

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Bank CIMB Niaga Surabaya.
2. Variabel Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Bank CIMB Niaga Surabaya.
3. Variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Bank CIMB Niaga Surabaya.
4. Variabel Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Bank CIMB Niaga di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki keterbatasan yaitu :

Terdapat beberapa kesulitan saat menyebarluaskan kuesioner, dikarenakan beberapa nasabah pengguna *Internet banking* Bank

CIMB Niaga di Surabaya tidak menyempatkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner dan kesulitan mendapatkan responden di tempat Bank yang dimana tidak diperbolehkan untuk menyebarluaskan kuesioner tanpa ada izin tertulis atau proposal dari peneliti.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saat ini, peneliti memberikan saran yang mungkin perlu dipertimbangkan oleh perusahaan maupun peneliti selanjutnya yang sehubungan penelitian saat ini agar penelitian ini memiliki manfaat yang positif. Adapun saran yang diberikan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Bank CIMB Niaga Surabaya
 - a. Pada variabel pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah mengindikasikan bahwa Bank CIMB Niaga mampu memberikan layanan kepercayaan dalam bentuk fasilitas *internet banking* yang sangat baik terhadap pengguna atau nasabah Bank CIMB Niaga dan mampu memenuhi harapan nasabah yang memberikan fasilitas *internet banking* dengan baik.
 - b. Pada variabel pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah mengindikasikan bahwa Bank CIMB Niaga mampu memberikan layanan manfaat dan kemudahan penggunaan dalam bentuk fasilitas *internet*

banking yang sangat baik terhadap pengguna atau nasabah Bank CIMB Niaga dan mampu memenuhi harapan nasabah yang memberikan fasilitas *internet banking* dengan baik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel lain selain variabel-variabel bebas yang dibahas pada penelitian ini yang mempengaruhi pengaruh kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan.
- b. Mengambil jumlah responden atau sampel lebih banyak lagi.
- c. Memperluas wilayah peneliti agar lebih banyak memperoleh banyak responden.

DAFTAR RUJUKAN

Ed-Zilla Daniel Perkins Dan Jonathan Annan. 2013. “Factor Affecting The Adoption Of *Online Banking* In Ghana: Implications For Bank Managers”Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model. *International Journal of Business and Social Research, Volume 3, No 6, June 2013.*

Hayati Nasution, Mislah & Sutisna. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap *Internet Banking*. Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda. *Jurnal Nisbah Vol 1 No.1.*

[Http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top brand index 2017](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2017) (diakses pada 27 september 2017)

[Https://www.cimbniaga.com/in/personal/news-and-promotions/news/cimb-niaga-laporkan-laba-bersih-konsolidasi-rp640-miliar-per-kua.html](https://www.cimbniaga.com/in/personal/news-and-promotions/news/cimb-niaga-laporkan-laba-bersih-konsolidasi-rp640-miliar-per-kua.html)(diakses pada tanggal 28 september 2017)

Imam Ghazali. 2013. “Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS21”. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang

Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi Yogyakarta:Andi Offset.

Michael D. Clemes, Christopher Gan Dan Junhua Du. 2012. “The factors impacting on customers’ decisions to adopt Internet banking” *Banks and Bank Systems, Volume 7, Issue 3, 2012.*

Nuraini. 2013. “Pengaruh kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Mandiri di Surabaya” Badan Penerbit STIE Perbanas : Surabaya.

Radityo, F.H. 2015. “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*”. Solo : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rosady Ruslan. 2010. "Metode Penelitian: *Public Relations* dan Komunikasi". *Jurnal Edisi 1*. Rajawali Pers : Jakarta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013, "Perilaku Konsumen di Era Internet ". Edisi 1. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Thatit Mahendra. 2014. "Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*: Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*". Malang : Universitas Brawijaya.

Www.bi.go.id(diakses pada 27 September 2017)

