

**PENGARUH SERVICE QUALITY, WEBSITE QUALITY,
GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN TRUST PADA
BEHAVIORAL INTENTION NASABAH BANK UMUM DI
KOTA BATAM**

Welly Sugianto¹

¹ Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam
Kota Batam, Propinsi Kepulauan Riau
Email : Sugianto.welly@gmail.com

***ABSTRACT** The previous researches showed that Trust was normally influenced by the effectiveness of Good Corporate Governance Implementation, Service quality and Website Quality. The previous researches examined the direct impact of Service Quality, Good Corporate Governance Implementation, Website Quality and Trust on Customer's Behavioral Intention. Limited attention has been paid to treating those aspects as multiple and interrelated dependence relationships. This research attempts to examine how Service Quality, Good Corporate Governance Implementation, Website Quality and Trust affect Customer's Behavioral Intention. This research uses 5 latent variables which consist of 3 exogenous constructs and 2 endogenous constructs. The impact of exogenous variables on endogenous variable was analyzed by linear regression. Results show that there are significant interrelated dependence relationships among constructs.*

Keywords: Service Quality, Good Corporate Governance Implementation, Website Quality, Trust, Behavioral intention.

Latar Belakang

Latar Belakang Penelitian

Bank merupakan lembaga keuangan yang bermodal kepercayaan. Bank sangat bergantung pada simpanan dana masyarakat. Bank menyalurkan dana yang didapat dalam bentuk kredit sehingga bank merupakan perantara keuangan. Masyarakat yang menyimpan dana di bank hanya berdasarkan pada kepercayaan. Jika kepercayaan masyarakat pudar maka akan terjadi rush dan industri bank hancur. Bank berusaha meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan berbagai cara.

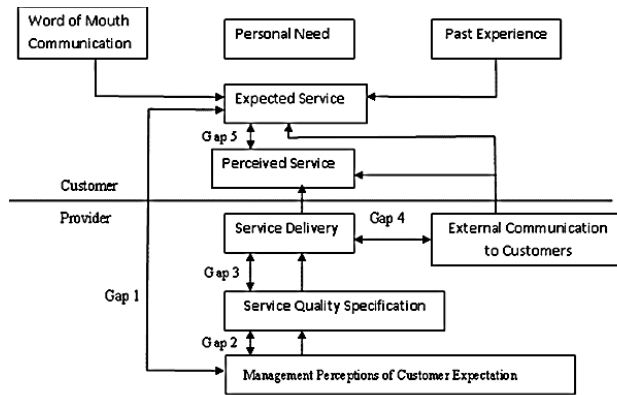
Tinjauan Referensi

Kuncoro (2002: 68) menyatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Pada dasarnya bank adalah badan usaha yang struktur kewajibannya terdiri dari kewajiban kepada masyarakat dan modal sendiri, bank menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat yang

memerlukan dana atau modal. Dana yang dihimpun dari masyarakat pada umumnya berupa tabungan, deposito dan giro. Karena dana yang diterima adalah dana yang berasal dari masyarakat, maka bank dituntut beroperasi secara aman. Sebelum tahun 1998, Bank Indonesia tidak banyak mengeluarkan regulasi mengenai aktivitas bank. Krisis moneter mengakibatkan bank umum tidak dapat memenuhi kewajiban likuiditas. Hal ini disebabkan karena aktivitas bank tidak memperhatikan risiko. Peristiwa 1998 sangat merugikan masyarakat. Setelah tahun 1998, Bank Indonesia mengeluarkan banyak regulasi yang mengatur aktivitas perbankan. Regulasi yang dikeluarkan mengatur banyak hal antara lain dari persyaratan produk, persyaratan pelemparan kredit, struktur neraca dan lain-lain. Bank merupakan lembaga keuangan yang berisiko tinggi sehingga pemerintah harus banyak melakukan pengendalian terhadap aktivitas perbankan. Di sisi lain, bank merupakan lembaga keuangan yang mendukung pertumbuhan ekonomi. Bank mendapatkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Perusahaan yang tidak memiliki modal untuk menjalankan kegiatan usahanya, dapat mengajukan pinjaman kepada bank. Perusahaan yang mendapatkan pinjaman dalam hal ini disebut sebagai debitur memiliki kewajiban mengembalikan dana yang dipinjamkan. Selain itu debitur juga harus membayar bunga kepada bank. Bunga yang dibayar oleh debitur merupakan pendapatan bagi bank. Di sisi lain, bank juga harus memberikan bunga kepada masyarakat yang menyimpan dana. Selisih antara bunga yang diberikan debitur dengan bunga yang dibayarkan kepada masyarakat (dana pihak ketiga) merupakan keuntungan (kerugian) bank. Bank Indonesia menetapkan regulasi mengenai penyaluran kredit. Regulasi tersebut mengatur mengenai beberapa hal antara lain batas maksimum pemberian kredit, agunan, konsep *one obligor* dan lain-lain. Selain hal tersebut di atas, bank juga membantu kelancaran transaksi ekonomi. Bank memberikan beberapa layanan antara lain jasa lalu lintas pembayaran seperti Kliring, LLG, RTGS, pemindah bukuan, *Telegraphic Transfer* (valas) dan lain-lain. Layanan jasa pembayaran mempermudah transaksi pembayaran antar perusahaan yang tidak berada di wilayah yang sama.

Service quality

Penyampaian kualitas jasa yang baik kepada pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam konsep *service quality*, penyampaian kualitas jasa harus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penyampaian jasa merupakan konsep penting karena apabila terjadi *gap* maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dalam Tjiptono, F. dan Diana, A. (2003:14) menyatakan bahwa terdapat 5 kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan penyampaian jasa dan mempengaruhi penilaian konsumen atas kualitas jasa:



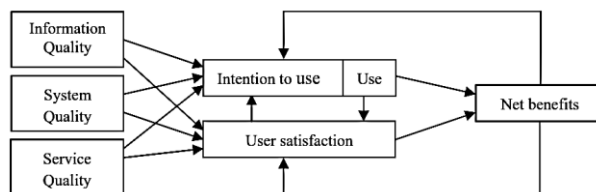
Gambar 1. Dimensi kualitas jasa

Variabel *Service Quality* pada penelitian ini berkenaan dengan gap atau kesenjangan antara kualitas yang dipahami antara nasabah dan bank. Dimensi atau *construct* untuk variable *service quality* meliputi 3 hal yaitu:

- Kesenjangan antara harapan konsumen dengan pandangan penyedia jasa. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Konsep produk jasa yang diberikan bank sesuai dengan kebutuhan anda sebagai nasabah”.(X1)
- Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Janji yang diberikan bank dalam media sesuai dengan kenyataan”.(X2)
- Kesenjangan antara jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan konsumen. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Jasa yang diterima nasabah sesuai dengan harapan nasabah”. (X3)

Website Quality

DeLone and McLean (2003) dalam Stockdale and Borovicka (2006:1-12), mencari dan mengembangkan sebuah model yang bertujuan untuk mengukur kualitas *website*. Kualitas sebuah website berdasarkan pada 3 dimensi yaitu informasi, sistem dan pelayanan.



Gambar 2 Dimensi Website Quality

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa kualitas website dalam hal informasi, sistem dan pelayanan memberikan pengaruh pada *Behavioral Intention*. *Behavioral Intention* memberikan pengaruh pada keuntungan. Pada penelitian tersebut, *Behavioral Intention* merupakan variabel *interviening*. Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa terdapat 3 dimensi dalam pengukuran kualitas *website*. Pada penelitian ini kualitas *website* mengacu pada kualitas sistem. Stockdale dan Borovicka

(2006:1-12) mendefinisikan kualitas sistem sebagai elemen-elemen yang mempengaruhi *end user* dalam berinteraksi dan menggunakan sistem *e-commerce*. Stockdale dan Borovicka (2006:1-12) mendefinisikan konstruk dan dimensi kualitas sistem berdasarkan rangkuman dari beberapa penelitian dan buku. Hal ini dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 1 Referensi Dimensi Kualitas Sistem

Constructs	References
<i>Accessibility</i>	DcLone & McLean, 2003; Mitch et al., 2003; Smith, 2001
<i>Responsiveness</i>	DcLone & McLean, 2003
<i>Usability</i>	DcLone & McLean, 2003; Mitch et al., 2003; Smith, 2001, Aladwani & Palvia, 2002
<i>Functionality</i>	DcLone & McLean, 2003; Mitch et al., 2003
<i>Reliability</i>	Aladwani & Palvia, 2002; DcLone & McLean, 2003; Limayem, Vogel & Hillier, 2003
<i>Flexibility</i>	DcLone & McLean, 2003
<i>Security</i>	Aladwani & Palvia, 2002; Barnes & Vigden, 2002; DcLone & McLean, 2003; Limayem, Vogel & Hillier, 2003; Mitch et al., 2003; Smith, 2001
<i>Communication</i>	DcLone & McLean, 2003; Smith, 2001

Berdasarkan referensi di atas, Stockdale dan Borovicka (2006:1-12) membuat dimensi atau konstruk kualitas sistem sebagai berikut:

Tabel 2 Kuesioner Kualitas Sistem

Constructs	Definisi	Pernyataan
<i>Accessibility (X4)</i>	<i>The website is easy to find</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana), mudah ditemukan dengan atau tanpa <i>search engines</i> (<i>Google, Yahoo</i>)
<i>Usability (X5)</i>	<i>The website is easy to use</i>	<i>Website</i> (tempat anda menyimpan dana) mudah digunakan, memiliki estetika, memiliki konten yang bagus dan memiliki desain yang bagus
<i>Functionality (X6)</i>	<i>The website offers the relevant mechanisms to meet the purpose of the website</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana) menyediakan semua fungsi yang diperlukan untuk melakukan transaksi (RTGS, LLLG, Pemindah bukuan, Pembayaran dan lain-lain)
<i>Responsiveness (X7)</i>	<i>The website responds well</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana) dapat dibuka (<i>di-browsing</i>) dengan <i>cepat</i>
<i>Reliability (X8)</i>	<i>The website is reliable</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana) dapat diakses setiap saat dan selalu <i>update</i>
<i>Flexibility (X9)</i>	<i>The website supports different types of users</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana) mudah digunakan oleh orang awam dan tidak rumit
<i>Security (X10)</i>	<i>The system feels secure for transaction purposes</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana) memiliki sistem keamanan seperti password, token, <i>firewall</i> dan alat verifikasi yang lain)
<i>Communication (X11)</i>	<i>It is easy to communicate with the firm</i>	<i>Website bank</i> (tempat anda menyimpan dana) selalu menanggapi keluhan dan pertanyaan yang anda ajukan

Good Corporate Governance (GCG)

Menurut Crowther and Seifi (2011:29) menyatakan bahwa *Good Organizational Governance* adalah lingkungan yang berlandaskan pada kepercayaan, etika, nilai moral dan kepercayaan diri sebagai usaha sinergi dari anggota yang meliputi *stakeholder* (pemerintah, public, professional dan sector perusahaan). Pasal 1 Surat Keputusan Menteri BUMN No.117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan GCG pada BUMN menyatakan bahwa *Organizational Governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika. Surat

Nomor: S-359/MK.05/2001 tanggal 21 Juni 2001 tentang Pengkajian Sistem Manajemen BUMN dengan prinsip-prinsip *Good Organizational Governance*, secara umum istilah *Good Organizational Governance* merupakan sistem pengendalian dan pengaturan perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang mengurus perusahaan (*hard definition*), maupun ditinjau dari nilai-nilai yang terkandung dari mekanisme pengelolaan itu sendiri (*soft definition*). Tim GCG BPKP mendefinisikan GCG dari segi *soft definition* yang mudah dicerna, sekalipun oleh orang awam, yaitu komitmen, aturan main, serta praktik penyelenggaraan bisnis secara sehat dan beretika. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* menurut Peraturan Bank Indonesia No. 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Organizational Governance* bagi Bank Umum yang terdiri dari beberapa prinsip sebagai berikut:

- *Transparency* (Keterbukaan) yaitu keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan. Dalam mewujudkan transparansi, perusahaan harus menyediakan informasi yang cukup, akurat, dan tepat waktu kepada *stakeholders* agar dapat dikatakan transparan. Informasi tersebut sangat diperlukan oleh investor dalam kemampuannya untuk membuat keputusan terhadap risiko dan keuntungan dari investasinya. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda sebagai nasabah diberitahu oleh bank mengenai keuntungan dan risiko dari produk yang ditawarkan oleh bank kepada anda”. (X12)
- *Accountability* (Akuntabilitas) yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban masing-masing posisi dalam struktur organisasi sehingga organisasi berjalan secara efektif. Bila prinsip *accountability* (akuntabilitas) ini tidak diterapkan secara efektif, maka perusahaan akan mengalami *agency problem*. *Agency problem* terjadi antara bank dengan nasabah, antar karyawan bank dengan pejabat bank. *Agency problem* merupakan konflik kepentingan karena masing-masing posisi tidak memiliki fungsi yang jelas. Pernyataan yang diberikan kepada nasabah adalah “Anda sebagai nasabah menerima pelayanan dari petugas bank sesuai dengan tugas dan tanggungjawabnya”. (X13)
- *Responsibility* (Pertanggungjawaban) adalah kesesuaian atau kepatuhan di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku. Peraturan yang berlaku termasuk yang berkaitan dengan masalah pajak, hubungan industrial, perlindungan lingkungan hidup, kesehatan dan keselamatan kerja, standar penggajian, dan persaingan yang sehat. Pada bank, kepatuhan pada regulasi Bank Indonesia merupakan syarat mutlak dan pelanggaran terhadap regulasi tersebut akan menimbulkan sanksi. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda sebagai nasabah diminta oleh petugas bank untuk memberikan data pribadi ketika membuka rekening”. (X14)
- *Independency* (Kemandirian) adalah pengelolaan secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Sebagai contoh pada proses pengambilan keputusan yang harus independen agar tidak merugikan *stakeholders*. Pernyataan yang diberikan

kepada nasabah adalah “Anda sebagai nasabah menerima pelayanan dan perlakuan sesuai dengan peraturan”. (X15)

- *Fairness* (Kesetaraan dan Kewajaran) yaitu kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholders* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. *Fairness* diharapkan membuat seluruh aset perusahaan dikelola secara baik dan *prudent* (hati-hati), sehingga muncul perlindungan kepentingan *stakeholders* secara wajar dan setara. Secara sederhana *fairness* didefinisikan sebagai perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak *stakeholder*. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda sebagai nasabah diberikan hak yang sesuai dengan perjanjian dan sama dengan nasabah yang lain”. (X16)

Kepercayaan (Trust)

Sesuai pemikiran Mohr (2004:4), kepercayaan memiliki 3 dimensi yaitu *integrity*, *benevolence* dan *dependence*. Pengertian kepercayaan ini merupakan interaksi antara 2 orang atau lebih.

- *Integrity*, tingkat keyakinan dari nasabah bahwa bank akan menggunakan sumberdayanya (dana) yang disimpan di bank dengan aman dan hati-hati. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda sebagai nasabah memiliki keyakinan bahwa bank akan menggunakan sumberdaya (dana) yang disimpan di bank dengan *prudent* dan sesuai dengan perjanjian”. (X17)
- *Benevolence*, tingkat keyakinan dari nasabah bahwa bank akan menggunakan sumberdayanya (dana) hanya untuk mendukung kepentingan bersama (kepentingan bersama bank dan nasabah). Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda sebagai nasabah memiliki keyakinan bahwa bank akan menggunakan dana milik anda yang disimpan di bank untuk kepentingan bersama atau bank mengutamakan kepentingan bersama”. (X18)
- *Competence*, tingkat keyakinan dari nasabah bahwa bank memiliki kapabilitas atau kemampuan untuk beroperasi secara *prudent*. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda sebagai nasabah memiliki keyakinan bahwa bank memiliki kemampuan untuk beroperasi secara *prudent* atau hati-hati”.(X19)

Behavioral Intention

McKnight, Choudhury dan Kacmar (2002:297-323) meneliti pengaruh kepercayaan pada *Intention to Transact* pada *Website*. McKnight, et al (2002:297-323) mendefinisikan *Intention to Transact* sebagai *Behavioral Intentions* yang terdiri dari 3 hal yaitu: *Intention to follow the advice of the web vendor*, *Intention to share personal information with the vendor* dan *Intention to purchase goods or services from the vendor*. *Behavioral Intention* pada penelitian ini mengacu pada Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Li, Cheng, Hsiao, Ai, Yang, dan Yen, (2009:1003) yang mendefinisikan *Behavioral Intention* sebagai suatu kecenderungan perilaku konsumen yang positif atau *Favourable* yang memiliki 5 indikator antara lain adalah:

- *Say positive things about the company*. Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda selalu menyebarkan berita yang baik tentang bank tersebut (tempat anda menyimpan dana)”. (X20)

- *Recommend the company to other customers.* Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda merekomendasikan bank tersebut (tempat anda menyimpan dana) kepada orang lain”. (X21)
- *Remain loyal to the company (i.e., repurchase from it).* Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda senantiasa bertransaksi dengan bank tersebut (tempat anda menyimpan dana)”. (X22)
- *Spend more with the company.* Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda melakukan semua transaksi dengan bank tersebut (tempat anda menyimpan dana)”. (X23)
- *Pay Price Premiums.* Pernyataan yang diberikan kepada responden adalah “Anda tetap bertransaksi dengan bank tersebut (tempat anda menyimpan dana) meskipun bank tersebut membebankan biaya yang mahal”.(X24)

Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis beberapa kausalitas.

Tabel 3 Penelitian Terdahulu

Kausalitas	Penelitian Terdahulu
Pengaruh Penerapan <i>GCG</i> pada <i>Trust</i>	Budiarti, I. (2010:263-269), Arbaina, E.S. (2012:1-19)
Pengaruh <i>Service Quality</i> pada <i>Trust</i>	Setiawan, M.B. dan Ukudi (2007:215-227)
Pengaruh <i>Website Quality</i> pada <i>Trust</i>	Hsu, L.C. and Wang, C. H. (2008:310-321)
Pengaruh <i>Service Quality</i> pada <i>Behavioral Intention</i>	Li, E.Y., Cheng, J., Hsiao, C., Ai, J., Yang, J., and Yen, H. R. (2009:1-7), Nadiri, H. and Tumer, M., 2009
Pengaruh <i>Website Quality</i> pada <i>Behavioral Intention</i>	Sam and Tahir (2009: 4-9)
Pengaruh <i>Trust</i> pada <i>Behavioral Intention</i>	Sam and Tahir (2009: 4-9), McKnight, Choudhury and Kacmar (2002:297-323)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat beberapa kausalitas. Pada tabel tersebut tidak terdapat penelitian terdahulu yang menganalisis kausalitas antara efektifitas penerapan *Good Corporate Governance* pada *Behavioral Intention*. Penelitian ini akan mencoba menganalisis kausalitas tersebut.

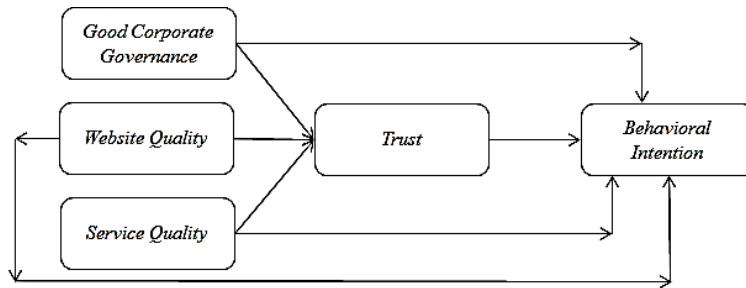
Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, terdapat beberapa permasalahan yang harus dijawab antara lain adalah:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh langsung positif pada *Trust*?
2. Apakah *Website Quality* berpengaruh langsung positif pada *Trust*?
3. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh langsung positif pada *Trust*?
4. Apakah *Service Quality*, *Website Quality*, *Good Corporate Governance* dan *Trust* bersama-sama berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*?

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan permasalahan dan penelitian terdahulu, dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran tersebut menganalisis hubungan antara *Good Corporate Governance*, *Website Quality*, *Service Quality* pada *Trust* dan *Behavioral Intention*. Kerangka pemikiran tersebut digunakan untuk menganalisis hipotesis:

- *Service Quality* berpengaruh langsung positif pada *Trust*
- *Website Quality* berpengaruh langsung positif pada *Trust*
- *Good Corporate Governance* berpengaruh langsung positif pada *Trust*
- *Service Quality*, *Website Quality*, *Good Corporate Governance* dan *Trust* bersama-sama berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kombinasi antara deskriptif dan kausal. Desain kausal untuk mengukur kuat hubungan dan pengaruh antar variabel dan desain deskriptif untuk mendeskripsikan hasil pengolahan data dan analisis dari tiap-tiap variabel.

Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah bank umum milik swasta dan Negara yang berada di kota Batam

Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung dengan persamaan kecukupan sampel sebagai berikut:

$$\text{Rumus perhitungan jumlah sampel} = N = \left(\frac{z \frac{1}{N} \sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)}}{(x - \bar{x})} \right)^2$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Metode ini menyatakan bahwa tiap anggota dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji bentuk distribusi data. Regresi mempersyaratkan bahwa distribusi data harus normal. Untuk menguji normalitas data digunakan persamaan Kolmogorov Smirnov dengan persamaan sebagai berikut:

$$F_n(x) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n I_{x_i \leq x} \quad , \text{ jika } x_i \leq x \text{ maka } = \text{satu dan jika } x_i > x \text{ maka } = \text{nol}$$

Nilai kolmogorov hitung didefinisikan sebagai $D_n = \sup |F_n(x) - F_x|$. Nilai Kolmogorov adalah *supreme* selisih probabilitas teoritis dan aktual.

Uji Validitas dilakukan untuk memeriksa keakuratan *observed variable* dalam menjelaskan *latent variable*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara *observed variable* dengan *total variable*. Persamaan korelasi yang digunakan adalah korelasi pearson.

$$r = \frac{Cov(x_1, x_2)}{\sqrt{\text{var}(x_1)\text{var}(x_2)}} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left\{ \left(\frac{x_{1i} - \bar{x}_1}{S_{x_1}} \right) \left(\frac{x_{2i} - \bar{x}_2}{S_{x_2}} \right) \right\}$$

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi tiap *observed variable* pada *latent variable*. Untuk menguji reliabilitas digunakan uji cronbachs alpha. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_{Y_i}^2} \right)$$

Uji Autokorelasi Durbin Watson dilakukan untuk mengetahui korelasi yang terjadi pada serangkaian pengamatan secara seri yang disusun menurut urutan waktu, tempat atau individu. Hasil perhitungan uji Autokorelasi tidak ditampilkan.

$$Durbin\ Watson = d = \frac{\sum_{i=2}^n (e_i - e_{i-1})^2}{\sum_{i=1}^n e_i^2}$$

Uji Multikorelasi dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi multikolinearitas maka pendugaan koefisien regresi menjadi tidak akurat. Variabel yang diuji hanya variabel bebas. Untuk menguji multikorelasi digunakan persamaan korelasi pearson atau dengan menggunakan nilai VIF. *Cut off* untuk nilai VIF adalah 10. Persamaan untuk menghitung nilai VIF adalah $VIF = \frac{1}{1-R^2}$. Uji

multikolinearitas dilakukan dengan melakukan regresi antara variabel bebas. Perhitungan dilakukan dengan matriks.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui keseragaman varians variabel tidak bebas di sepanjang garis regresi. Jika terjadi heteroskedastisitas maka pendugaan koefisien regresi menjadi tidak akurat. Pada uji heteroskedastisitas dilakukan korelasi antara variabel tak bebas dengan errornya. Hasil perhitungan uji heteroskedastisitas tidak ditampilkan

Uji Regresi dilakukan untuk mengamati kausalitas antara variabel laten. Untuk menghitung koefisien regresi digunakan metode *least square* dengan bantuan matriks.

Perhitungan koefisien regresi: $\hat{\beta} = (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \cdot \mathbf{X}'\mathbf{y}$

Perhitungan *covariance* koefisien regresi : $\text{var}(\beta) = \frac{\mathbf{e}'\mathbf{e}}{N-k} (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1}$

Perhitungan koefisien determinasi : $R^2 = \frac{\hat{\beta}'\mathbf{X}'\mathbf{y} - N(\bar{Y})^2}{\mathbf{y}'\mathbf{y} - N(\bar{Y})^2}$

Secara keseluruhan, metode analisis data mengacu pada Johnson and Wichern (2002 : 1 - 429).

Hasil Penelitian

Uji Kecukupan Data. Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung dengan persamaan kecukupan sampel. Berikut ini adalah contoh perhitungan kecukupan jumlah sampel untuk variabel x1:

Dengan menetapkan $x - \bar{x} = 0.05\bar{x} = 0.05 \frac{\sum x}{N}$;

$z = 1.96 \approx 2$ (5% twotail)

$$N = \left(\frac{\frac{2}{N} \sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)}}{0.05 \frac{\sum x}{N}} \right)^2 = \left(\frac{40 \sqrt{\left(N \sum_{i=1}^N x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N x_i \right)^2 \right)}}{\sum_{i=1}^N x_i} \right)^2$$

$$= \left(\frac{40 \sqrt{(152(1564) - (476)^2)}}{476} \right)^2 = 78,7515$$

Tabel 4. Perhitungan Sampel

No	x1
1	4
2	4
3	4
4	5
.	.
.	.
.	.
151	2
152	2
sum	476
sumsq	1564

Dengan cara yang sama dilakukan perhitungan kecukupan jumlah sampel dengan variabel x2 sampai x24.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Jumlah Sampel Minimum

Variabel	Sampel min.	Variabel	Sampel min.	Variabel	Sampel min.	Variabel	Sampel min.
x1	78.7515006	x7	99.99812597	x13	92.4037461	x19	115.4024624
x2	69.27780092	x8	86.11708439	x14	92.56624893	x20	112.5141777
x3	80.43789474	x9	92.5047714	x15	96.3987411	x21	95.925429
x4	112.9466744	x10	92.75523182	x16	71.3877634	x22	116.4194181
x5	114.4276426	x11	82.45222024	x17	107.723183	x23	120.3272301
x6	102.2969662	x12	85.06303801	x18	98.46321973	x24	116.202101

Jumlah data yang diperoleh adalah sebesar 152. Jumlah ini lebih besar dari jumlah sampel minimal sehingga jumlah data cukup.

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji bentuk distribusi data. Regresi mempersyaratkan bahwa distribusi data harus normal. Berikut ini adalah uji normalitas untuk variabel *Service Quality*.

- rata-rata sampel = $\frac{\sum_{i=1}^{152} x_i}{n} = \frac{1441}{152} = 9,48026$

- varians = $s^2 = \frac{\sum_{i=1}^{152} (x_i - \bar{x})^2}{n-1} = \frac{427,9407895}{151} = 2,8340$

$s \text{ standar deviasi} = \sqrt{\text{variens}} = \sqrt{s^2} = \sqrt{2,8340} = 1,6835$

- Menghitung nilai standar dengan persamaan $z = \frac{x - \bar{x}}{\sigma_x}$

- Menghitung frekuensi komulatif s(xi) $F_n(x) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n I_{x_i \leq x}$

- Menghitung probabilitas (p) dengan bantuan tabel distribusi normal

Tabel 7 Nilai Kolmogorov hitung untuk variabel *Service Quality*

Tabel 6. Normalitas

No	Service Quality	
	SQ	(SQ-AVERAGE)
1	13	3.519736842
2	13	3.519736842
3	13	3.519736842
.	.	.
.	.	.
151	6	-3.480263158
152	6	-3.480263158
sum	1441	-2.27374E-13
sumsq	14089	427.9407895

A	B	C	D	E	F	G	H
SQ	z	FREKUENSI	p	F0(xi)=p+/-0.50	S(xi)	abs(s(xi)-Fo(xi))	abs(s(xi-1)-Fo(xi))
4	-3.255352673	1	0.999433742	0.000566258	0.006578947	0.006012689	0.000566258
5	-2.66133874	1	0.996108469	0.003891531	0.013157895	0.009266364	0.002687417
6	-2.067324807	3	0.980648221	0.019351779	0.032894737	0.013542958	0.006193884
7	-1.473310874	12	0.929666385	0.070333615	0.111842105	0.04150849	0.037438878
8	-0.879296941	25	0.810379853	0.189620147	0.276315789	0.086695642	0.077778042
9	-0.285283007	34	0.612286335	0.387713665	0.5	0.112286335	0.111397876
10	0.308730926	34	0.621236892	0.621236892	0.723684211	0.102447319	0.121236892
11	0.902744859	25	0.816669339	0.816669339	0.888157895	0.071488556	0.092985128
12	1.496758792	12	0.932771984	0.932771984	0.967105263	0.034333279	0.044614089
13	2.090772725	5	0.981725779	0.981725779	1	0.018274221	0.014620516
		152					

Nilai kolmogorov hitung = $D_n = \sup|F_n(x) - F_x| = 0,121236892$

- Langkah perhitungan di atas diulangi dan dilakukan untuk variabel *Website Quality*, *GCG*, *Trust* dan *Behavioral Intention*.

Tabel 8 Nilai Kolmogorov hitung

Nilai Kolmogorov Smirnov hitung				
SQ	WQ	GCG	T	BI
.121	.044	.067	.099	.061

- Nilai Kolmogorov hitung kemudian dibandingkan dengan nilai Kolmogorov tabel. Derajat bebas yang digunakan adalah 0,5%. Nilai Kolmogorov tabel adalah sebesar $\frac{1,63}{\sqrt{n}} = \frac{1,63}{\sqrt{152}} = 0,1322$. Nilai Kolmogorov hitung secara keseluruhan lebih

kecil dari nilai Kolmogorov tabel sehingga kelima variabel berdistribusi normal.

Uji Validitas dilakukan untuk memeriksa keakuratan *observed variable* dalam menjelaskan *latent variable*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara *observed variable* dengan *total variable*. Persamaan korelasi yang digunakan adalah korelasi pearson. Berikut ini adalah uji validitas variabel *Service Excellence*.

- Uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi antara variabel x1, x2, dan x3 dengan total skor.

Tabel 9 Perhitungan korelasi x1, x2, x3 dengan total skor

No	x1	x2	x3	totalskor	(x1)(totalskor)	(x2)(totalskor)	(x3)(totalskor)	(x1)^2	(x2)^2	(x3)^2	totalskor^2
1	4	4	5	13	52	52	65	16	16	25	169
2	4	5	4	13	52	65	52	16	25	16	169
3	4	5	4	13	52	65	52	16	25	16	169
.
.
151	2	2	2	6	12	12	12	4	4	4	36
152	2	2	2	6	12	12	12	4	4	4	36
sum	476	490	475	1441	4651	4789	4649	1564	1648	1559	14089

$$r_{x_1-totalskor} = \frac{n \sum (x_1)(totalskor) - \sum x_1 \cdot \sum totalskor}{\sqrt{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2} \sqrt{n \sum totalskor^2 - (\sum totalskor)^2}}$$

$$= \frac{152(4651) - (476)(1441)}{\sqrt{152(1564) - (476)^2} \sqrt{152(14089) - (1441)^2}} = \frac{706952 - 685916}{\sqrt{11152} \sqrt{65047}} = 0,7810$$

$$r_{x_2-totalskor} = \frac{n \sum (x_2)(totalskor) - \sum x_2 \cdot \sum totalskor}{\sqrt{n \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2} \sqrt{n \sum totalskor^2 - (\sum totalskor)^2}}$$

$$= \frac{152(4789) - (490)(1441)}{\sqrt{152(1648) - (490)^2} \sqrt{152(14089) - (1441)^2}} = \frac{727928 - 706090}{\sqrt{10396} \sqrt{65047}} = 0,8398$$

$$r_{x_3-totalskor} = \frac{n \sum (x_3)(totalskor) - \sum x_3 \cdot \sum totalskor}{\sqrt{n \sum x_3^2 - (\sum x_3)^2} \sqrt{n \sum totalskor^2 - (\sum totalskor)^2}}$$

$$= \frac{152(4649) - (475)(1441)}{\sqrt{152(1559) - (475)^2} \sqrt{152(14089) - (1441)^2}} = \frac{706648 - 684475}{\sqrt{11343} \sqrt{65047}} = 0,8163$$

- Dengan cara yang sama dilakukan korelasi antara variabel dengan total skor untuk variabel *Good of Corporate Governance, Website Quality, Trust* dan *Behavioral Intention*. Nilai r hitung ini dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel dengan tingkat signifikan 5% *two tail* adalah 0.195. Berikut adalah hasil perhitungan dan perbandingan dengan nilai r tabel.

Tabel 10 Perbandingan nilai r hitung dengan r tabel

observed	r hitung	cut off	observed	r hitung	cut off	observed	r hitung	cut off	observed	r hitung	cut off
x1	0.781	0.195	x7	0.761	0.195	x13	0.746	0.195	x19	0.813	0.195
x2	0.84	0.195	x8	0.785	0.195	x14	0.782	0.195	x20	0.812	0.195
x3	0.816	0.195	x9	0.736	0.195	x15	0.719	0.195	x21	0.803	0.195
x4	0.768	0.195	x10	0.792	0.195	x16	0.762	0.195	x22	0.803	0.195
x5	0.762	0.195	x11	0.689	0.195	x17	0.794	0.195	x23	0.834	0.195
x6	0.791	0.195	x12	0.812	0.195	x18	0.817	0.195	x24	0.805	0.195

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga korelasi antara tiap variabel *observed* dengan total skor signifikan sehingga semua variabel adalah valid atau dengan kalimat lain tiap variabel *observed* merupakan konstruk atau indikator dari variabel laten.

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi tiap *observed variable* pada *latent variable*. Untuk menguji reliabilitas digunakan uji cronbachs alpha.

Persamaan yang digunakan adalah:
$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_Y^2} \right)$$

Berikut ini adalah perhitungan reliabilitas untuk variabel laten *Service Quality*:

- Menghitung standar deviasi untuk variabel x1, x2, x3 dan SQ.

Tabel 11 Perhitungan standar deviasi untuk *item* dan *if any item deleted*

No	x1	x2	x3	SQ	No	x1	x2	x3
1	4	4	5	13	1	9	9	8
2	4	5	4	13	2	9	8	9
3	4	5	4	13	3	9	8	9
.	4	8	9	9
.
151	2	2	2	6
152	2	2	2	6	151	4	4	4
Var	0.485884	0.452945	0.494205	2.834045	152	4	4	4
Varsum	1.433034				var	1.486886	1.384062	1.396131

- Menghitung nilai cronbachs alpha

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_Y^2} \right) = \frac{3}{3-1} \left(1 - \frac{(0,485884) + (0,452945) + (0,494205)}{(2,834045)} \right) = 0,7415$$

- Menghitung nilai cronbachs alpha *if any item deleted*

$$\alpha_{x_1} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_Y^2} \right) = \frac{2}{2-1} \left(1 - \frac{(0,452945) + (0,494205)}{(1,486886)} \right) = 0,72599$$

$$\alpha_{x_2} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_Y^2} \right) = \frac{2}{2-1} \left(1 - \frac{(0,485884) + (0,494205)}{(1,384062)} \right) = 0,58375$$

$$\alpha_{x_3} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_Y^2} \right) = \frac{2}{2-1} \left(1 - \frac{(0,452945) + (0,485884)}{(1,396131)} \right) = 0,65509$$

- Dengan cara yang sama dilakukan perhitungan nilai cronbachs alpha untuk variabel laten *Good Corporate Governance, Website Quality, Trust* dan *Behavioral Intense* :

Tabel 12 Hasil Perhitungan Cronbachs Alpha

Sudarmanto, G. (2005:98)

menyatakan bahwa apabila nilai cronbach's alpha *if*

item deleted lebih besar dari 0,3 maka data penelitian dianggap *reliable* atau dengan lain apabila konstruk digunakan beberapa kali maka akan memberikan hasil yang sama. Nilai cronbach's alpha *item* secara keseluruhan lebih besar dari 0,3 sehingga *reliable*.

observed	if item deleted	observed	if item deleted	observed	if item deleted	observed	if item deleted
x1	0.725994081	x7	0.882414871	x13	0.793203653	x19	0.652279862
x2	0.583750433	x8	0.879306676	x14	0.777631646	x20	0.841801062
x3	0.655099239	x9	0.885243522	x15	0.809044177	x21	0.843600994
x4	0.882204764	x10	0.878524235	x16	0.781617445	x22	0.845045174
x5	0.883571402	x11	0.889547723	x17	0.681478997	x23	0.836530093
x6	0.878969375	x12	0.762940247	x18	0.606037783	x24	0.845547637

<i>Service Quality</i>	0.741525
<i>Website Quality</i>	0.895681
<i>GCG</i>	0.820384
<i>Trust</i>	0.732843
<i>Behavioral Intention</i>	0.869958

Regresi. Berdasarkan kerangka pemikiran, pendugaan koefisien regresi dilakukan secara bertahap sebagai berikut:

- ❖ Pengaruh *Service Quality*(a), *Website Quality*(b), *GCG*(c) pada *Trust*(d) dan analisis multikolinearitas

$$\hat{\beta} = (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \cdot \mathbf{X}' \cdot \mathbf{y}$$

$$d = \beta_0 + \beta_1 a + \beta_2 b + \beta_3 c$$

$$\begin{aligned}
 (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} &= \left(\begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & \dots & 1 \\ a_1 & a_2 & a_3 & \dots & a_{152} \\ b_1 & b_2 & b_3 & \dots & b_{152} \\ c_1 & c_2 & c_3 & \dots & c_{152} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} 1 & a_1 & b_1 & c_1 \\ 1 & a_2 & b_2 & c_2 \\ 1 & a_3 & b_3 & c_3 \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ 1 & a_{152} & b_{152} & c_{152} \end{bmatrix} \right)^{-1} = \left(\begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & \dots & 1 \\ 8 & 10 & 10 & \dots & 9 \\ 21 & 26 & 23 & \dots & 22 \\ 19 & 18 & 15 & \dots & 15 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} 1 & 8 & 21 & 19 \\ 1 & 10 & 26 & 18 \\ 1 & 10 & 23 & 15 \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ 1 & 9 & 22 & 15 \end{bmatrix} \right)^{-1} \\
 &= \left(\begin{matrix} N & \sum a & \sum b & \sum c \\ \sum a & \sum a^2 & \sum ab & \sum ac \\ \sum b & \sum ab & \sum b^2 & \sum bc \\ \sum c & \sum ac & \sum bc & \sum c^2 \end{matrix} \right)^{-1} = \begin{pmatrix} 152 & 1441 & 3723 & 2508 \\ 1441 & 14089 & 35369 & 23906 \\ 3723 & 35369 & 94413 & 62161 \\ 2508 & 23906 & 62161 & 42700 \end{pmatrix}^{-1} \\
 &= \begin{pmatrix} 0,44492 & -0,0189 & -0,005428 & -0,00765 \\ -0,0189 & 0,002408 & -1,8 \times 10^{-6} & -0,00024 \\ -0,005428 & -1,8 \times 10^{-6} & 0,0003549 & -0,0002 \\ -0,00765 & -0,00024 & -0,0002 & 0,000891 \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \mathbf{X}'\mathbf{y} &= \begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & \dots & 1 \\ a_1 & a_2 & a_3 & \dots & a_{152} \\ b_1 & b_2 & b_3 & \dots & b_{152} \\ c_1 & c_2 & c_3 & \dots & c_{152} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} d_1 \\ d_2 \\ d_3 \\ \vdots \\ d_{152} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & \dots & 1 \\ 8 & 10 & 10 & \dots & 9 \\ 21 & 26 & 23 & \dots & 22 \\ 19 & 18 & 15 & \dots & 15 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} 8 \\ 10 \\ 9 \\ \vdots \\ 9 \end{bmatrix} \\
 &= \begin{pmatrix} \sum d \\ \sum ad \\ \sum bd \\ \sum cd \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1443 \\ 13718 \\ 36118 \\ 24109 \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

Perhitungan koefisien regresi adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \hat{\beta} &= (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \cdot \mathbf{X}'\mathbf{y} = \begin{pmatrix} 0,44492 & -0,0189 & -0,005428 & -0,00765 \\ -0,0189 & 0,002408 & -1,8 \times 10^{-6} & -0,00024 \\ -0,005428 & -1,8 \times 10^{-6} & 0,0003549 & -0,0002 \\ -0,00765 & -0,00024 & -0,0002 & 0,000891 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 1443 \\ 13718 \\ 36118 \\ 24109 \end{pmatrix} \\
 &= \begin{pmatrix} 2,283405 \\ 0,019504 \\ 0,215659 \\ 0,10563 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \text{int ercept} \\ sq \\ wq \\ gcg \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

Perhitungan error adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{e} = \mathbf{y} - \mathbf{X}\hat{\beta} = \begin{bmatrix} 8 \\ 10 \\ 9 \\ \vdots \\ 9 \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} 1 & 8 & 21 & 19 \\ 1 & 10 & 26 & 18 \\ 1 & 10 & 23 & 15 \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ 1 & 9 & 22 & 15 \end{bmatrix} \begin{pmatrix} 2,283405 \\ 0,019504 \\ 0,215659 \\ 0,10563 \end{pmatrix} = \begin{bmatrix} 8 \\ 10 \\ 9 \\ \vdots \\ 9 \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} 8,975236 \\ 9,98691 \\ 9,023045 \\ \vdots \\ 8,787881 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} -0,97524 \\ 0,01309 \\ -0,02304 \\ \vdots \\ 0,212119 \end{bmatrix}$$

Perhitungan variance koefisien regresi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{var}(\beta) &= \sigma^2 (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \\ &= \frac{\mathbf{e}'\mathbf{e}}{N-k} (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \\ \text{var}(\beta) &= \frac{\begin{pmatrix} -0,97524 & & & & & -0,97524 \\ & 0,01309 & & & & 0,01309 \\ (-0,97524 & 0,01309 & -0,02304 & \dots & 0,212119) & -0,02304 \\ & & & & & \vdots \\ & & & & & 0,212119 \end{pmatrix}}{152-4} (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \\ &= \frac{414,6981}{152-4} \begin{pmatrix} 0,44492 & -0,0189 & -0,005428 & -0,00765 \\ -0,0189 & 0,002408 & -1,8 \times 10^{-6} & -0,00024 \\ -0,005428 & -1,8 \times 10^{-6} & 0,0003549 & -0,0002 \\ -0,00765 & -0,00024 & -0,0002 & 0,000891 \end{pmatrix} \\ &= \begin{pmatrix} 1,24667333 & -0,05295823 & -0,01520918 & -0,02143371 \\ -0,05295823 & 0,00674834 & -0,00000505 & -0,00066026 \\ -0,01520918 & -0,00000505 & 0,00099433 & -0,00055136 \\ -0,02143371 & -0,00066026 & -0,00055136 & 0,00249684 \end{pmatrix} \end{aligned}$$

Langkah berikutnya adalah menghitung nilai koefisien determinasi:

$$\begin{aligned} R^2 &= \frac{\hat{\beta}'\mathbf{X}'\mathbf{y} - N\left(\frac{\sum Y}{N}\right)^2}{\mathbf{y}'\mathbf{y} - N\left(\frac{\sum Y}{N}\right)^2} = \frac{\begin{pmatrix} 2,283405 & 0,019504 & 0,215659 & 0,10563 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 1443 \\ 13718 \\ 36118 \\ 24109 \end{pmatrix} - 152\left(\frac{1443}{152}\right)^2}{14313 - 152\left(\frac{1443}{152}\right)^2} \\ &= \frac{13898,3019 - 13699,0065}{14313 - 13699,0065} = 0,3245 \end{aligned}$$

Berikut ini adalah analisis nilai t hitung

$$\begin{aligned} t_{intercept} &= \frac{\text{int ercept} - 0}{\sqrt{s_{intercept}^2}} = \frac{2,283405 - 0}{\sqrt{1,24667333}} = 2,04506 \\ t_{\beta_1} &= \frac{\beta_1 - 0}{\sqrt{s_{\beta_1}^2}} = \frac{0,019504 - 0}{\sqrt{0,00674834}} = 0,237424 \\ t_{\beta_2} &= \frac{\beta_2 - 0}{\sqrt{s_{\beta_2}^2}} = \frac{0,215659 - 0}{\sqrt{0,00099433}} = 6,839153 \\ t_{\beta_3} &= \frac{\beta_3 - 0}{\sqrt{s_{\beta_3}^2}} = \frac{0,10563 - 0}{\sqrt{0,00249684}} = 2,113936 \end{aligned}$$

Uji Multikolinearitas

Cut off untuk nilai VIF adalah 10. Persamaan untuk menghitung nilai VIF adalah $VIF = \frac{1}{1-R^2}$. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melakukan regresi antara variabel bebas. Perhitungan dilakukan dengan bantuan matriks.

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2$$

$$\hat{\beta} = (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \cdot \mathbf{X}'\mathbf{y}$$

- Variabel bebas adalah *Website Quality* (x1) dan *GCG* (x2).

$$\begin{aligned}
 (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} &= \left(\begin{bmatrix} 1 & x_{11} & x_{21} \\ 1 & x_{12} & x_{22} \\ 1 & x_{13} & x_{23} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ 1 & x_{1152} & x_{2152} \end{bmatrix} \right)^{-1} = \left(\begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & \cdots & 1 \\ 21 & 26 & 23 & \cdots & 22 \\ 19 & 18 & 15 & \cdots & 15 \\ \vdots & \vdots & \vdots & & \vdots \\ 1 & 22 & 15 \end{bmatrix} \right)^{-1} \\
 &= \begin{pmatrix} 152 & 3723 & 2508 \\ 3723 & 94413 & 62161 \\ 2508 & 62161 & 42700 \end{pmatrix}^{-1} = \begin{pmatrix} 0,2966 & -0,00544 & -0,0095 \\ -0,00544 & 0,000355 & -0,0002 \\ -0,0095 & -0,0002 & 0,000868 \end{pmatrix} \\
 \mathbf{X}'\mathbf{y} &= \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & \cdots & 1 \\ x_{11} & x_{12} & x_{13} & \cdots & x_{1152} \\ x_{21} & x_{22} & x_{23} & \cdots & x_{2152} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} y_1 \\ y_2 \\ y_3 \\ \vdots \\ y_{152} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & \cdots & 1 \\ 21 & 26 & 23 & \cdots & 22 \\ 19 & 18 & 15 & \cdots & 15 \\ \vdots & \vdots & \vdots & & \vdots \\ 1 & 22 & 15 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 8 \\ 10 \\ 10 \\ \vdots \\ 9 \end{pmatrix} \\
 &= \begin{pmatrix} 1441 \\ 35369 \\ 23906 \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \hat{\beta} &= (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \cdot \mathbf{X}'\mathbf{y} = \begin{pmatrix} 0,2966 & -0,00544 & -0,0095 \\ -0,00544 & 0,000355 & -0,0002 \\ -0,0095 & -0,0002 & 0,000868 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 1441 \\ 35369 \\ 23906 \end{pmatrix} \\
 &= \begin{pmatrix} 7,847592 \\ 0,000748 \\ 0,09784 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \beta_0 \\ wq \\ gcg \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai koefisien determinasi.

$$\begin{aligned}
 R^2 &= \frac{\hat{\beta}' \cdot \mathbf{X}'\mathbf{y} - N(\bar{Y})^2}{\mathbf{y}'\mathbf{y} - N(\bar{Y})^2} = \frac{(7,847592 \quad 0,000748 \quad 0,09784) \begin{pmatrix} 1441 \\ 35369 \\ 23906 \end{pmatrix} - 152 \left(\frac{1441}{152} \right)^2}{14089 - 152 \left(\frac{1441}{152} \right)^2} \\
 &= \frac{13673,78 - 13661,0592}{14089 - 13661,0592} = 0,02972561 \\
 VIF_{sq} &= \frac{1}{1 - R^2} = \frac{1}{1 - 0,02972561} = 1,030636289
 \end{aligned}$$

- Langkah di atas dilakukan untuk menghitung nilai VIF variabel *WQ* dan *GCG*. Nilai VIF untuk variabel *WQ* adalah 1,144 dan nilai VIF untuk variabel *GCG* adalah 1,174. Nilai VIF < 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas.

❖ Pengaruh *Service Quality*, *Website Quality*, *GCG* dan *Trust* pada *Behavioral Intention*.

Perhitungan dilakukan dengan cara yang sama seperti di atas. Hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 13 Hasil Perhitungan Pengaruh *Service Quality*, *Website Quality*, *GCG* dan *Trust* pada *Behavioral Intention*

	Koefisien	t hitung	VIF
Intercept	-1.98288	-1.26955	
sq	0.501326	4.423025	1.031041
wq	0.226915	4.547191	1.505647
gcg	0.047057	0.67259	1.209917
t	0.673019	5.935242	1.480579

Koefisien determinasi adalah sebesar 0,527. Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Hipotesis.

Hipotesis pengaruh *Service Quality*, *Website Quality*, *GCG* pada *Trust* diuji dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel = 1,96 (df = 148, 5% *twotail*). Hipotesis pengaruh *Service Quality*, *Website Quality*, *GCG*, *Trust* pada *Behavioral Intention* diuji dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel = 1,96 (df = 147, 5% *twotail*). Berikut ini adalah rekapitulasi uji hipotesis.

Tabel 14 Uji Hipotesis Pengaruh pada *Behavioral Intention*

Variable	<i>Behavioral Intention</i>			
	Koefisien	t hitung	Cut Off	Ket
Intercept	-1.9828835	-1.26955128	1.96	-
sq	0.50132578	4.42302462	1.96	Signifikan
wq	0.22691454	4.54719138	1.96	Signifikan
gcg	0.0470571	0.67259025	1.96	-
t	0.67301856	5.93524248	1.96	Signifikan

Tabel 14 Uji Hipotesis Pengaruh pada *Trust*

Variable	<i>Trust</i>			
	Koefisien	t hitung	Cut Off	Ket
Intercept	2.283405	2.04506	1.96	Signifikan
sq	0.019504	0.237424	1.96	-
wq	0.215659	6.839153	1.96	Signifikan
gcg	0.10563	2.113936	1.96	Signifikan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Website Quality* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan pada *Trust*. *Service Quality*, *Website Quality* dan *Trust* berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*. Besar pengaruh tidak langsung *Service Quality*, *Website Quality*, *GCG*, pada *Behavioral Intention* melalui *Trust* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 15 Pengaruh Tidak Langsung

Variable	<i>Trust</i>		<i>Pengaruh tidak langsung pada Behavioral Intention</i>	
	Koefisien	Ket	Koefisien	Ket
Intercept	2.283405	Signifikan		
sq	0.019504	-	0.013126554	-
wq	0.215659	Signifikan	0.14514251	Signifikan
gcg	0.10563	Signifikan	0.071090951	Signifikan

Pembahasan

Good Corporate Governane berpengaruh langsung positif pada *Trust*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiarti (2010:263-269) dan Arbaina (2012:1-19). Arbaina (2012:1-19) menyatakan bahwa Penerapan *Good Organizational Governance* sangat dibutuhkan untuk seluruh perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Bank merupakan lembaga kepercayaan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kepada usaha yang membutuhkan. Untuk itu, bank harus beroperasi secara sehat dalam rangka menjaga kepercayaan masyarakat. Agar bank dapat beroperasi secara sehat, bank harus melaksanakan prinsip-prinsip *Good Organizational Governance* dengan baik. Budiarti (2010:263-269) menyatakan bahwa lemahnya pengelolaan risiko dan penerapan prinsip-prinsip *Good Organizational Governance* di lingkungan perbankan. Permasalahan tersebut bisa menurunkan tingkat kepercayaan nasabah, berpengaruh pada harga saham dan juga pada kepercayaan mitra untuk melakukan transaksi bisnis. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa nama baik perusahaan merupakan salah satu aset yang paling berharga, terlebih untuk industri perbankan yang dasarnya adalah kepercayaan antara penyimpan dana dan penghimpun dana. *Website Quality* berpengaruh langsung signifikan pada *Trust*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hsu and Wang (2008:310-321). Keamanan sistem, fleksibilitas, kemudahan dan lain-lain yang merupakan bagian dari *Website Quality* membangun *image* atau profil perusahaan. Hal ini mendukung terciptanya kepercayaan. *Service Quality* tidak berpengaruh langsung positif pada *Trust*. *Service Quality* merupakan bagian dari aktivitas langsung atau lapangan. Peneliti melakukan pengamatan pada beberapa bank di batam dan mendapatkan hasil bahwa *Service Quality* dilakukan ketika nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi. Petugas bank memberikan pelayanan hanya sebatas pada transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Hal ini tidak dapat digunakan untuk menyatakan profil perusahaan secara keseluruhan. Wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa responden menyatakan bahwa kemajuan teknologi informasi merubah cara dan kebiasaan bertransaksi sebagai contoh untuk transaksi transfer dapat dilakukan via *Internet Banking*, untuk setoran tunai dapat dilakukan via ATM. Hal ini juga mengubah cara pandang atau penilaian terhadap suatu perusahaan. *Website* menyediakan berbagai fitur untuk bertransaksi, selain itu juga menggambarkan profil perusahaan. Melalui *Website*, konsumen menilai perusahaan dengan cara melihat profil, tampilan, informasi, keamanan transaksi dan lain-lain. Konsumen atau nasabah menilai suatu perusahaan dengan cara melihat seluruh isi *Website*. Hal ini berbeda dengan *Service Quality* yang tidak dapat menampilkan profil perusahaan secara keseluruhan. Selain itu seluruh bank juga memberikan *Service Quality* yang hampir sama sehingga nasabah menggunakan kriteria selain *Service Quality* untuk menilai suatu bank. *Service Quality* berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Li, Cheng, Hsiao, Ai, Yang and Yen (2009:1-7) dan Nadiri and Tumer (2009:127-139). Penelitian yang dilakukan oleh Li, et al. (2009:1-7) menganalisis pengaruh *Service Quality* pada *Repurchase Intention*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa *Service Quality* mempengaruhi *Repurchase Intention* melalui mediasi *Customer Satisfaction*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadiri and Tumer

(2009:127-139) yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*. *Service Quality* menciptakan suasana kondusif antara bank dengan nasabah dan mendorong terciptanya kepuasan nasabah sehingga nasabah akan memberikan sikap yang positif kepada bank. *Website Quality* berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sam and Tahir (2009: 4-9). Kemudahan, keamanan, fleksibilitas merupakan hal yang dibutuhkan oleh nasabah. Jika nasabah menemukan hal itu maka nasabah tersebut akan memberikan *Favourable Behavioral Intention*. Penelitian ini tidak menemukan hubungan langsung antara *GCG* dan *Behavioral Intention*. *GCG* mempengaruhi *Behavioral Intention* dengan mediasi *Trust*. Penelitian kausalitas ini tidak berdasarkan penelitian terdahulu melainkan dari hasil penelitian secara kualitatif melalui wawancara dengan beberapa nasabah yang menyatakan bahwa apabila bank menerapkan prinsip-prinsip *GCG* maka hal tersebut akan menimbulkan kecenderungan perilaku konsumen yang positif. *Trust* berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan penelitian McKnight, Choudhury and Kacmar (2002:297-323) yang menyatakan bahwa *Trust* mempengaruhi *Behavioral Intention* secara positif. *Trust* memiliki arti ketergantungan antara nasabah dengan bank. Jika nasabah memiliki ketergantungan dengan bank maka hal tersebut akan mewujudkan *Favourable Behavioral Intention*.

Kesimpulan

Hasil penelitian menyatakan bahwa *Website Quality* dan *GCG* berpengaruh langsung positif pada *Trust*. *Service Quality*, *Website Quality* dan *Trust* berpengaruh langsung positif pada *Behavioral Intention*. *GCG* tidak berpengaruh langsung pada *Behavioral Intention* melainkan dimediasi oleh *Trust*. *Trust* dan *Behavioral Intention* merupakan hal mendasar yang diperlukan bank agar tetap eksis. Penelitian ini memberikan masukan kepada bank mengenai faktor-faktor yang mendukung terbentuknya 2 hal tersebut.

Daftar Referensi

-, 2002, Surat Keputusan Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002 tentang penerapan *GCG* pada BUMN, Menteri BUMN, Jakarta.
-, 2001, Surat Keputusan Menteri No.S-359/MK.05/2001 tentang Pengkajian Sistem Manajemen BUMN dengan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*, Menteri BUMN, Jakarta.
-, 2006, Peraturan Bank Indonesia No. 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum, Bank Indonesia, Jakarta.
- Arbaina, E. S., 2012, "Penerapan Good Organizational Governance pada Perbankan di Indonesia", unesa-ejournal.
- Budiarti. I., 2010, "Penerapan Prinsip-prinsip Good Organizational Governance pada Dunia Perbankan". *Majalah Ilmiah Unikom*. Vol. 8, No. 2, pp. 263-269.
- Crowther, D., and Seifi, S., 2011. *Organizational Governance and International Business*, Ventus Publishing ApS.
- Hsu, L.C. and Wang, C. H., 2008, A Study of E-trust in Online Auctions, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 9, No 4, Page 310-321.

- Johnson, Richard A., and Wichern, D.W., 2002. *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kuncoro, Mudrajad. 2002. *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*, BPFE Yogyakarta.
- Li , E.Y., , Cheng, J., Hsiao, C., Ai, J., Yang, J., and Yen, H. R., 2009, Examining The Antecedents of Repurchase Intention in Convenience Stores : A Perspective of Expectation-Disconfirmation Theory, The 9th International Conference on Electronic Business, Macau.
- McKnight , D.H., Choudhury, V., Kacmar, C., 2002, The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model, *Journal of Strategic Information Systems* 11, Page 297–323.
- Mohr, A., T. 2004. Trust, control, interaction and performance in IJVs – a taxonomy of German-Chinese Joint Ventures. *Uniduisburg*. No. 71.
- Nadiri, H. and Tumer, M., 2009, Retail Service Quality and Behavioral Intentions : An Empirical Application of The Retail Service Quality Scale in Northern Cyprus, *E&M Economics and Management Journal*, Vol 6. Page 127-139
- Tjiptono, F., dan Diana, A., 2003. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Ukudi dan Setiawan, B. M., 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol 14 No.2 : 215-227.
- Sam, M. F. M., and Tahir, M. N. H. 2009, Website Quality and Consumer Online Purchase Intention of Air Ticket, *International Journal of Basic & Applied Sciences IJBAS-IJENS*, Vol: 09 No:10 : 4-9.
- Stockdale , Rosemary and Borovicka, M., 2006, Using Quality Dimensions in the Evaluation of Websites, *The DBLP Computer Science Bibliography*, Vol C-7.