

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel keunggulan relatif secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya. Hal ini disebabkan karena *mobile banking* memberikan keunggulan untuk membantu nasabah dalam melakukan pengelolaan keuangan menggunakan *mobile banking* BCA.
2. Variabel kompatibilitas secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya. Hal ini disebabkan karena layanan *mobile banking* kompatibel dengan kebutuhan pengguna *mobile banking* BCA.
3. Variabel persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya. Hal ini disebabkan karena *mobile banking* memiliki kegunaan yang dinilai sebagai suatu layanan yang memberikan peningkatan efisiensi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.
4. Variabel kemampuan untuk dilihat secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya. Hal ini disebabkan karena *mobile banking* memberikan kemampuan untuk

mengakses layanan perbankan setiap saat dan dari setiap lokasi tanpa penundaan atau antrian.

5. Variabel persepsi resiko secara parsial berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya. Hal ini disebabkan karena persepsi resiko dirasakan nasabah tetapi tidak memengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* BCA yang dapat memberikan manfaat sehingga nasabah percaya dengan mobile banking BCA

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang masih dirasakan dalam penelitian, antara lain adalah:

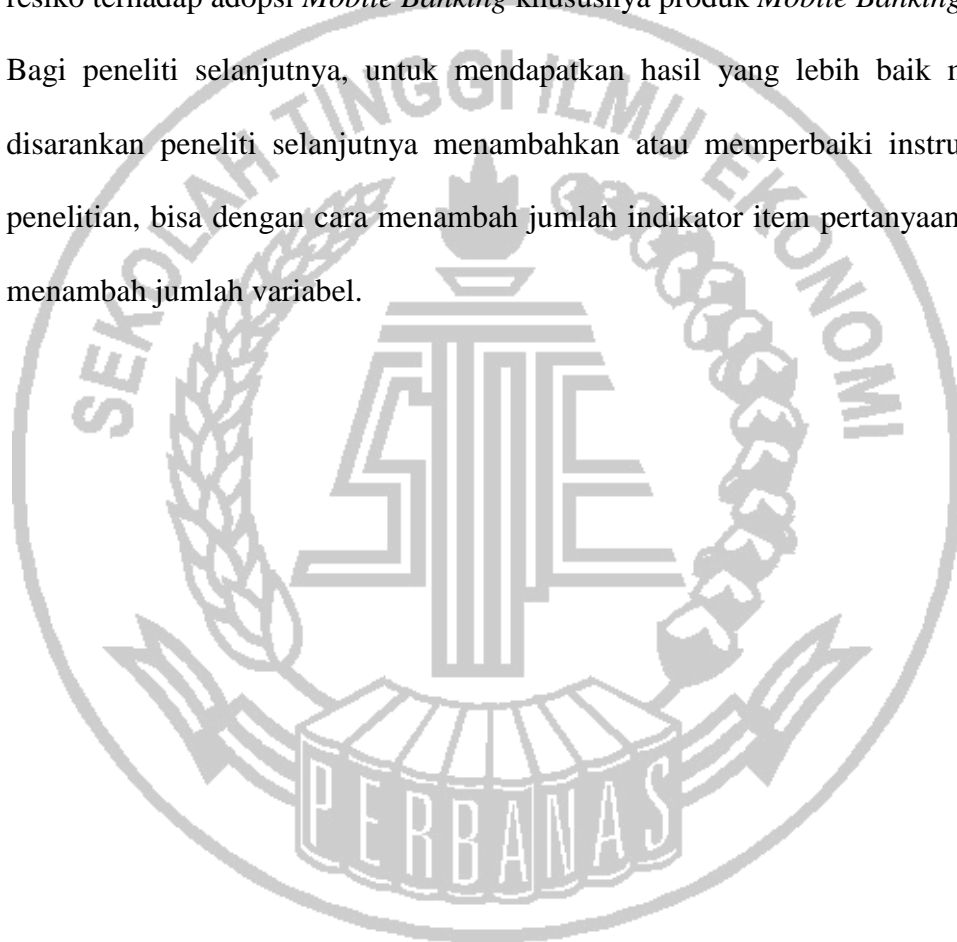
1. Dalam penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara lebih mendalam pengaruh keunggulan relatif, komparabilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat, persepsi resiko terhadap adopsi *mobile banking* yang dapat dilakukan melalui angket terbuka atau juga dapat melalui wawancara.
2. Kurangnya pemahaman dari responden terhadap pernyataan dalam kuesioner serta kurangnya kepedulian dan keseriusan dalam menjawab terkadang berdampak pada jawaban yang diberikan tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya, sehingga dapat mengakibatkan hasil penelitian ini rentan terhadap biasnya jawaban responden.

## 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang, maka peneliti memberikan saran-saran yang mungkin dapat

digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran tersebut bermanfaat bagi pihak yang terkait :

1. Sebaiknya pihak Bank BCA Surabaya lebih memperhatikan membantu dan dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan keunggulan relatif, kompatibilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat dan persepsi resiko terhadap adopsi *Mobile Banking* khususnya produk *Mobile Banking*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk mendapatkan hasil yang lebih baik maka disarankan peneliti selanjutnya menambahkan atau memperbaiki instrumen penelitian, bisa dengan cara menambah jumlah indikator item pertanyaan dan menambah jumlah variabel.



## DAFTAR RUJUKAN

- Aboelmaged, M., Gamal & Gebba, R., T. 2013. Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development* Vol. 2 No. 1, pp. 35-50
- Cudjoe, A., C., Anim, P., A., & Nyanyofio, J., G., Nii T. 2015. Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited. *Journal of Computer and Communications*, 3, pp.1-19
- Ahmad & Bambang, S., P. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). *Jurnal Studi Manajemen* Vol. 8 No. 1, pp 1- 11
- Al-Jabri, M., I. & Sohail, M., S. 2012. Mobile Banking Adoption: Application Of Diffusion Of Innovation Theory. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 13, NO 4, pp. 379 - 391
- Govender, Jeevarathnam P. & Wu Jun. 2013. The Adoption of Internet Banking in a Developing Economy. *Journal of Economics and Behavioral Studies* Vol. 5, No. 8, pp. 496-504
- Heri Setiawan. 2014. Model Adopsi dan Penggunaan Electronic Banking (Studi pada Nasabah pengguna E- banking di kota Palembang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 12 No. 4, pp 231 - 242
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (edisi kedelapan) Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lee, Y., Hsieh, Y., & Hsu, C. 2011. "Adding Innovation Diffusion Theory to the Technology Acceptance Model : Supporting Employees ' Intentions to use E-Learning Systems E-learning and TAM The Technology Acceptance Model (TAM )," *Educ. Technol. Soc.*, vol. 14, no. 4, pp. 124-137
- M. Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana
- Mazhar, F., Rizwan, M., Fiaz, U., Ishrat, S., Razzaq, M., S., & Khan, T., N. 2014. An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*. Vol.4 , No. 2, pp. 478 – 501

- Mndzebele, Nomsa. 2011. The Effects of Relative Advantage, Compatibility and Complexity in the Adoption of EC in the Hotel Industry. *International Journal of Computer and Communication Engineering*, Vol. 2, No. 4, pp. 473 - 476
- Odumeru, James A. 2013. Going Cashless : Adoption Of Mobile Banking in Nigeria. *Arabian Journal of Business and Mngement Review(Nigerian Chapter)* Vol. 1, No. 2, pp. 9 - 17
- Ravichandran, Diluxshy and Madana, Madana Hiti B., A., H. 2016. Factors Influencing Mobile Banking Adoption in Kurunegala District. *Journal of Information Systems & Information Technology (JISIT)* Vol. 1, No. 1, pp. 24-32
- Sin, K., Y., Osman, A., Salahuddin, S., N., Abdullaha, S., Jin, Y., Limd, Sim, C., L. 2016. Relative Advantage and Competitive Pressure towards Implementation of E-commerce: Overview of Small and Medium Enterprises (SMEs). 7<sup>th</sup> International Economics & Business Management Conference, *Procedia Economics and Finance*, pp. 434 – 443
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet “Implikasi pada Strategi Pemasaran”*. Yogyakarta : ALFABETA
- VanVoorhis, Camen R.,W. & Besty L. Morgan. 2007. Understanding Poower and Rules of Thumb for Determining Sample Size. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, Vol. 3. Pp 43 - 50
- [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com) : Layanan “E-Channel”, Survei: nasabah banyak gunakan mobile banking, diakses pada 30 Oktober 2016
- [www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id) :Golongan Usia, diakses pada 6 November 2016
- [www.klikbca.com/mbca/informasi.html](http://www.klikbca.com/mbca/informasi.html) :Mobile Banking BCA, diakses pada 16 September 2016
- [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) :Top Brand Award Kategori:Banking & Finace, 2015 dan 2016 Fase 1, diakses pada 16 September 2016