

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan mulai dari analisis deskriptif hingga analisis statistik dengan menggunakan alat pengujian SPSS 23, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan oleh nasabah Internet Bankig BRI di Surabaya diterima. Dikarenakan nasabah internet banking BRI merasakan kemudahan transaksi dan kesesuaian kebutuhan dari fasilitas yang diberikan oleh Internet Banking BRI.
2. Nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI di Surabaya diterima. Nasabah melihat fitur aplikasi yang digunakan oleh Internet Banking BRI
3. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI di Surabaya diterima. Nasabah mengacu kepada kemudahan transaksi dan kesesuaian kebutuhan dari fasilitas yang diberikan oleh Internet Banking BRI
4. Variabel mediasi nilai yang dirasakan, yang menghubungkan antara variabel bebas (variabel motivasi) dengan variabel terikat (niat menggunakan) memiliki pengaruh yang signifikan pada jalur variabel bebas dengan variabel terikat. Dikarenakan nasabah mendapatkan fitur aplikasi yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan sehingga membuat

mereka merasakan kemudahan bertransaksi dan kesesuaian kebutuhan mereka telah terpenuhi sehingga mereka meyakinkan diri untuk merekomendasikan kepada kerabat mereka bahwa internet banking BRI sangat mampu untuk mempermudah urusan mereka.

5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan selama periode satu semester, dapat diperoleh beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian yang diantaranya sebagai berikut :

1. Peneliti mengalami kendala dalam mencari responden untuk mengisi kuisisioner. Hal ini terjadi karena waktu pelaksanaan survey dilakukan disaat responden sedang sibuk beraktivitas sehingga membuat mereka sulit untuk memberikan waktu mereka sejenak untuk mengisi kuisisioner.

5.3 Saran

Berikut merupakan saran-saran yang dibuat oleh peneliti terhadap penelitian yang telah dilakukan :

1. Bagi Bank BRI

Dari hasil pengujian analisis jalur menunjukkan hasil bahwa motivasi, nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan internet banking BRI.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Pada saat responden mengisi kuesioner sebaiknya diperhatikan agar tidak asal-asalan ketika menjawab.
- b. Sebaiknya dalam penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.



DAFTAR RUJUKAN

- Andy Corrry Wardhani & Farid Hamid. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Morissan Edisi Pertama : Kencana Prenada Media Grup.
- Burhan Bungis, 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana
- Carolina Martins, Tiago Olieveira , & Ales Popovic. 2013. "Undertsanding the Internet Banking adoption : A unifielnd theory of acceptance and use technology and perceived risk application". *International Journal of Iformation Management*, 34.
- Ching-Fu Chen. 2008. "Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Perceived value, satisfaction and Behavioral Intentons for Air Passengers" : Evidence from Taiwan. 709-717.
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 20. Edisi Ke Lima*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kisang Ryu, , Heesup Han, & Tae-Hee Kim;. 2008. "The Relationships Among overall quick -casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and Behavioral Intentions". 459-469.
- Lupiyandi, R. d. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mimi Li, & Liping A. Cai. 2011."The Effects of Personal Value on Travel Motivation and Behavioral Intention". *Journal of Travel Research*, 473.
- Nina K. Prebensen, Eunju Woo, Joseph S. Chen, & Muzffer Uysal. 2012. "Motivation and Involvement as Antecedents of the Perceived Value of The Destination Experience". *Journal of Travel Research*, 253.
- Prof. Dr. J. Supranto, M. A. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran : Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis, Edisi Kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Satrio Putranto. 2015. *Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/05/inilah-bank-dengan-aset-terbesar-pada-kuartal-i-2017> (diakses 23 Juni 2018)

<https://www.finansialku.com/memahami-internet-banking/> (diakses 18 Mei 2018)

<http://www.topbrand-award.com>

