

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat dihasilkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu dapat dikatakan Apabila Ekspektasi Kinerja ditingkatkan maka Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim meningkat dengan signifikan. Begitu juga sebaliknya
2. Ekspektasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu Apabila Ekspektasi Usaha ditingkatkan maka Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim meningkat dengan signifikan. Begitu juga sebaliknya
3. Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan terhadap Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu Apabila Pengaruh Sosial meningkat maka Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim meningkat dengan signifikan. Begitu juga sebaliknya
4. Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap Intensi dan

Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu Apabila Kondisi yang memfasilitasi ditingkatkan maka Intensi dan Minat Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim meningkah dengan signifikan. Begitu juga sebaliknya.

5. Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kepercayaan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu dapat dikatakan apabila Persepsi Keamanan meningkat maka Persepsi Kepercayaan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim meningkat. Begitu juga sebaliknya
6. Persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu dapat dikatakan apabila Persepsi Kepercayaan meningkat maka Perilaku Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim meningkat. Begitu juga sebaliknya
7. Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu Apabila Persepsi Resiko meningkat maka Perilaku Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim menurun. Begitu juga sebaliknya
8. Intensi dan Minat Menggunakan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Menggunakan dalam menggunakan JConnect Mobile Bank Jatim. Oleh karena itu dapat dikatakan apabila Intensi dan Minat Menggunakan ditingkatkan maka Perilaku Menggunakan dalam menggunakan JConnect

Mobile Bank Jatim meningkat dengan signifikan. Begitu juga sebaliknya

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berikut beberapa keterbatasan penelitian yang ada dalam penelitian ini, sehingga dapat dijadikan suatu pertimbangan untuk penelitian selanjutnya :

1. Objek penelitian ini hanya terbatas pada nasabah dari cabang wilayah Kangean sehingga hasil penelitian ini belum dapat di implikasikan secara menyeluruh di Bank Jatim.
2. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebatas kuesioner dan akan lebih baik jika penelitian selanjutnya ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap dan detail.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil-hasil pengujian pada *Performance Expectancy* (ekspektasi kinerja), *Effort Expectancy* (ekspektasi upaya), *Social Condition* (pengaruh sosial), dan *Facilitating Condition* (kondisi yang memfasilitasi) pada *Intention to Use* (niat untuk menggunakan), *Perceived Security* (persepsi keamanan) pada *Perceived Trust* (kepercayaan yang dirasakan), dan *Perceived Risk* (resiko yang dirasakan) pada *Use Behavior* (perilaku penggunaan) maka terdapat beberapa saran yang dapat digunakan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Bank Jatim Cabang Kangean perlu mempertahankan dan juga meningkatkan kinerja dari aplikasi dengan menambahkan fitur-fitur lebih beragam yang dapat menunjang gaya hidup pengguna. Usaha yang

dilakukan oleh para responden tidak begitu sulit dalam menggunakan JConnect Mobile. Dengan demikian aplikasi ini sangat mudah untuk digunakan sampai saat ini.

Pengaruh sosial dari penggunaan JConnect Mobile oleh responden dikarenakan orang lain disekitarnya juga menggunakan aplikasi tersebut. Meskipun memiliki pengaruh yang signifikan, media promosi berperan penting dalam peningkatan penggunaan mobile banking. Kondisi yang memfasilitasi mereka dalam menggunakan JConnect Mobile ini adalah dengan adanya Smartphone dalam penggunaan keseharian mereka. Selain smartphone nasabah sendiri, layanan mobile banking harus lebih fokus pada bantuan dalam hal ini berbentuk *technical support* dan peningkatan keamanan agar menanggulangi pengguna yang mengalami kesulitan, dan meningkatkan keamanan pengguna agar terciptanya *user experience* yang baik.

Tingkat keamanan dalam menggunakan JConnect Mobile sangatlah aman, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi tersebut. Pentingnya untuk memperkuat keamanan informasi dan keamanan transaksi secara keseluruhan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Hal ini dapat mencakup adaptasi bank terhadap alat keamanan terbaru, seperti teknologi enkripsi nirkabel. Kepercayaan kepada bank untuk mengamankan transaksi membuat responden merasa aman dalam bertransaksi. Dengan demikian JConnect Mobile ini dapat diandalkan dan dipercaya untuk berbagai transaksi dalam keseharian para

responden. Dalam hal resiko yang dirasakan oleh responden menyatakan bahwa selama tidak melakukan kesalahan dalam bertransaksi maka tidak akan timbul masalah dalam menggunakan JConnect Mobile. Intensi dan minat dalam menggunakan Jconnect Mobile juga mempengaruhi perilaku menggunakannya karena kinerja, keandalan, dan keamanan membuat mereka percaya bahwa aplikasi tersebut bisa membantu dalam bertransaksi sehari-hari.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih up to date dalam memilih subjek dan objek, selain itu penelitian diharapkan memiliki akses yang cukup agar dalam pengambilan data dan informasi dapat lebih lengkap dan detail mengenai penggunaan variabel yang benar-benar dibutuhkan oleh perusahaan. Perlu adanya pertimbangan metode lain dalam meneliti penggunaan mobile banking dengan melakukan wawancara mendalam terhadap nasabah sebelum melakukan penelitian untuk memperoleh gambaran penggunaan variabel yang benar-benar dibutuhkan oleh perusahaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation*.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). *Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption*. Technology in society, 62, 101293.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). *Pengaruh Attraction, Accessibillity, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata*. Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan, 4(1), 53-59.
- Assael, Henry. (2010). *Consumer Behavior and Marketting Action*. Edisi Ke-6. Thomson Learning, Massachusset Hall.
- Bendall-Lyon, D., & Powers, T. L. (2004). *The impact of structure and process attributes on satisfaction and behavioral intentions*. Journal of Services Marketing, 18(2), 114-121.
- Chang, A. (2012). *UTAUT and UTAUT 2: A review and agenda for future research*. The Winners, 13(2), 10-114.
- Chellappa, R. K., & Pavlou, P. A. (2002). *Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions*. Logistics Information Management, 15(5/6), 358-368.
- Cocosila, M., & Trabelsi, H. (2016). *An integrated value-risk investigation of contactless mobile payments adoption*. Electronic Commerce Research and Applications, 20, 159-170.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. Management science, 35(8), 982-1003.
- Desfitriady, D., & Sirait, R. Y. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BRI Simpedes di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang (Kanca) Cimahi*. Jurnal Indonesia Membangun, 17(2), 1-19.
- Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R. (2006). *The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty*. Information & management, 43(1), 1-14.

- Furadantin, R. (2018). *Analisis data menggunakan aplikasi smartpls v. 3.2. 7 2018*. Jurnal manajemen, 1(1), 1-18.
- Ghalandari, K. (2012). *The effect of Performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions on acceptance of e-banking services in Iran: The moderating role of age and gender*. Middle-East Journal of Scientific Research, 12(6), 801-807.
- Ghozali, Imam, & Latan, Henky. (2017). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0(3rd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Google Scholar
- Goodhue, D. L., & Thomson, F. L. (1995). *Task-Technology Fit and Industrial Performance*. MIS Quarterly, 10(2), 179-187.
- Hanif, Y., & Lallie, H. S. (2021). *Security factors on the intention to use mobile banking applications in the UK older generation (55+). A mixed-method study using modified UTAUT and MTAM-with perceived cyber security, risk, and trust*. Technology in Society, 67, 101693.
- Harsono, L. D., & Suryana, L. A. (2014). *Factors affecting the use behavior of social media using UTAUT 2 model*. In Proceedings of the first Asia-Pacific Conference on global business, economics, finance and social sciences (pp. 1-14).
- Hartwick, J., & Barki, H. (1994). *Explaining the role of user participation in information system use*. Management science, 40(4), 440-465.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2008). *Consumer Behavior, Cengage Learning. South-western USA*. (Diakses dari <http://libgen.io/book/index.php>)
- Ivanova, A., & Kim, J. Y. (2022). *Acceptance and use of mobile banking in Central Asia: Evidence from modified UTAUT model*. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 9(2), 217-227.
- Karahanna, E., & Straub, D. W. (1999). *The psychological origins of perceived usefulness and ease-of-use*. Information & management, 35(4), 237-250.
- Kim, S. Y., Lee, S. H., & Hwang, H. S. (2013). *A Study of the Factors Influencing Adoption of Mobile VoIP: Applying the UTAUT Model*. Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, 14(7), 3238-3246.
- Kristoforus, R., & Andayani, S. (2013, November). *Analisis Perilaku Pengguna Sistem Informasi Menggunakan Model UTAUT*. In Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan.

- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). *Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation*. *Information systems research*, 2(3), 192-222.
- Permana, G. P. L., & Dewi, L. P. K. (2019). *Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Ovo Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Di Kota Denpasar*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 186-203.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). *Penerapan model UTAUT2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking di kota Denpasar*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369-1397.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). *Penerapan model UTAUT2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking di kota Denpasar*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369-1397.
- Prasetyo, D. (2012). *Analisis Perilaku Penerimaan Teknologi Informasi Pada UKM Sektor Industri Manufaktur Di Wilayah Jabodetabek*. *Jurnal manajemen*, 1(1), 1-18.
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). *The intention and use behaviour of the mobile banking system in Indonesia: UTAUT Model*. *Technology Reports of Kansai University*, 62(06), 2757-2767.
- Ramírez-Correa, P., Rondán-Cataluña, F. J., Arenas-Gaitán, J., & Martín-Velicia, F. (2019). *Analysing the acceptance of online games in mobile devices: An application of UTAUT2*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 85-93.
- Riswandi, B.A. (2015). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Santoso, A. A., & Rachmawati, I. (2021). *Analisis Minat Pengguna Layanan M-banking Livin'By Mandiri Di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi Utaut 2*. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair Jr, J. F. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers*. *Journal of family business strategy*, 5(1), 105-115.



- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 1*.
- Sitoyo, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. 1st ed. Ayup, editor. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solimun., Fernandes, A.A.R., Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat (Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS)*. Malang: UB Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). *Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab*. JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, 1(2), 41-54.
- Sukardi. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Tusyanah, T., Wahyudin, A., & Khafid, M. (2021). *Analyzing factors affecting the behavioral intention to use e-wallet with the UTAUT model with experience as moderating variable*. Journal of Economic Education, 10(1), 113-123.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS quarterly, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). *Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology*. MIS quarterly, 157-178.
- Wu, Y., & Zhu, W. (2012). *An integrated theoretical model for determinants of knowledge sharing behaviours*. Kybernetes, 41(10), 1462-1482.
- Zenko, Z., & Mulej, M. (2011). *Diffusion of innovative behaviour with social responsibility*. Kybernetes, 40(9/10), 1258-1272.