

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kompatibilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya. Maksudnya bahwa semakin besar atau tinggi kompatibilitas yang dialami nasabah selama menggunakan *mobile banking* Bank Jatim, maka akan dapat membuat peningkatan pada keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim.
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya. Maksudnya bahwa semakin besar atau tinggi kepercayaan yang dialami nasabah selama menggunakan *mobile banking* Bank Jatim, maka akan dapat membuat peningkatan pada keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim.
3. Risiko secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya. Maksudnya bahwa semakin besar atau tinggi risiko yang dialami nasabah selama menggunakan *mobile banking* Bank Jatim, maka akan dapat membuat penurunan pada keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim.

4. Kompatibilitas, Kepercayaan, dan Risiko secara simultan(bersama-sama) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Jatim di Surabaya. Maksudnya bahwa semakin besar atau tinggi kompatibilitas, kepercayaan dan risiko yang dialami nasabah selama menggunakan *mobile banking* Bank Jatim, maka akan berpengaruh pada keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Jatim.

### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengalami beberapa kendala yang menjadi keterbatasan seperti sebagai berikut :

1. Banyaknya jumlah responden yang kurang serius pada saat mengisi kuesioner.
2. Tidak mendapat ijin dari salah satu cabang Bank Jatim sehingga harus berpindah ke kantor Bank Jatim lainnya untuk mendapatkan responden.

### **5.3 Saran**

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

1. Bagi Bank Jatim
  - a. Manajemen *mobile banking* harus mampu meningkatkan kompatibilitas agar tetap selalu sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat dari masa ke masa agar nasabah pengguna tetap menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* Bank Jatim karena indikator terendah dari variabel kompatibilitas terletak pada indikator  $X_{1.1}$  yang memiliki nilai rata-rata 4,31 dengan pernyataan “*Mobile Banking* Bank Jatim menyediakan fasilitas layanan yang sesuai gaya hidup dan kebutuhan saya”.

- b. Manajemen *mobile banking* harus mampu meningkatkan kepercayaan dari nasabah pengguna *mobile banking* agar nasabah lebih meyakini produk *mobile banking* sebagai sarana bertransaksi karena indikator terendah dari variabel kepercayaan terletak pada indikator  $X_{2,3}$  dengan nilai rata-rata 3,89 dan pernyataan “Saya akan konsisten untuk bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* Bank Jatim ”.
  - c. Manajemen *mobile banking* harus meminimalisir risiko-risiko dalam operasi sistem yang kemungkinan akan dialami oleh nasabah pengguna agar tidak ada keraguan dari nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Jatim karena indikator tertinggi dari variabel risiko terletak pada indikator  $X_{3,2}$  dengan nilai rata-rata 2,03 dan pernyataan “Sistem *mobile banking* Bank Jatim mengalami gangguan ketika saya menggunakannya”.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- Untuk memperoleh penelitian yang lebih baik sebaiknya peneliti selanjutnya menambah jumlah variabel bebas seperti keuntungan relatif, kompleksitas inovasi, keamanan, biaya keuangan, persepsi kegunaan, dan pengaruh sosial serta menambah jumlah indikator pertanyaan pada kuesioner yang akan diajukan kepada responden.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adair, John. 2007. *Decision Making & Problem Solving Strategies*. London : Kogan Page
- Bakar W. Samadi. 2012. *Manajemen Resiko dan Asuransi*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Clemes, Michael D. 2012. "The factors impacting on customer's decisions to adopt Internet Banking". *Banks and Bank System*, Vol.7, Issue 3.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 19*. Semarang : Undip
- Irwan Tirtana dan Sari. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking". Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi FEB-UMS. ISBN : 978-602-70429-2-6.
- Laforet, S., & Li, X. 2005. "Consumer's attitudes towards online and mobile banking in Chain". *International Journal of Bank Marketing*, 23(5), 362–380.
- Mazhar, Fatima. 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
- Nyeko, J. Sony., Moya, Musa., Kabaale, Edward and Odongo, James Makerere. 2014. "Factors Influencing the Short Message Service (SMS) Mobile Banking Adoption : A User's Perspective in the West Nile Region in Uganda". *European Journal of Bisnis dan Manajemen*. Vol.6, No.5
- Peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003 tentang penerapan manajemen Risiko pada aktivitas pelayanan jasa bank melalui sistem internet.
- Radityo. 2015. Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. Naskah Publikasi (<http://eprints.ums.ac.id>, diakses September 2016)
- Ravichandran, Diluxshy and Madana, Madana, Hiti B., A., Harshani. 2016. "Factors Influencing Mobile Banking Adoption in Kurunegala District".

*Journal of Information Systems & Information Technology (JISIT)*,  
Vol.1, No.1, pp 24- 32

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke-19, Oktober 2013. Bandung : Alfabeta, CV.

Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu

Sunyoto, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academy Publishing Service)

Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana

Tiwari, Rajnish & Buse, Stephan. 2007. “*Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage*”, in: Proceedings of the 8th International Research Conference on Quality, Innovation and Knowledge Management, New Delhi.

Yousafzai, Shumaila & Yani-de-Soriano, Mirella. 2011. “Understanding customer-specific factors underpinning internet banking adoption”. *International Journal of Bank Marketing* .Vol. 30 No. 1, pp. 60-81

[www.bankjatim.co.id](http://www.bankjatim.co.id), diakses Juni 2016

[www.bca.co.id](http://www.bca.co.id), diakses Juni 2016

[www.bni.co.id](http://www.bni.co.id), diakses Juni 2016

[www.bri.co.id](http://www.bri.co.id), diakses Juni 2016

[www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id), diakses November 2016

[www.mandiri.co.id](http://www.mandiri.co.id), diakses Juni 2016

[www.mliputan6.com](http://www.mliputan6.com), diakses Juni 2016