

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel niat menggunakan. Peningkatan sedikit saja pada persepsi kegunaan akan menyebabkan peningkatan relatif besar niat menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri Surabaya.
2. Persepsi resiko berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel niat menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri. Perubahan relatif banyak pada tingkat persepsi risiko tidak memberi pengaruh relatif banyak pada peningkatan maupun penurunan niat menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri Surabaya.
3. Kecocokan gaya hidup dan kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Peningkatan sedikit saja pada kecocokan gaya hidup dan kebutuhan akan menyebabkan peningkatan pada niat menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri Surabaya.

5.2 Keterbatasan

1. Selama penyebaran kuesioner, peneliti mendapatkan banyaknya responden masih kurang memahami dan mengenal betul mengenai aplikasi *mobile banking* dan berbagai sisi yang menyertai penggunaan aplikasi tersebut.

Proses pengumpulan data yang seharusnya dapat dengan cepat dan tepat sesuai jadwal bertambah lama dikarenakan peneliti akhirnya harus menjawab pertanyaan dari para responden tentang detail penggunaan aplikasi *mobile banking*.

2. Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dilakukan masih memiliki keterbatasan, yaitu keterbatasan waktu peneliti sehingga peneliti hanya menyebar kuesioner pada tiga cabang yang terdiri dari cabang Bank Mandiri Tunjungan Plaza Surabaya, cabang Bank Mandiri Basuki Rahmat Surabaya dan cabang Bank Mandiri Pahlawan Surabaya. Hal ini disebabkan beberapa lokasi bank yang tidak memberikan izin untuk pengambilan sampel.
3. Terdapat responden yang terburu-buru dalam mengisi kuisisioner, sehingga dalam pengumpulan data kuesioner kurang maksimal.

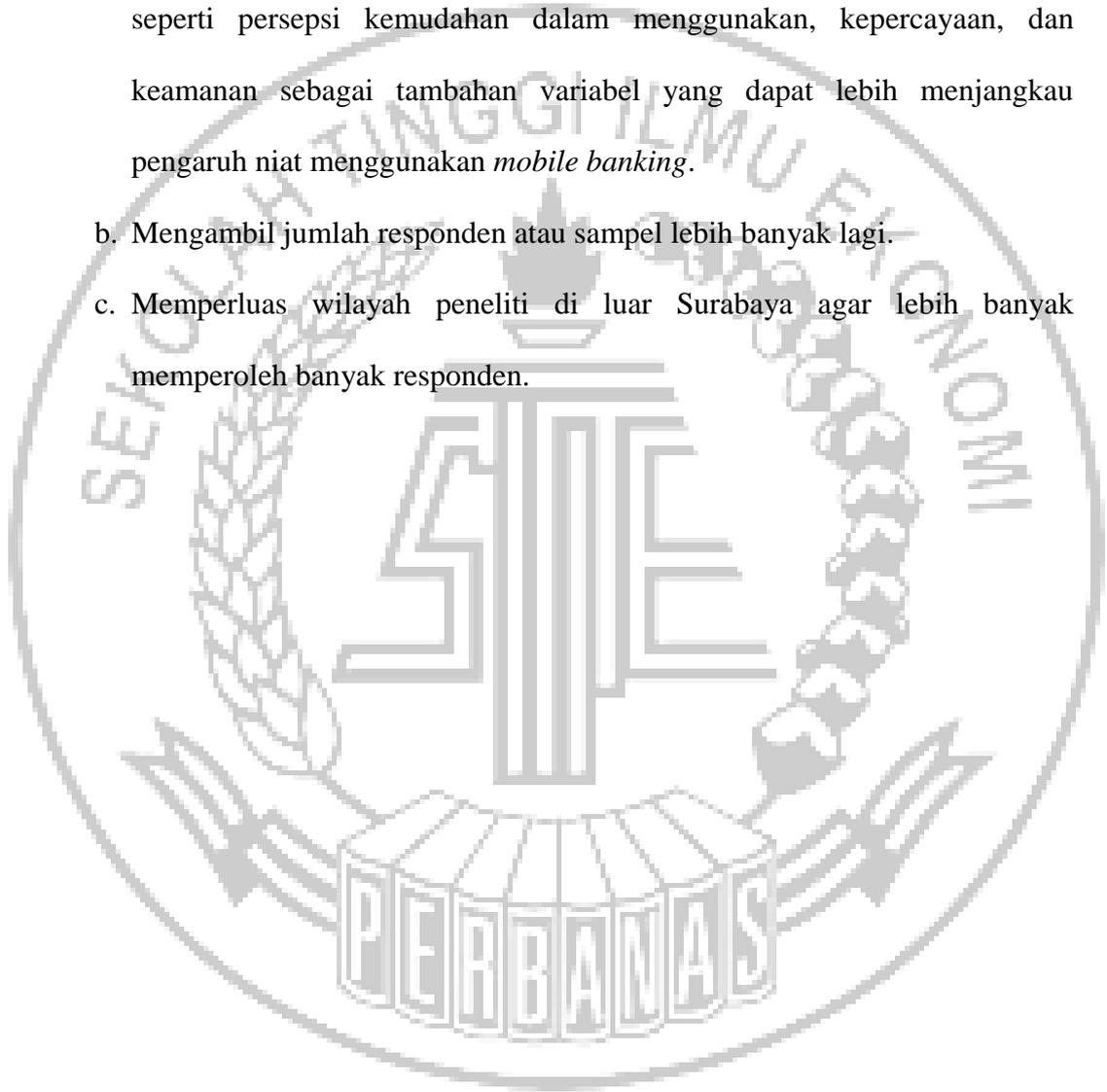
5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait :

1. Kepada Bank Mandiri di Surabaya
 - a. Sebaiknya Bank Mandiri selalu memberikan layanan informasi terhadap kegunaan fasilitas *mobile banking* nasabah.
 - b. Sebaiknya Bank Mandiri memberikan layanan kecocokan gaya hidup dan kebutuhan dalam bentuk fasilitas *mobile banking* yang sangat baik terhadap nasabahnya.

2. Kepada peneliti lain

- a. Penelitian ini memperlihatkan hasil bahwa semua variabel bebas masih relatif memberi kontribusi yang kurang banyak kepada niat menggunakan *mobile banking*. Peneliti dapat menambahkan beberapa variabel bebas seperti persepsi kemudahan dalam menggunakan, kepercayaan, dan keamanan sebagai tambahan variabel yang dapat lebih menjangkau pengaruh niat menggunakan *mobile banking*.
- b. Mengambil jumlah responden atau sampel lebih banyak lagi.
- c. Memperluas wilayah peneliti di luar Surabaya agar lebih banyak memperoleh banyak responden.



DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Aditya Wardhana. 2015. "Pengaruh kualitas layanan *Mobile Banking (M-Banking)* terhadap kepuasan nasabah di Indonesia", *Jurnal Manajemen* Vol. 10 (2) pp. 273-284.
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Burhan Bungin. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana
- Carlos Tam Tiago Oliviera. 2016. "Performance impact of *Mobile Banking*: Using task-technology fit (TTF) approach", *Journal of Bank Marketing* Vol. 34 (4) pp. 1-25.
- Imam Ghozali, 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21". Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta Pusat : PT Gramedia Pustaka Utama
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi Yogyakarta : Andi Offsets.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *prinsip-prinsip pemasaran edisi ke-12*. Jakarta : Erlangga
- Kasidi. 2010. *Manajemen Risiko*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Kumari Kahandawa dan Janaka Wijayanayake. 2014. "Impact of *Mobile Banking Services* on Customer Satisfaction: A Study on Sri Lankan State Commercial Bank", *Journal of Computer and Information Technology* Vol. 03 (3) pp. 546-552.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jogjakarta : Erlangga.
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Payam Hanafizadeh, Mehdi Behboudi, Amir Abedini Koshksaray, Marziyeh Jalilvand Shirkhani Tabar. 2012. "Mobile-banking adoption by Iranian bank clients", *Journal of Telematics and Informatics* Vol. 31 pp. 62-78

Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA

Sutrisno Hadi. 2015. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Top Brand Index Produk Mobile Banking Indonesia Periode 2015-2016 (<http://www.topbrand-award.com>, diakses 21 September 2017).

