

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar 100 responden nasabah pengguna mobile banking Bank Mandiri di Surabaya, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan analisis data dan pembahasan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 20,0 di dapatkan hasil sebagai berikut :

1. Persepsi resiko berpengaruh signifikan negatif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan bahwa nasabah takut apabila kode PIN diketahui oleh orang lain dan informasi tentang transaksi dirusak oleh orang lain.
2. Persepsi kenyamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan bahwa nasabah takut apabila transaksi dalam menggunakan *mobile banking* gagal, dapat dibuktikan bahwa fasilitas yang paling sering digunakan nasabah yaitu cek saldo.
3. Persepsi biaya berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan bahwa nasabah akan mengeluarkan biaya pada saat nasabah mengakses *mobile banking* yaitu berupa biaya data.
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan bahwa nasabah percaya dalam menggunakan

mobile banking untuk memberikan layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat memberikan layanan yang adil dan jujur.

5. Keunggulan relatif berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan bahwa *mobile banking* belum mempunyai keunggulan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah dan belum dapat digunakan untuk mengontrol keuangan.
6. Berdasarkan hasil uji F yang dapat diperoleh dari semua variabel bebas dapat dikatakan secara simultan variabel persepsi resiko, persepsi kenyamanan, persepsi biaya, kepercayaan dan keunggulan relatif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya yaitu :

1. Terdapat responden yang terburu-buru dalam mengisi kuesioner sehingga metode pengumpulan data melalui kuesioner dirasa kurang pas karena dapat menghasilkan jawaban yang bias.
2. Adanya kendala waktu dalam menyebarkan kuesioner karena dalam penelitian ini hanya disebar dalam waktu 4 minggu.

5.3 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya antara lain

1. Bagi bank Mandiri

- a. Saran untuk bank Mandiri di Surabaya, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Mandiri untuk dapat meningkatkan kualitas layanan yang lebih unggul pada layanan *mobile banking* sehingga nasabah akan tetap menggunakan *mobile banking* bank mandiri di Surabaya.
- b. Selain itu masalah kenyamanan terhadap layanan *mobile banking* khususnya keamanan merupakan hal yang paling penting, dan harus diperhatikan untuk menunjang keberlanjutan penggunaan *mobile banking*. Nasabah tidak akan menggunakan *mobile banking* apabila *mobile banking* dirasa tidak aman lagi
- c. Bank Mandiri di Surabaya diharapkan untuk tetap menjaga kepercayaan nasabah karena kepercayaan merupakan faktor terpenting dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. 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.
- b. Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penyebaran kuesioner yang lebih menyeluruh dan luas
- c. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka peneliti selanjutnya agar dapat mengambil jumlah responden yang lebih banyak serta menambahkan item pertanyaan yang lebih banyak dikuesioner.

DAFTAR RUJUKAN

- Aboelmaged, Gamal Mohamed dan Tarek R. Gebba. 2013. "Mobile banking adoption : an Examination of technology acceptance model and theory of planned behavior. *International Journal Of Business Research And Development* Pp 33-50.
- Achieng, M. Belynda dan Boaz K. Ingari. 2015. "Factors influencing the adoption of mobile banking in kenya's commercial banks : a case of kenya commercial bank (KCB) kilindini branch. *International journal of scientific and research publication* Pp 1-14.
- Al-Jabri, M Ibrahim dan M. Sadiq Sohail. 2012. "Mobile banking adoption : Aplication of diffusion of innovation theory". *Journal Of Electronic Commerce Research*. Pp 379-391.
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen "impilikasi pada strategi pemasaran"* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Govender, Irene dan Walter Sihlali. 2014. "A study of mobile banking adoption among University Students Using". *Journal of social sciences*. Pp 1-9.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 Up date PLS regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* . Semarang : Fatawa Publising
- Iramani. 2013. *Modul Statistika 2*. Surabaya : STIE Perbanas Surabaya.
- Karlina Aprilia, dan Imam Ghozali. 2013. *Teknik penyusunan skala likert*. Semarang: Fatawa publishing.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- "Laporan MEF", (<https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia/>), diakses pada 20 Maret 2016.
- Maryanto Supriyono. 2011. *Buku Pintar Perbankan Dilengkapi dengan studi kasus dan kamus istilah perbankan*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Morissan. 2014. *Metode penelitian survei*. Jakarta: Kencana.

- M. Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana.
- Mobile banking Mandiri, (<http://bankmandiri.co.id>) diakses pada 20 Maret 2016
- Ramlungun, Gunesh Vidisha dan Harsha Issure. 2014. "Factors Determining Mobile Banking Adoption in Mauritius". *International Journal of innovative research & development*. Pp 1-10.
- Roger D. 2010. *Perilaku Konsumen* jilid 2. Jakarta: Binarupa Aksara Publisher.
- Singh, Shamsheer. 2014. "Customer perception of mobile banking : An empirical study in national capital region delhi". *Journal of internet banking and commerce*. Pp 1-22.
- Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Kencana Prenadamedia Grup.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet "Implikasinya pada strategi pemasaran"*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- "Total Pertumbuhan mobile banking" (<http://sharingvision.com/2015/05/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia>) diakses pada 20 maret 2016.
- Top Brand Indeks 2014 fase 1, (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_1) diakses pada 21 Maret 2016.
- Top Brand Indeks 2015 fase 1, (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1) diakses pada 21 Maret 2016.
- Wangari, Hannah dan Muturi Willy. "Factors Affecting Adoption of Mobile Banking". 2014. *International Journal of social sciences management and entrepreneurship*. Pp 92-112.
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.