

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan inovasi personal terhadap dependennya yaitu perilaku penggunaan *mobile banking* menggunakan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3*. Sampel yang digunakan diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan total sebanyak 118 mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya tahun Angkatan 2019 sampai 2022. Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan dari bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah diterima. Semakin banyak manfaat yang diterima saat menggunakan *mobile banking*, maka semakin tinggi pula intensitas dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Ekspektasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah diterima. Semakin mudah seseorang menggunakan *mobile*

*banking*, maka semakin sering untuk menggunakan *mobile banking*.

3. Pengaruh Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “pengaruh sosial berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah ditolak. Tinggi rendahnya pengaruh sosial tidak akan mempengaruhi perilaku penggunaan *mobile banking* seseorang. Hal ini disebabkan karena Mahasiswa yang tidak memiliki dorongan dari orang-orang terdekat, tetap dapat menggunakan *mobile banking* atas kemauan atau kepentingannya sendiri, sehingga Pengaruh Sosial tidak menunjukkan arah pengaruh yang signifikan.
4. Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah diterima. Semakin baik infrastruktur atau layanan yang ada dalam *mobile banking*, maka semakin tinggi intensitas seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.
5. Motivasi Hedonis berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “motivasi hedonis berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah diterima. Semakin tinggi tingkat kesenangan seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking*, maka semakin besar pula untuk tetap menggunakan *mobile banking*.

6. Nilai Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis keenam yang menyatakan bahwa “nilai harga berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah ditolak. Hal ini bisa terjadi karena Mahasiswa merasakan manfaat yang diterima tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan maka cenderung akan memutuskan untuk tidak menggunakan *mobile banking* atau mencoba mencari *mobile banking* produk bank lain yang dirasa harganya sesuai. Sehingga nilai harga tidak menunjukkan arah pengaruh yang signifikan.
7. Kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa “kebiasaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah diterima. Semakin tinggi tingkat penggunaan layanan *mobile banking*, maka semakin tinggi frekuensi seseorang untuk terus menggunakannya.
8. Inovasi Personal berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Dengan demikian dugaan hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa “inovasi personal berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*” adalah diterima. Semakin tinggi tingkat ketertarikan seseorang akan hal baru, maka semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan berbagai fitur yang ada dalam *mobile banking*.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan baik dalam penyebaran kuesioner, metode pengujian yang digunakan, dan pengujian data. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Jumlah sampel yang didapatkan masih tergolong sedikit jika dilihat dari jumlah populasi yang ada.
2. Jumlah variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini belum secara sempurna mempengaruhi variabel dependen.
3. Untuk penyebaran kuesioner cukup memakan waktu untuk mendapatkan sampel minimal yang dibutuhkan, karena kuesioner dibagikan melalui *link* gform yang disebar ke grup kelas, grup angkatan maupun chat personal dan peneliti tidak bisa secara langsung mengawasi pengisian gform, sehingga jika ada kendala pengisian responden harus menghubungi peneliti dan dijelaskan lebih lanjut.

### **5.3 Saran**

Dari penjelasan sebelumnya masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yang dapat dipertimbangkan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik adopsi *mobile banking*, yaitu:

1. Data yang dapat menjelaskan secara umum pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya akan menghasilkan data yang baik, sehingga perlu menambahkan jumlah sampel yang lebih banyak agar dapat memperkecil kesalahan atau *error*.
2. Menambah variabel independen atau variabel kontrol yang dapat mempengaruhi variabel dependennya, hal ini dapat dilakukan dengan cara mencari referensi jurnal atau artikel sebanyak-banyaknya dan mencari *gap research*-nya, sehingga dapat diketahui variabel independen atau variabel

kontrol mana saja yang dapat mempengaruhi dependennya dan penelitian dianggap baik.

3. Jika peneliti menggunakan media elektronik dalam menyebarkan Google Form, peneliti sebaiknya juga melakukan penyebaran secara langsung. Dengan kata lain, mendatangi secara langsung responden yang memenuhi kriteria untuk membantu mengisi kuesioner pada Google Form.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arnold, M.J. and Reynolds, K. . (2019).. *Journal of Retailing, Hedonic Shopping Motivations*, 79, 77–95.
- Atmojo, D. P. T. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintahan Daerah Kabupaten Banyuwangi). <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/77745>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>
- Bhatti, T. (2007). Exploring factors influencing the adoption of mobile commerce. *Proceedings of the European and Mediterranean Conference on Information Systems, EMCIS 2007*, 3(12), 231–2311.
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Akhmad Jufri. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–76. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Evelyna, F. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam

Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Pada PT. Bank Mandiri Cabang Kebumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 41. <https://doi.org/10.54131/jbma.v8i2.127>

Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329–348. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>

Fatahudin, F. (2014). Adopsi model utaut3 pada nasabah pengguna Mobile Banking perbankan syariah Indonesia dimasa pandemik covid-19. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2).

Fiddin, Kamaliah, dan H. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi. *Ilmu Sosial Universitas Riau*, 8.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. In *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*.

Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>

HURT, H. T., JOSEPH, K., & COOK, C. D. (1977). Scales for the Measurement

of Innovativeness. *Human Communication Research*, 4(1), 58–65.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1977.tb00597.x>

Jadil, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research*, 132(April), 354–372.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Edisi 1). Erlangga.

Kosanke, R. M. (2019). *Journal of Retailing, Hedonic Shopping Motivations*, 79, 77–95.

Kurniawan, & Puspitaningtyas. (2016). Penelitian Kuantitatif, Metode Penelitian Kuantitatif. In *Google Books* (Issue April 2016). PT Raja Grafindo Persada.

Linton, J. (1998). Diffusion of innovations. *Circuits Assembly*, 9(4), 24–28.  
<https://doi.org/10.4337/9781800883284.diffusion.of.innovations>

Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154.  
<https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>

Nareswari, A. A. S. I., & Budiarta, I. K. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Lembaga Perkreditan Desa di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2621.  
<https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p17>

Ni Wayan Dewi, & Dodik Ariyanto. (2017). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota



Denpasar, 18(2), 1369–1397.

Nopiani, N. K. R. dan I. M. P. D. P. (2021). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-JURNAL AKUNTANSI*, 31, 2569–2581.

Savić, J., & Pešterac, A. (2019). Antecedents of mobile banking: UTAUT model. In *The European Journal of Applied Economics* (Vol. 16, Issue 1, pp. 20–29). <https://doi.org/10.5937/ejae15-19381>

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0*. C.V ANDI OFFSET.

Sok Foon, Y., & Chan Yin Fah, B. (2011). Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model. *International Journal of Business and Management*, 6(4). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n4p161>

Solomon, M., Bamosy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. (2009). *Consumer Behavior: A European perspective*.

Sondang, S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Erlangga.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan Kombinasi. In *Alfabeta*. Alfabeta.

Utami, N. I. (2022). *Analisis Intensi Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ( UTAUT )*. 3, 45–72.

Varma, A. (2018). Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective. *Theoretical Economics Letters*, 08(14), 2921–2937.

<https://doi.org/10.4236/tel.2018.814183>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

Widya, A., & Imam, M. (2022). Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>

Winarto, H. (2011). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (3rd ed., Vol. 14, Issue 3). ANDI.

Yamin, S., & Kurniawan, dan H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan partial Least Square Path Modeling*, Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

Yuen, Y. Y., Yeow, P. H. P., Lim, N., & Saylani, N. (2010). Internet Banking Adoption: Comparing Developed and Developing Countries. *Journal of Computer Information Systems*, 1(51), 52–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08874417.2010.11645449>