

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan dan pengalaman berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk uji F sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan dan pengalaman secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah, hal ini terbukti dengan nilai signifikansi untuk variabel tersebut $< 0,05$.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan penelitian. Berikut adalah keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Penyebaran kuesioner yang sulit dilakukan di wilayah Surabaya karena banyak yang tidak berkenan mengisi kuesioner
2. Penyebaran yang awalnya di wilayah Surabaya, berubah menjadi di universitas yang berada di Surabaya.

5.3 Saran

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan minat nasabah adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya manfaat yang diterima dan keamanan yang dapat digunakan untuk meningkatkan keputusan pembeli seseorang, mengingat terdapat pengaruh sebesar 51% dari variabel lain yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.
2. BRI harus bisa menunjukkan kepada nasabah bahwa penggunaan *internet banking* itu akan mempermudah nasabah dalam bertransaksi secara online, sehingga nasabah akan tertarik menggunakan *internet banking* tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Abeka, Silvanse Obeka. 2012. Perceived Usefulness, Ease of Use, Organizational and Bank Support As Determinants of Adoptions of Internet Banking in East Africa. *International Journal of Academy Research in Business and Social Science*, Vol 2, No 10, 2222-6
- Bank Indonesia. 2007. "Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum". Jakarta
- Enta Agustina. 2015 . "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Pengguna Internet Banking".
- Hartono, J.M. 2007 . Sistem informasi keperilakuan (edisi Revisi ed.) Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Herman Darmawi. 2012 . Manajemen Perbankan, Yogyakarta. Bumi Aksara
- idx. sharing vasion. 2015 . Data Pengguna Internet di Indonesia. 15:36
- idx. sharing vasion, 2015 . Data Peringkat Bank Transaksi Internet Banking 15:45
- Ikatan Bankir Indonesia. 2012. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan. Bank Indonesia*
- Imam Ghozali. 2016. "Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23 Edisi 8". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jogiyanto. 2007. "Sistem Informasi Keperilakuan". Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Kasmir. 2014. "Bank dan Lembaga Keuangan lainnya" .Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008 . “Prinsip-prinsip Pemasaran” Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Nasri, W., & Charfeddine, L. 2012. “Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior”. *The Journal of High Technology Management Research*, 23(1), 1-14.

Malhotra, Nearest K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Edisi ke Empat Jilid 1* Jakarta: Indeks

Mudrajat Kuncoro. 2013. “Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi”. Jakarta : Penerbit Erlangga

Nurul Azmi Hidayati. 2014. “Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan Layanan Internet Banking”

Radomir, L., & Nistor, V. C. 2013. An application of technology acceptance model to internet banking service. *International Conference “ Marketing from information to decision ”*.

Restu Guriting Panggih dan Zaki Baridwan. 2014 . sikap serta perilaku berpengaruh terhadap minat nasabah untuk memakai layanan internet banking, Pamalang. E-Journal

Sekaran, Uma. 2009. “Metodologi Penelitian Untuk Bisnis”. Jakarta : Salemba Empat

Yong Hoe Hong, Boon Hen The, Gowrie Vinayan, Chin Hoi Soh, Nasreen Khan dan Tze San Nong. 2013 . “Factor-faktor yang mempengaruhi pengadopsi pengguna internet banking, Malaysia”.

www.technisia.com , diakses tanggal 28 oktober 2016

www.sarjanaku.com diakses tanggal 28 oktober 2016