan biaya perjalanan.

Penelitian ini difokuskan pada PT Bank SulutGo cabang Gorontalo sebagai studi kasus. Sesuai dengan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT Bank Sulut tanggal 8 Mei 2015, Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan No. AHU-0935695.AH.01.02. tahun 2015 tanggal 23 Mei 2015 dan Keputusan Dewan komisiner Otoritas Jasa Keuangan No. 17/KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015 maka PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara (PT Bank Sulut) berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo (BANK SULUTGO). Pemilihan ini didasari oleh keinginan untuk menggali lebih dalam tentang kepuasan nasabah, internet banking, dan digital marketing. Berdasarkan hasil dan wawancara bahwa pada Tahun 2022 jumlah nasabah di Bank Sulutgo Cabang Gorontalo adalah sejumlah 14.993 nasabah dengan rincian berikut:

TABUNGAN	NASABAH
Tabungan Umum	336
Tabungan PNS	6.366
Tabungan Pensiun	838
Tabunganku	3.140
Tabungan BSM	36
Tabungan Bunaken	40
Tabungan Bohusami	839
Tabungan Simple	337
Tabungan Simpeda	3061

Sumber: Bank SulutGo Cabang Gorontalo

Jumlah Tabungan di Bank Sulutgo Cabang Gorontalo cenderung stbil terutama Tabungan PNS dan Pesiun,namun untuk Tabungan lainnya seperti Tabungan umum dan bohusami mengalami penurunan sekitar 2% pada tahun 2023 ini.Tabungan Bohusami adalah produk khusus bagi peorangan kelas menengah kebawah,sebagai wujud apresiasi kepada Masyarakat Sulawesi Utara dan Gorontalo lebih menarik minat Masyarakat menjadi nasabah Bank Sulutgo.Meskipun Bank Sulutgo telah menjadi penyalur KUR,namun Tabungan dari Masyarakat umum masih sangat minim bahkan konsisten menurun selama 3 Tahun Terakhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT.Bank Sulutgo cabang Gorontalo.pendekatan yang digunakan ini adalah pendekatan kuantitatif dan desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian asosiatif yaitu jenis desain penelitian yang digunakan untuk

mencari hubungan (pengaruh) sebab akibat variable independen atau variable yang mempengaruhi (X) terhadap variable dependen atau variable yang dipengaruhi (y) pada penelitian ini maka akan menggunakan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$y = a + bx$$

Keterangan:

Y= Kepuasan nasabah

a= Konstanta

b= Koefisien regresi

X= Internet Banking

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank sulutgo cabang gorontalo yang memiliki tabungan umum dan jenis tabungan lainnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan sampel menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel Penelitian

Hasil analisis deskriptif dari setiap variable penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Internet banking X

Hasil jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel Internet banking dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Analisis Jawaban Responden Internet banking (X1)

No	Skor Pernyataan			Skor Variabel	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
X1-1	423	500	84.60%	83.15%	Baik	Cukup Baik
X1-2	422	500	84.40%		Baik	
X1-3	412	500	82.40%		Cukup Baik	
X1-4	406	500	81.20%		Cukup Baik	
X1-5	404	500	80.80%	80.48%	Cukup Baik	Cukup Baik
X1-6	400	500	80.00%		Cukup Baik	
X1-7	405	500	81.00%		Cukup Baik	
X1-8	402	500	80.40%		Cukup Baik	
X1-9	401	500	80.20%		Cukup Baik	
X1-10	393	500	78.60%	79.25%	Cukup Baik	Cukup Baik
X1-11	404	500	80.80%		Cukup Baik	
X1-12	391	500	78.20%		Cukup Baik	
X1-13	397	500	79.40%		Cukup Baik	
Total	5,260	6,500	80.92%		Cukup Baik	

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel Internet banking pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo terletak pada kriteria yang "cukup baik" dengan skor sebesar 80,92%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasakan adanya layanan pelanggan yang disediakan cukup responsif, namun belum maksimal dalam menyelesaikan masalah yang terkait dengan internet banking. Layanan internet banking yang disediakan oleh PT. Bank SulutGo sudah mampu memenuhi harapan sebagian besar nasabah, namun masih ada ruang untuk optimalisasi terutama dari segi keamanan dari layanan internet banking.

2. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk setiap variabel kepuasan nasabah. Hal ini dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel : Analisis Jawaban Responden Kepuasan Nasabah (Y)

No	Skor Pernyataan			Skor Variabel	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
Y1	398	500	79.60%	80.35%	Cukup Baik	Cukup Baik
Y2	404	500	80.80%		Cukup Baik	
Y3	405	500	81.00%		Cukup Baik	
Y4	400	500	80.00%		Cukup Baik	
Y5	408	500	81.60%	80.96%	Cukup Baik	Cukup Baik
Y6	397	500	79.40%		Cukup Baik	
Y7	397	500	79.40%		Cukup Baik	
Y8	406	500	81.20%		Cukup Baik	
Y9	416	500	83.20%		Cukup Baik	
Y10	396	500	79.20%	80.75%	Cukup Baik	Cukup Baik
Y11	410	500	82.00%		Cukup Baik	
Y12	398	500	79.60%		Cukup Baik	
Y13	411	500	82.20%		Cukup Baik	
Y14	402	500	80.40%	80.48%	Cukup Baik	Cukup Baik
Y15	394	500	78.80%		Cukup Baik	
Y16	388	500	77.60%		Cukup Baik	
Y17	413	500	82.60%		Cukup Baik	
Y18	415	500	83.00%		Cukup Baik	
Total	7,258	9,000	80.64%		Cukup Baik	

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo terletak pada kriteria yang “cukup baik/cukup puas” dengan skor 80,64%. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo telah berhasil dalam beberapa aspek layanan perbankan, namun perlu terus melakukan perbaikan dan inovasi untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin tinggi. Bank dapat melakukan survei kepuasan nasabah secara rutin untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengembangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian, PT. Bank SulutGo dapat memperkuat loyalitas nasabah, meningkatkan citra perusahaan, dan bersaing lebih efektif di pasar perbankan yang kompetitif dengan fokus utama adalah kepuasan nasabah.

Pengujian kualitas Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid atau tidaknya suatu data, dalam hal ini koefisien korelasi person. Suatu pertanyaan dikatakan valid dan dapat mengukur variable penelitian jika nilai koefisien valid lebih dari 0,3 uji reabilitas dimaksud menunjukkan pada suatu pengertian bahwa hasil yang didapatkan melalui instrument yang dapat dipercaya, karena instrument tersebut sudah di katakana cukup baik. Untuk menguji reabilitas, akan menggunakan rumus Alpa cronbach. Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach $\alpha > 0,06$ dan jika nilai cronbach $< 0,06$ dikatakan tidak reliabel.

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Internet banking (X)	0,866	0,6	Reliabel
Kepuasan nasabah (Y)	0,902	0,6	Reliabel

Sumber Data Olahan SPSS,21 2024

Diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variable Internet banking sebesar 0,866. Nilai koefisien Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,06. Hal ini menunjukan bahwa instrument internet banking yang valid memiliki konsistensi yang baik. Sedangkan kepuasan nasabah sebesar 0,902, ini menunjukan bahwa instrumen kepuasan nasabah juga reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik.

Penggunaan Uji Normalitas Non Probability Plot, dikatakan normal jika mengikuti garid diagonal. kemudian Uji Kolmogorov smirov, apabila nilai signifikan dari pengujian lebih dari nilai alpha 0,05. Maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Dalam pengujian regresi, syarat utama yang harus dipenuhi yakni data harus berdistribusi normal. Hasil Normal Probability Plot untuk uji normalitas digambarkan pada gambar berikut:

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.05411925
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.063
	Negative	-.121
Kolmogorov-Smirnov Z		1.207
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil pengujian normalitas data (kolmogorov smirnov) yang ditemukan bahwa nilai signifikan n galat (residual) lebih besar dari nilai alpha 0,05 ($0,109 > 0,05$) sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variable penelitian mengikuti distribusi normal.

Regresi Linear Sederhana.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.754	2.752		.637	.525
1 Internet Banking	.782	.077	.562	10.135	.000

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 1,754 + 0,782X_1$$

Model persamaan regresi di atas, dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

$$a = 1,754$$

Nilai konstanta merupakan nilai tetap yang berarti bahwa apabila tidak terdapat pengaruh dari internet banking dan digital marketing, maka kepuasan nasabah bernilai konstan yakni sebesar 1,754 satuan.

$$\beta_1 = 0,782$$

Nilai koefisien Regresi Variabel X_1 (Internet Banking) sebesar 0,782 menunjukkan setiap perubahan variabel internet banking sebesar 1 satuan akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT.Bank Sulutgo cabang gorontalo sebesar 0,782 kali satuan. Dengan asumsi variabel kepuasan nasabah nilai konstan atau ceteris paribus.

Pengujian Hipotesis Parsial

Hasil pengujian setiap variabel internet banking terhadap variabel terikat yakni kepuasan nasabah pada PT.Bank Sulutgo Cabang Gorontalo adalah sebagai berikut:

No	Variabel	t _{hitung}	P-Value	t _{tabel}	Keterangan
0	(Constant)	0.637	0.525		
1	Internet Banking	10.135	0.000	1,985	Signifikan

^{ns}Not Signifikan
 *Significant at the 0.1 level (2-tailed)
 ** Significant at the 0.05 level (2-tailed)
 ***Significant at the 0.01 level (2-tailed)

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil analisis di atas maka dapat dijabarkan hasil pengujian parsial dalam penelitian ini yaitu pengaruh Internet Banking terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk variabel Internet banking

diperoleh sebesar 10,135 sedangkan n nilai t-tabel pada tingkat signifikan 5% dan derajat bebas atau $100-2-1=97$ sebesar 1,985. jika kedua nilai t tersebut dibandingkan maka nilai t-hitung masih lebih besar dibandingkan nilai t-tabel ($10,135 > 1,985$). maka dari itu disimpulkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% Internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.BSG cabang Gorontalo.

		Kepuasan Nasabah	Internet Banking	Digital Marketing
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1.000	.857	.816
	Internet Banking	.857	1.000	.675
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah	.	.000	.000
	Internet Banking	.000	.	.000
N	Kepuasan Nasabah	100	100	100
	Internet Banking	100	100	100

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai korelasi internet banking sebesar 0,857 dan nilai koefisien standar regresi sebesar 0,562. Sehingga nilai koefisien determinasi yang hasilnya sebesar 0,481. Sehingga sebesar 48,10% kemampuan dari variabel internet banking dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT.Bank Sulutgo cabang Gorontalo.

Pembahasan.

1. Pengaruh Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo

Internet banking, juga dikenal sebagai e-banking atau online banking, adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui jaringan internet. Dengan menggunakan perangkat seperti komputer, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke internet, nasabah dapat mengakses rekening bank nasabah, melakukan transfer dana, membayar tagihan, melihat saldo dan riwayat transaksi, serta banyak layanan lainnya tanpa perlu datang ke cabang bank. Internet banking memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah untuk mengelola keuangan nasabah kapan saja dan di mana saja (Sue, M. et al., 2024).

Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Sehingga Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit (Taan, 2018). Hasil analisis deskriptif mengenai Internet banking ditemukan bahwa variabel Internet banking pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo terletak pada kriteria yang "cukup baik" dengan skor sebesar 80,92%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasakan adanya layanan pelanggan yang disediakan cukup responsif, namun belum maksimal dalam menyelesaikan masalah yang terkait dengan internet banking. Layanan internet banking yang disediakan oleh PT. Bank SulutGo sudah mampu memenuhi harapan sebagian besar nasabah, namun masih ada ruang untuk optimalisasi terutama dari segi keamanan dari layanan internet banking. PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan yang disediakan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan citra bank, tetapi juga dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam industri perbankan yang semakin digital (Lababa, N. et al., 2024).

Internet banking memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat dan efisien. Proses yang biasanya memakan waktu lama di bank konvensional, seperti antri dan menunggu giliran, dapat dilakukan secara instan melalui

internet banking. Selain itu, internet banking juga mengurangi biaya yang harus dikeluarkan nasabah, seperti biaya transportasi ke bank dan biaya administrasi yang lebih rendah. Efisiensi ini memberikan pengalaman positif bagi nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan internet banking, bank dapat menawarkan layanan yang lebih personal dan responsif kepada nasabah. Fitur-fitur seperti notifikasi transaksi, pelacakan riwayat transaksi, dan layanan pelanggan online memberikan rasa aman dan transparansi kepada nasabah. Bank juga dapat menggunakan data dari internet banking untuk memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, sehingga dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan. Peningkatan kualitas layanan ini berkontribusi langsung terhadap kepuasan nasabah.

Hasil analisis regresi hipotesis pertama menunjukkan bahwa internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 48,10%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin optimal pemanfaatan Internet banking akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo. Internet banking memberikan kemudahan akses bagi nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Nasabah tidak perlu repot mengunjungi kantor cabang atau ATM untuk melakukan transfer, pembayaran tagihan, atau pengecekan saldo. Dengan layanan yang selalu tersedia 24/7, nasabah akan merasa lebih nyaman dan puas karena dapat mengelola keuangan nasabah dengan lebih fleksibel.

Optimalisasi pemanfaatan internet banking dapat membawa berbagai manfaat yang signifikan bagi nasabah dan PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo. Dengan terus meningkatkan kualitas dan fitur layanan internet banking, bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan lebih baik, meningkatkan efisiensi dan kenyamanan, serta membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Semua ini akan berujung pada peningkatan kepuasan nasabah, yang merupakan kunci keberhasilan jangka panjang bagi bank. Internet banking yang menyediakan berbagai fitur lengkap dan inovatif, seperti pengelolaan investasi, pengaturan anggaran, dan analisis pengeluaran, akan memberikan nilai tambah bagi nasabah. Fitur-fitur ini membantu nasabah untuk lebih efektif mengelola keuangan pribadi nasabah. Bank SulutGo dapat terus mengembangkan dan menambahkan fitur-fitur baru berdasarkan kebutuhan nasabah untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian yang ditemukan terdapat pengaruh positif dan signifikan Internet banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo sehingga sejalan dan mendukung pernyataan dari Reddy & Megharaja (2021); Syamtoro (2020) bahwa internet banking memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah melalui kenyamanan, efisiensi, peningkatan kualitas layanan, keamanan, respons terhadap keluhan, dan inovasi produk. Bank yang berhasil mengoptimalkan layanan internet banking perbankan akan mampu memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi nasabah, sehingga menciptakan kepuasan yang tinggi dan loyalitas yang kuat. Salah satu keunggulan utama internet banking adalah kenyamanan yang ditawarkan kepada nasabah. Dengan internet banking, nasabah dapat mengakses rekening nasabah kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi cabang bank. Nasabah bisa melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk investasi, dan banyak lagi, hanya dengan beberapa klik. Kemudahan ini meningkatkan kepuasan nasabah karena nasabah tidak perlu menghabiskan waktu dan tenaga untuk melakukan transaksi perbankan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 48,10%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin optimal pemanfaatan Internet banking akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo.
2. Internet banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Gorontalo dengan koefisien determinasi simultan sebesar 83,40%. Sedangkan sisanya sebesar 16,60% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti biaya layanan, kualitas pelayanan, sikap karyawan dalam pelayanan dan persepsi nasabah atas keseluruhan produk dan jasa perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, H. (2013). Dasar-dasar statistika terapan. Bandung: program pascasarjana UNPAD.
- Al Rasyid, H. (2013). Dasar-dasar statistika terapan. Bandung: program pascasarjana UNPAD.
- Ali, I.I. et al. (2019) 'Faktor Penghambat Dan Pendukung Badan Usaha Milik Desa Pada Kawasan Pertambangan Emas Di Sumbawa Barat', *Sosiohumaniora*, 21(3), pp. 355–364. Available at: <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464>.
- Ali, I.I. et al. (2019) 'Faktor Penghambat Dan Pendukung Badan Usaha Milik Desa Pada Kawasan Pertambangan Emas Di Sumbawa Barat', *Sosiohumaniora*, 21(3), pp. 355–364. Available at: <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464>.
- Alma, B. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Alma, B. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chakti, G. (2019) THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL. Edited by sobirin. celebes media perkasa.
- Daga, R. (2019). Buku 1 , Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue November).
- Daga, R. (2019). Buku 1 , Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue November).
- Fajar Firmanda, A. et al. (2021) 'Digital Marketing Dan Brand Loyalty Pada Bank Jateng Cabang Wonosobo', *Jurnal Among Makarti*, 14(2), pp. 29–49.
- Fika, S., Salsabilla, W. and Batangriyan, R. (2020) 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network', 10(September), pp. 1–12.
- Fitria, A., Munawar, A. and Pratama, P.P. (2021) 'Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), pp. 43–52. Available at: <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.
- Halid, P. M., Taan, H., & Ismail, Y. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KC Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 648-655.
- Hendrawan, A. et al. (2019) 'PENGARUH MARKETING DIGITAL TERHADAP KINERJA PENJUALAN PRODUK UMKM ASTI GAURI DI KECAMATAN BANTARSARI CILACAP', *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, Volume 4 –.
- Hermawati, A., & Budiantono, B. (2023, March). The Effect Of Digital Marketing And Service Quality On Customer Satisfaction And The Role Of Word Of Mouth As A Moderating Variable: Study on Customers of PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Banyuwangi Branch. In *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)* (pp. 579-597).
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. Y. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az-Zahra Kota Gorontalo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 894-901.

- Irawan. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cap: Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lababa, N., Taan, H., & Ishak, I. M. (2024). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 564-572.
- Manyanga, W., Vingirayi, I., Funye, S., Chinokopota, T., & Ruzvidzo, P. (2022). The Effect Of Brand Image On Customer Choices In The Zimbabwean Food Industry. *International Journal of Information, Business and Management*, 14(2), 1-23.
- Reddy, A. K. & Megharaja. (2021). Impact of E-Banking on Customer Satisfaction. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(08), 4220-4231.
- Romdoni, M.R., Nurul Saepul and Ratna Lia Usmanti (2018) 'Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking dan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Tanjungpinang', *Jurnal Bangkit Indonesia*, 7(1), pp. 203–208. Available at: <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v7i1.170>.
- Santoso, S. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sofiaty, N. A. S., Sudaryo, Y., Astuty, T. T., & Sukandi, A. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Citra Perbankan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variable Intervening (Suatu Survey Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk). *Sosiohumaniora*, 24(1), 98-106.
- Sue, M., Taan, H., & Niode, I. Y. (2024). Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Citra Perusahaan Pada Bank Bni Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 660-666.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, Bandung: Alfabeta.
- Syamtoro, B. (2020). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kebayoran Baru. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(4), 1014-1020.
- Taan, H. (2017). *Buku Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*.
- Taan, H. (2020) *strategi pemasaran e-commerce dan keputusan pembelian konsumen*. Edited by A. Rahmat. Zahir Publishing.
- Taan, H. (2020). The Service Quality of Population Document to Improve Community Satisfaction Index. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 3(2), 58–66. <https://doi.org/10.32535/apjme.v3i2.847>
- Taan, H., Machmud, R., Taan, H., Kusuma, P., Cake, P., Product, T., & Variations, P. (2020). the Improvement of Purchase Decisions of Putra Kusuma Pia Cake Through Product Quality , Product Variations , and Packaging. 17(9), 504–516.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Umar, L. A., Taan, H., & Kango, U. (2022). Pengaruh Kepuasan dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 238-252.
- Wahyuni, S., Nurbaiti, N., & Rahmani, N. A. B. (2023). The Effect Of Digital Banking Implementation On Customer Satisfaction (Case Study Of Bsi Digital Banking User Customers). *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(3).
- Wijanarto, A. L., & Wardani, D. (2020). Peran Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA (Studi pada Nasabah Pengguna Fasilitas M-BCA di Kota Depok). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 6(1), 1-12.