

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Fitur layanan memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo. Penerapan fitur layanan pada aplikasi BRImo memberikan kontribusi untuk menarik nasabah mengambil keputusan menggunakan produk tersebut dengan segala spesifikasi yang dimiliki, fitur layanan yang beragam sesuai kebutuhan nasabah, fitur layanan yang memiliki banyak keunggulan dan terus berinovasi menjadikan nasabah bisa melakukan transaksi online perbankan kapan dan dimana saja.
2. Keamanan transaksi memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo. Nasabah telah merasakan keamanan dalam melakukan transaksi online dengan aplikasi BRImo, sehingga memberikan kontribusi bagi nasabah mengambil keputusan menggunakan produk tersebut, dimana aplikasi BRImo mampu menjaga kerahasiaan informasi pribadi nasabah, memberikan rasa aman dalam transaksi mobile banking serta penyajian informasi yang tepat dan akurat.
3. *Brand ambassador* memberi pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo. Promosi yang dilakukan BRI menggunakan *brand ambassador* dari selebriti untuk mendukung merek

BRImo tidak berkontribusi terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan aplikasi BRImo, dikarenakan informasi yang belum objektif, belum menonjolkan daya tarik dan ciri khas dari promosi aplikasi BRImo, sehingga nasabah terlebih dahulu melakukan evaluasi alternatif sebelum mengambil keputusan menggunakan aplikasi BRImo.

4. Persepsi kemudahan menggunakan produk memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo. Penggunaan aplikasi BRImo mudah dipahami untuk transaksi online dengan layanan informasi jelas dan mudah dalam melakukan transaksi perbankan, di mana dalam menggunakan BRImo sesuai dengan informasi fitur layanan yang tersedia dan evaluasi alternatif atas beberapa aplikasi sejenis serta rekomendasi dari teman dan keluarga, meningkatkan keinginan nasabah mengambil keputusan menggunakan aplikasi BRImo.
5. Fitur layanan, keamanan transaksi dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berkontribusi dalam menentukan keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo. Karena itu diperlukan upaya untuk mempertahankan hal tersebut dengan terus melakukan inovasi atas produk aplikasi BRImo dalam hal fitur layanan yang tersedia sesuai dengan kebutuhan nasabah, tercipta rasa aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara online dan memberikan persepsi kemudahan bagi nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo untuk setiap transaksi yang dilakukan secara online.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Sebagaimana pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, ada batasan-batasan tertentu yang memerlukan pertimbangan dan penyempurnaan tambahan dari pihak peneliti masa depan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa penelitian itu sendiri tidak diragukan lagi mencakup kekurangan yang harus diperbaiki dalam penelitian lebih lanjut. Antara lain, penelitian ini memiliki kekurangan tertentu:

1. Penggunaan variabel penelitian terbatas pada penggunaan aplikasi BRImo bukan dilihat dari pelayanan perbankan secara umum.
2. Metode pengumpulan data dan informasi dari responden melalui survei tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya karena berbagai keadaan, antara lain kejujuran responden dalam menyampaikan pemikirannya dalam kuisioner, serta variasi cara berpikir, praduga, dan pengetahuan satu sama lain.

## 5.3 Saran

Sebagaimana kesimpulan penelitian, masukan yang dapat diberikan antara lain:

1. Pihak BRI dalam menerapkan aplikasi BRImo harus mampu mempertahankan dengan meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi BRImo agar tetap dapat diterima oleh masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan online. BRI harus terus melakukan riset dan survey kebutuhan pasar terkini, apa saja yang dibutuhkan oleh nasabah saat ini mengikuti perkembangan teknologi dan sistem keamanan yang ada.

2. Teknologi perbankan digital berkembang pesat, dan semua bank bekerja keras untuk membuat aplikasi mobile banking, untuk itu pihak BRI harus konsisten melakukan inovasi atas fitur layanan, meningkatkan keamanan transaksi, menggunakan *brand ambassador* yang tepat dan menjaga persepsi nasabah dalam hal kemudahan menggunakan Aplikasi Primo adalah *mobile banking* yang mempercepat transaksi keuangan, meningkatkan kemanjuran dan efisiensi pengguna, dan membantu nasabah membuat keputusan keuangan yang bijaksana saat terlibat dalam transaksi keuangan.
3. Diharapkan bahwa penelitian selanjutnya akan memperluas bidang studi. Tidak hanya pengguna aplikasi BRImo di lokasi ini, tetapi juga di sejumlah tempat lainnya. Hal ini agar variabel pendukung tambahan dapat digunakan dan hasil studi yang lebih baik dapat diperoleh.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ansori. (2017). *Manajemen Perbankan*. Bandung: Penerbit Tarsito.
- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS quarterly*. Volume. 13(3), pp. 319-340.
- Dewi, N. L. P. P., & Gorda, A. A. N. E. S. (2022). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(22), 1–13.
- Ferdinans, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- George., Agbemabiese C., Patrick A.A., Joseph G.N.T.N., (2015). Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghananian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited. *Journal of Computer and Communications*. Vol. 3 No. 4. Pp 1-19.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Handinisari, H., Muhlisin, Sofyan., Yono. (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 4 No 3 (2023) 818-828 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490. DOI: 1047467/elmal.v4i3.2076
- Jogiyanto, H.M. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE. Kotler, P., dan G. Amstrong. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Keller, KL, (2017). *Marketing*. Prentice Hall, New York.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. (2007). *Managemen Pemasaran 2 Edisi kedua belas*. Jakarta: PT Index. 56
- Kotler, P., dan K.L. Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kurniaputra, Adria Yudi., Nurhadi, Mochamad (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI. *Journal of Business and Banking*, Vol 8 Number 1, pp. 109-120. DOI: 10.14414/jbb.v8i1.1557
- Lea-Green & Wood, Gaynor. (2021). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.

- Lestari, Novela Rizki (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BRI di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Vol 8 Number 1, pp. 141-156. DOI: 10.14414/jbb.v8i1.1002.
- Malhotra, Naresh, (2007). *Marketing Research : an applied orientation*, pearson, education, inc, fifth edition. New Jersey: USA
- Musthofa, Muhammad Zainal., Lindiawati (2018). Pengaruh Kegunaan Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonic, dan Risiko yang Dirasakan terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Dimediasi Niat Perilaku Nasabah. *Journal of Business and Banking*, Vol 8 Number 1, pp. 121-140. DOI: 10.14414/jbb.v8i1.1515
- Nirwana SK Sitepu. (1994). *Analisa Jalur (Path Analysis)*. Unit Pelayanan Statistika FMIPA Universitas Padjajaran, Bandung.
- Pavlou, P. A., (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model*. International Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi. Jakarta: PT Gramedia
- Putra, Muhammad Ikhsan., Suharyono., Abdillah, Yusri. (2014). *Pengaruh Brand ambassador terhadap Brand Image Serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 12 No.1 Juli 2014.
- Raharjo, Budi (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta. PT. Insan Indonesia.
- Rahi, Samar., Ghani, Mazuri Abd (2018). Integration of expectation confirmation theory and self-determination theory in internet banking continuance intention. *Journal of Science and Technology Policy Management* © Emerald Publishing Limited, 2053-4620. DOI: 10.1108/JSTPM-06-2018-0057
- Rayon, J, (2021). *Theory of Banking Management*. McGraw Hill Inc. Tokyo.
- Raza, Syed Ali., Umer, Amna., Qureshi, Muhammad Arif., Dahri, Abdul Samad. (2020). *Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e- SERVQUAL model*. *The TQM Journal* © Emerald publishing limited 1754-2731. DOI: 10.1108/TQM-02-2020-0019
- Ruslan, F., Madjojo, F., dan Astria, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo. *Gorontalo Accounting Journal*, 6 (1), 25–34. DOI: 10.32662/gaj.v6i1.2593
- Schmitt, Carry, (2019). *Managing Banking System*. Strathclyde Business School, UK
- Siagian, M., Rini, E. S., & Situmorang, S. H. (2021). The Effect of Digital Service Quality (BRIMO) on Customer Loyalty through Customer Trust and Satisfaction on COVID-19 Situation (Pt Bank Rakyat Indonesia Medan

Regional Office). *International Journal of Research and Review*, 8(8), 263–271. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210836>

Stewart, Frederick, (2021). *Perspective The Mobile Banking for Customer*. Harper and Row, New York.

Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabetha.

Sugiyono, (2005). *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabetha.

Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabetha.

Suyanto, Bagong. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wangiri. (2019). *Manajemen Perbankan dan Era Digital*. Jakarta: Penerbit Pustakajaya.

Wibowo, Harijaya. (2021). *Pengembangan Digitalisasi Mobile Banking*. Jakarta: Penerbit Harvarindo.

Yolanda, Arabella. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (Ecommerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol.2 No.2 Malang.

Yuliana, Y., & Kristiana, V. (2021). Ilomata International Journal of Management ( IJIM ). *Ilomata International Journal of Management ( IJIM )*. 2(1), 51–55. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v2i4.263>.

Zahid, Nauman, Asif Mujtaba, dan Adnan Riaz (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences (Online)*, Vol 27 No.1