

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menguji tentang pengaruh persepsi manfaat, risiko, kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit BNI di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit BNI di Surabaya.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya dengan sampel sejumlah 110 responden yang merupakan nasabah pengguna kartu kredit BNI di Surabaya. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh dari masing-masing variabel bebas dapat dikatakan secara parsial Persepsi Manfaat (X_1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menggunakan (Y). Hal ini menjelaskan bahwa seorang individu akan menilai manfaat yang dia dapatkan nantinya yang akan menjadi faktor utama atau akan mendasari keinginan mereka untuk membeli atau memiliki atau melakukan transaksi dengan menggunakan kartu kredit.
2. Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh dari masing-masing variabel bebas dapat dikatakan secara parsial Persepsi Risiko (X_2) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menggunakan (Y). Hal ini menjelaskan bahwa pada saat nasabah melakukan transaksi dengan menggunakan kartu kredit risiko

yang akan didapat oleh nasabah akan cenderung lebih besar dari pada dengan melakukan transaksi secara langsung atau secara tunai.

3. Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh dari masing-masing variabel bebas dapat dikatakan secara parsial Persepsi Kemudahan (X_3) tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menggunakan (Y). Hal ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan tidak berdampak pada perilaku nasabah, yaitu persepsi nasabah tentang kemudahan menggunakan dalam menggunakan kartu kredit tidak akan berdampak pada keputusan penggunaan nasabah terhadap kartu kredit.
4. Berdasarkan hasil uji F yang dapat diperoleh dari semua variabel bebas dapat dikatakan secara simultan Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Risiko (X_2), dan Persepsi Kemudahan (X_3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y).

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diantaranya adalah terdapat kendala pada penyebaran kuisisioner, karena banyak nasabah responden yang menolak dalam pengisian kuisisioner dengan alasan terlalu sibuk sehingga tidak bisa meluangkan waktu sedikit untuk mengisi kuisisioner tersebut, adapun responden mengisi kuisisioner tidak jarang responden tidak mengisi alamat atau nomor telepon dengan lengkap dan jelas.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang diperoleh, maka penulis akan memberikan saran kepada pihak-pihak terkait. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank BNI

- a. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap variabel manfaat, pada pernyataan yang menyatakan layanan yang diberikan oleh kartu kredit BNI sangat berguna mendapatkan nilai terendah diantara indikator lainnya. Sehingga bank BNI disarankan untuk selalu meningkatkan pelayanan dalam memberi kemudahan penggunaan kartu kredit dengan menambah mesin EDC diberbagai lokasi dan menambah alat akses kartu kredit BNI di banyak tempat dan tersistem online 24 jam sehingga pengguna kartu kredit lebih merasakan manfaatnya dan dapat mempercepat segala proses transaksinya
- b. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap variabel resiko, pada pernyataan saya khawatir untuk menggunakan layanan kartu kredit BNI, karena orang lain mungkin dapat mengakses akun saya. Sehingga bank BNI disarankan untuk dapat meningkatkan keamanan para pengguna kartu kredit BNI, seperti para pengguna kartu kredit harus memasukkan informasi yang hanya diketahui oleh pihak pengguna kartu kredit BNI dan pihak BNI seperti kartu kredit yang sejak tahun ini diharuskan menggunakan pin agar orang lain tidak dapat mengakses kartu kredit sembarangan .oleh karena itu dalam mengakses kartu kredit BNI hanya dapat di lakukan oleh pengguna

kartu kredit BNI. Sehingga akses untuk menggunakan kartu kredit hanya dimiliki oleh pengguna kartu kredit BNI.

- c. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan, pada pernyataan dengan melakukan semua transaksi melalui kartu kredit BNI dapat menyelesaikan permasalahan dengan mudah, sehingga bank BNI disarankan untuk memperbaiki kinerjanya sehingga nasabah lebih mudah mengakses dan menggunakan kartu kredit BNI. Salah satu cara yang seharusnya BNI lakukan adalah mengajarkan kepada nasabah cara menggunakan kartu kredit secara langsung sehingga nasabah merasa tidak kesulitan dalam mempelajari, menggunakan, dan mengakses kartu kredit

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Untuk lebih memperhatikan pernyataan kalimat $X_{2,5}$ dalam persepsi resiko agar tidak terkecau dalam pernyataan untuk mengisi kuisisioner.
- b. Untuk mendapatkan suatu penelitian yang baik di dukung oleh jawaban responden yang tepat dan kuat oleh karena itu jawaban dari responden disarankan untuk lebih selektif dalam pemilihan responden yang serius pengisiannya.
- c. Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penyebaran kuisisioner yang lebih menyeluruh.
- d. Mengembangkan variabel yang sudah ada dan mencari faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan kartu kredit.

- e. Menggunakan obyek penelitian perbankan lain, untuk menemukan hasil yang lebih komperhensif
- f. Lebih sering membaca teori dan meningkatkan sampel penelitian dari berbagai karateristik. Serta bisa meneliti tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan kartu kredit.



DAFTAR RUJUKAN

- Al-Smadi, M. O. 2012. Factors affecting adoption of electronic banking: an analysis of the perspectives of banks' customers. *International Journal of Business and Social Science*, 3(17), 294-309
- Chahal, H., Sahi, G., K., & Rani, A. 2014. Moderating role of perceived risk in credit card usage and experience link. *Journal of Indian Business Research* Vol. 6 No. 4, pp. 286-308
- Cho, Y., C. 2015. Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems – First Quarter 2015 Volume 19, Number 1*
- Davis, F.D. 2010. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”. Pp 319-339.
- Ferdinand, G.A.A., 2012. Rancang Bangun Sistem Informasi Persuratan dan Kearsipan Universitas Udayana Menggunakan Paradigma Pemrograman Berorientasi Objek. Staf Pengajar Program Studi Teknik Elektro, Universitas Udayana
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hong, Z., dan L Yi. 2012. “Research on the Influence of Perceived Risk in Consumer On-line Purchasing Decision”, *Physics Procedia*, Vol. 24, pp. 1304 – 1310.
- <http://mykartukredit.com/2015-pertumbuhan-kartu-kredit-diprediksi-hanya-5/> diakses pada 03 Maret 2016 tentang Pertumbuhan Kartu Kredit
- <http://www.padusi.com/ani/content/?id=C0000405> diakses pada 03 Maret 2016 tentang permasalahan kartu kredit
- Jogiyanto, H.M. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. BPFE. Yogyakarta
- Jogiyanto, H.M. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta
- Juniwati. 2014. Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online. *European Journal of Business and Management*, Vol.6, No.27
- Kim 2010 *Financial Services And Financial Institutions : Value Creation In Theory And Practice*.

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1., Erlangga, Jakarta.
- Masoud, Ernad Y., 2013. The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management* Vol 5, No 6.
- Nicklouse Christian Lempoy Silvy L Mandey Sjendry SR Loindong 2015. “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder” *Jurnal*
- Pavlou, Paul A. 2001. *Consume Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model.*
- Schiffman, Leon, G., Leslie Lazar Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, Edisi Tujuh., Prentice-Hall, New Jersey
- Suhir, M., Suyadi, I., dan Riyadi. 2014. “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian secara Online”, *Jurnal Administrasi Bisnis*. No 8(1), pp:1-10
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen* jilid 2. Jakarta : Binarupa Aksara Publisher.
- Wahyuningtyas, Y., F., & Widiastuti, D., A. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Jurnal Kajian Bisnis* Vol.