

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin tinggi kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.
2. Semakin tinggi kemudahan penggunaan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.
3. Semakin tinggi keamanan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.
4. Semakin tinggi kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan keamanan yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan Flazz BCA maka akan meningkatkan keputusan penggunaan Flazz BCA di Kota Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyak responden yang menolak ketika diminta mengisi kuesioner dengan alasan terburu-buru.
2. Tidak mendapat izin untuk survey ke Bank BCA langsung sehingga perlu dilakukan survey ke lokasi lain agar mendapatkan responden yang tepat.

### **5.3 Saran**

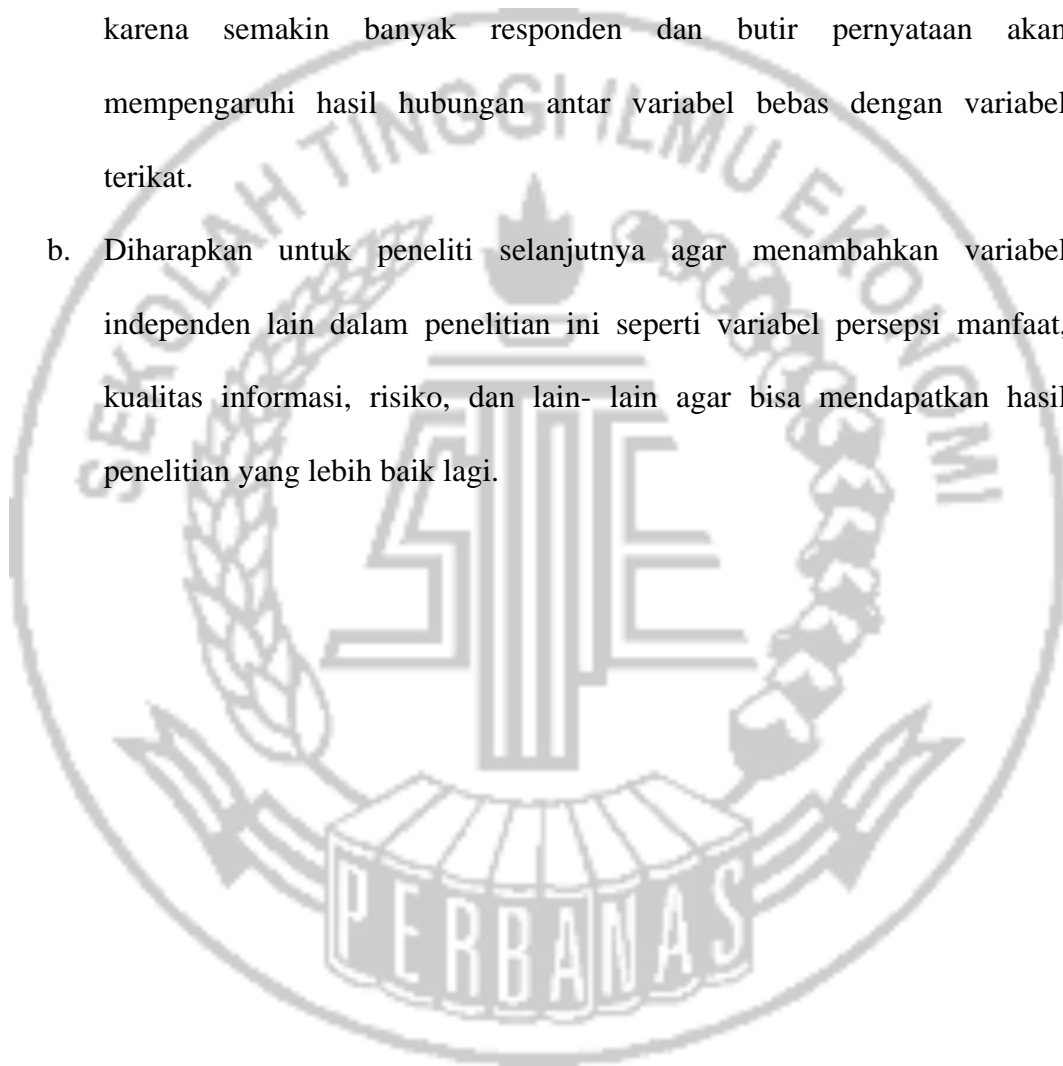
Adapun saran yang dapat didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BCA Surabaya
  - a. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel kepercayaan dengan nilai rata-rata terendah yang menyatakan Kartu Flazz memberikan manfaat bagi nasabah. Jadi untuk Bank BCA hendaknya memberikan inovasi dan menambah kegunaan transaksi agar pengguna dapat merasakan manfaat lebih dari Flazz BCA.
  - b. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel kemudahan penggunaan dengan nilai rata-rata terendah yang menyatakan Kartu Flazz BCA mudah untuk difahami. Jadi untuk Bank BCA hendaknya memberikan informasi lebih sehingga pengguna menjadi lebih memahami.
  - c. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel keamanan yang dirasakan dengan nilai rata-rata terendah yang menyatakan Sistem Flazz BCA mampu memberikan keamanan dalam melakukan berbagai transaksi. Jadi untuk Bank BCA hendaknya

meningkatkan keamanan pada sistem Flazz BCA sehingga pengguna dapat merasakan keamanan lebih.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Sebaiknya ditambahkan jumlah responden dan jumlah butir pernyataan karena semakin banyak responden dan butir pernyataan akan mempengaruhi hasil hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel independen lain dalam penelitian ini seperti variabel persepsi manfaat, kualitas informasi, risiko, dan lain- lain agar bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.





## DAFTAR RUJUKAN

- Aditya Mahardika, dan Basuki Rachmat. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Management Science and Information Technology* Vol 1 No.1 pp:25
- Anita Goyal, Moutusi Maity, Rakhi Thakur, Mala Srivastava, 2013, "Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study", *Journal of Indian Business Research*, Vol. 5 Iss 1 pp. 52-72
- Arasu Raman, Viswanathan. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions : A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on : Wireless Information Network & Business Information System* pp:58
- Basu Swasta, Hani Handoko, 2011. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Bonera, Michelle. 2011. The propensity of e-commerce usage: the influencing variables, *Management Research Review*. 34(7). pp: 821-837
- Chen, Chih-Shih, Li, Shing-Han, Li, Chien-Yi. 2011. Recent Related Research in Technology Acceptance Model : A Literature Review. *Australian Journal of Business and Management Research*, Vol.1 No.9, 124-127
- Chen, Yu-Hui., and Stuart Barnes. 2007. Initial trust and online buyer behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), pp: 21-36
- Flavian, C. dan Guinaliu, M. 2006. Consumer Trust, Perceived Security And Privacy Policy: Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site. *Industrial Management & Data Systems. Journal of Management and Marketing*, 106(5), 601-20
- Ikaputera, Waspada. 2012. "Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Jasa Perbankan", *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 16, No.1, 122-131
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Kotler, Philip; Amstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Saleh, Mahmoud Abdel Hamid, 2013. "Trust in E-Payment Channels on Their Purchase Intention : A Case Study on STC". *The Journal of American of Business, Cambridge*. Vol 19 No. 1 pp:259-273
- Togar Alam dan Okky Kartavianus, 2014. "A Structural Equations Modeling of Purchasing Decision Through E-Commerce" *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.pp:358-364
- Peha, J.M. dan I.M. Khamitov, 2004. Pay Cash: A secure efficient internet payment system. *Journal of Electronic Commerce Research*. pp:381-388

- Rakhi, Thakur and Srivastava Mala, 2013 "Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study", *Journal of Indian Business Research*, Vol. 5 Iss: 1, pp.52 - 72
- Rosidah, Chikmiatur. 2011. The Influence of Corporate Reputation and Trust To Consumer Loyalty of ATM Users After Cybercrime Issues (Study at BCA Consumers in Surabaya). *Journal Business and Economics*
- Suharno, 2010. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama, penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sugiyono, 2012 *Metode Penelitian Bisnis* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Cetakan ke 17, Alfabeta, Bandung
- Teoh, Wendy Ming-Yen and Chong, Siong Choy. 2013 "Factor affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis". *International Journal of Business and Management*. pp:465-485
- Wiwik, Maryati. 2011. Trust and Relational Comitment In Review in Higher Education Marketing. *Journal of Economics* Pp:169-178
- Zahid, Nauman, Asif Mujtaba, dan Adnan Riaz. 2010. Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. Vol 27, No 1

