

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dibahas dalam bab sebelumnya yaitu Bab 4 mengenai variabel-variabel yang berupa variabel eksogen yaitu komunikasi tatap muka dan persepsi kredibilitas, variabel endogen yaitu niat menggunakan dan variabel intervening persepsi kredibilitas yang diolah datanya dengan menggunakan program *WarpPLS 5.0* maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Semakin tinggi komunikasi tatap muka maka semakin tinggi niat nasabah dalam menggunakan layanan *BRI Mobile Bank BRI* di Surabaya.
 2. Semakin tinggi komunikasi tatap muka maka semakin tinggi pula persepsi kredibilitas nasabah layanan *BRI Mobile Bank BRI* di Surabaya.
 3. Semakin tinggi persepsi kredibilitas nasabah maka semakin tinggi pula niat nasabah dalam menggunakan layanan *BRI Mobile Bank BRI* di Surabaya.
 4. Variabel persepsi kredibilitas memediasi secara parsial pada pengaruh KTM terhadap niat menggunakan layanan *BRI Mobile Bank BRI* di Surabaya.
- Dapat dikatakan bahwa komunikasi tatap muka secara signifikan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan nasabah layanan *BRI Mobile* di Surabaya, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui persepsi kredibilitas.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Semua penelitian tidak akan bisa lepas dari yang namanya keterbatasan maupun kelemahan salah satunya penelitian yang di lakukan saat ini, dimana keterbatasan penelitian ini terdapat pada pengelolaan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu pada tabel AVE (*Average Variance Extracted*) tidak lebih dari > 0.5 , hal ini menunjukkan bahwa memiliki validitas yang rendah. Selanjutnya melihat pada tabel akar kuadrat AVE sampel kecil menunjukkan bahwa, nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk masih terdapat konstruk yang kurang dari nilai yang ditentukan.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan agar lebih bagus lagi. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti, sebagai berikut :

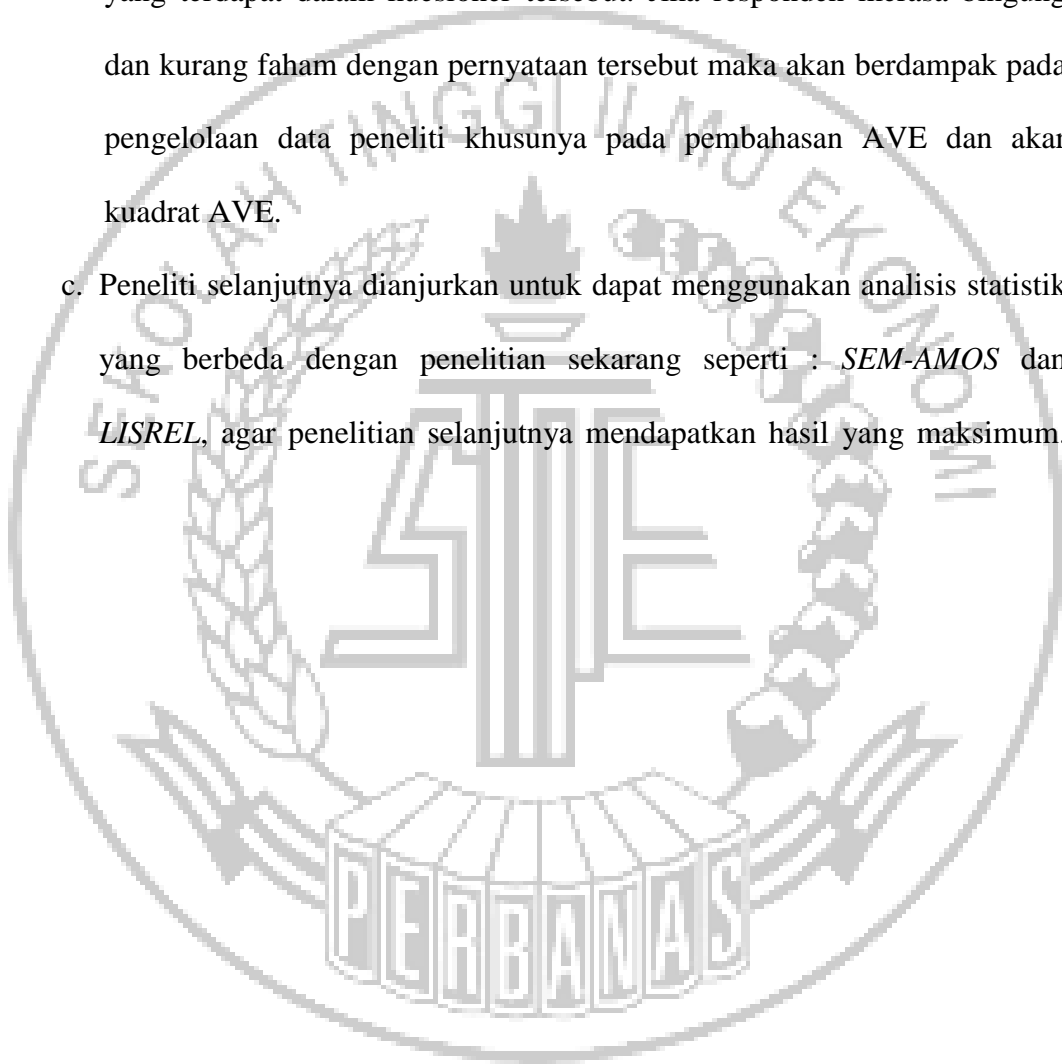
1. Bagi Bank BRI
 - a. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa pada variabel KTM 4 (komunikasi tatap muka) menunjukkan nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator KTM yang lain dimana KTM 4 menjelaskan mengenai komunikasi karyawan terhadap nasabah, Hal ini menjelaskan bahwa masih kurangnya karyawan Bank BRI dalam berkomunikasi untuk memikat nasabah maupun calon nasabah di dalam menggunakan layanan *BRI Mobile*.

- b. Selanjutnya pada variabel yang kedua yaitu PK (persepsi kredibilitas) terutama pada indikator PK 1 yang menjelaskan mengenai kerahasiaan informasi nasabah nilainya tergolong rendah dibandingkan dengan indikator yang lain, hal ini menunjukkan bahwa layanan BRI *Mobile* kurang dapat menjaga kerahasiaan informasi nasabah secara aman. Dari penjelasan diatas pihak Bank BRI harus lebih bisa menjaga kerahasiaan informasi nasabah karena hal ini sangat penting yang menyangkut pada data pribadi nasabah.
- c. Terakhir pada variabel yang ketiga yaitu NM (niat menggunakan) terutama pada indikator NM 1 yang menjelaskan bahwa aplikasi layanan BRI *Mobile* sesuai dengan alat komunikasi nasabah, tetapi pada penelitian yang dilakukan peneliti bahwa mean pada NM 1 nilainya tergolong rendah, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi layanan BRI *Mobile* kurang sesuai dengan alat komunikasi nasabah seperti sering terjadinya error pada waktu mengaktifkan layanan BRI *Mobile*. Dari penjelasan tersebut bahwa Bank BRI harus lebih memperbaiki aplikasi layanan tersebut agar dapat sesuai dengan alat komunikasi nasabah. sehingga nasabah merasa nyaman dalam melakukan kegiatan transaksi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Berdasarkan nilai *R-square* pada variabel niat menggunakan maka peneliti berikutnya dapat melibatkan variabel bebas lainnya seperti *perceived cost*, *perceived usefulness*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *awareness*.

- b. Berdasarkan pada tabel AVE dan akar kuadrat AVE masih kurang dari nilai yang ditentukan untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperbaiki pada setiap item pernyataan yang diberikan kepada responden, agar mereka tidak merasa bingung di dalam menjawab pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut. Jika responden merasa bingung dan kurang faham dengan pernyataan tersebut maka akan berdampak pada pengelolaan data peneliti khususnya pada pembahasan AVE dan akar kuadrat AVE.
- c. Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk dapat menggunakan analisis statistik yang berbeda dengan penelitian sekarang seperti : *SEM-AMOS* dan *LISREL*, agar penelitian selanjutnya mendapatkan hasil yang maksimum.



DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ahmed, Elsadig Musa. 2016. “ Factor Influencing Sudanese Microfinance Intention To Adopt Mobile Banking”, *Journal Business & Management*, Vol. 20 iss 1 pp.
- BRI Mobile 2014 (<http://brimobile.bri.co.id/> diakses 5 Oktober 2017).
- Corner, Houg Thi Thanh Tran James. 2016. “ The impact of communication channels on Mobile Banking adoption “, *International Journal of Banking Marketing*, Vol. 34 iss 1 pp.
- Imam Ghozali. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____, 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Juliansyah Noor. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- M. Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Malhotra, Naresh K (2011) : “ *Riset pemasaran (pendekatan terapan)*”. Jilid 1 Edisi 4. Jakarta Barat : Indeks.
- Mediation 1986 (davidakenny.net/cm/mediate.htm#SE diakses 10 Januari 2018)
- Ni Made Ari Puspita Dewi. 2016. ” Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mob Commerce di kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen UNUD*, Vol 5 No. 4
- Reza Ramadhan. 2016. “Perspsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Mandiri Surabaya”

Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Prenada Media Group.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung : Alfabeta

—————, 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta

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

Top Brand Award 2016 fase 1, ([www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top brand index 2016 fase 1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2016-fase-1) diakses 19 September 2017).

Thakur, Rakhi dan Srivastava, Mala. 2012. “Customer usage intention of mobile commerce in India”. *Journal of Indian Business Research*, 5

Willy Abdillah dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI

Yu, Chian-Son. 2016. “ Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking Empirical Evidence From The UTAUT Model”. *Journal Departement of Information Technology and Management*, Vol. 19 iss 1 pp.