

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut :

1. Sikap berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *mobile banking* BRI di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Sikap berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *mobile banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima. Dengan demikian semakin tinggi sikap nasabah terhadap Penggunaan *mobile banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya semakin tinggi juga Penggunaan *mobile banking* di Surabaya oleh nasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *mobile banking* BRI di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *mobile banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Dengan demikian semakin baik kepercayaan nasabah terhadap Penggunaan *mobile banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya semakin tinggi juga penggunaan *mobile banking* di Surabaya.
3. Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *mobile banking* BRI di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan kenyamanan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan

mobile banking Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Dengan demikian semakin tinggi tingkat

4. Bahwa Sikap, Kepercayaan, dan Kenyamanan *mobile banking* secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan positif terhadap Penggunaan *mobile banking* Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Peneliti merasa sulit mencari responden yang sesuai dengan penelitian, karena tidak semua nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya memiliki akun *mobile banking*.
2. Selain itu beberapa nasabah *mobile banking* menolak untuk mengisi kuesioner

5.3 Saran

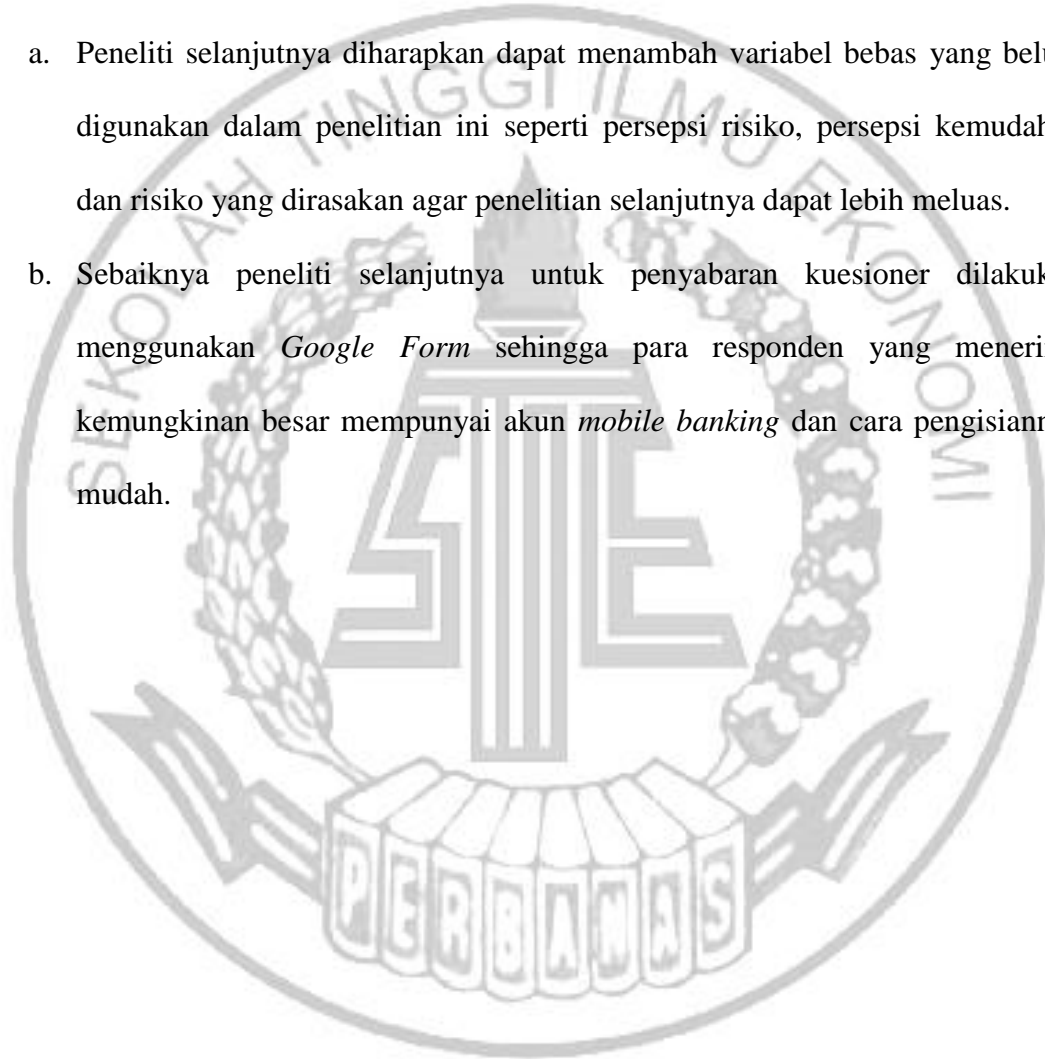
Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti bagi Bank BRI dan peneliti selanjutnya antara lain :

1. Bagi Bank Rakyat Indonesia
 - a. Saran untuk BRI di Surabaya, sebaiknya Bank BRI tetap menjaga jaringan agar tidak terjadi masalah pada sinyal aplikasi *mobile banking*, meningkatkan keamanan password akun agar para nasabah tidak khawatir terhadap dana maupun data pribadi yang ada di dalam aplikasi.
 - b. Bank Rakyat Indonesia diharapkan tetap menjaga sikap, kepercayaan dan kenyamanan nasabah *mobile banking* dengan cara tetap mengutamakan

kebutuhan nasabah sehari – hari yang diperlukan dalam aplikasi *mobile banking* supaya Bank BRI mampu meningkatkan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di Surabaya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas yang belum digunakan dalam penelitian ini seperti persepsi risiko, persepsi kemudahan dan risiko yang dirasakan agar penelitian selanjutnya dapat lebih meluas.
- b. Sebaiknya peneliti selanjutnya untuk penyebaran kuesioner dilakukan menggunakan *Google Form* sehingga para responden yang menerima kemungkinan besar mempunyai akun *mobile banking* dan cara pengisiannya mudah.



DAFTAR RUJUKAN

- Aboelmaged, Gamal Mohamed dan Tarek R, Gebba. 2013. "Mobile banking adoption : an Examination of technology acceptance model and theory of planned Behaviour. *International Journal Of Business Research And Development* Pp 33-50
- Achieng, M. Belynda dan Boaz K. Ingari. 2015. "Factors influencing the adoption of Mobile banking in kenya's commercial banks: a case of kenya commercial Bank (KCB) kilindini branch. *International journal of scientific and research Publication* Pp 1-14
- Carmen R. Wilson VanVoorhis, 2007 Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes. *Tutorial in Quantitative Methods for Psychology* Vol 3 (2), p 43-50
- Heri Setiawan. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking" *Jurnal keuangan dan perbankan*. Vol.20, No 3 Pp 518-528.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irwana Tirtana dan Sari. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan *Mobile banking*" *Seminar nasional dan call for paper*. Pp 671-688
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Prenada Media.
- Kabir, Rokibul Mohammad. 2013. Factors Influencing The Usage Of Mobile Banking : Incident From A Developing Country. *Word Review of Business Research*. Vol 3. Pp 96-114
- Kazi, Abdul Kabeer. 2013. An Empirical Study of Factors Influencing Adoption of Internet Banking Among Students of Higher Education from Pakistan. *international Journal of Finance and Banking Studies*. Vol.2.
- Ki Soon lee, Hyung Seok Lee. Factors Influencing the Adoption Behaviour of Mobile Banking: A South Korean perspective. *Journal of Internet Banking and Commerce*. 2015

Maryanto Supriyono. 2011. *Buku Pintar Perbankan dilengkapi dengan studi kasus Dan kamus istilah perbankan*. Yogyakarta : CV. Andi Offset

MarsIndonesia, (<http://Marsindonesia.com>). Diakses 2013

Mobile Banking BRI, (<http://brimobile.co.id>). Diakses 2014

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". *Europia n Journal of Bisnis dan Manajemen*. Vol.6, No.5 Pp 34-45

Rosady Ruslan 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada

Siadat, S.H. 2016. Mobile Banking Acceptance by the Customers in Iranian Banks. *International Journal of Contemporary Applied Sciens*. Vol. 3, No,6 June 2016.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfa Beta

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

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