

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel sebesar 125 responden nasabah yang menggunakan *M-Banking* pada Bank Centar Asia di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *M-Banking* yang dimediasi penuh oleh intensi menggunakan, kegunaan yang tinggi kurang menjadi daya tarik nasabah untuk menggunakan produk atau jasa. Kegunaan juga tidak menentukan nasabah akan terus menggunakan *M-Banking* di masa yang akan datang.
2. Kesesuaian berpengaruh positif terhadap penggunaan *M-Banking* yang dimediasi penuh oleh intensi menggunakan. Kesesuaian erat kaitannya dengan penggunaan *M-Banking*. Semakin tinggi kesesuaian yang dirasakan nasabah terhadap penggunaan *M-Banking*, maka akan semakin tinggi pula intensi nasabah untuk menggunakan *M-Banking* secara terus menerus.
3. Keuntungan relatif tidak memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *M-Banking* yang dimediasi penuh oleh intensi menggunakan, keuntungan dari penggunaan *M-Banking* kurang menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk atau jasa perbankan. Keuntungan relatif juga tidak

menentukan nasabah akan terus intens untuk menggunakan *M-Banking* di masa yang akan datang.

4. Motivasi hedonik tidak memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *M-Banking* yang dimediasi penuh oleh intensi menggunakan. Motivasi hedonik nasabah dalam menggunakan *M-Banking* kurang menjadi salah satu faktor penentu yang dapat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk atau jasa perbankan. Faktor hiburan dan kesenangan yang didapat dalam penggunaan *M-Banking* kurang dirasakan nasabah dalam menentukan niat mereka untuk terus menggunakan *M-Banking*.
5. Kebiasaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *M-Banking* yang dimediasi penuh oleh intensi menggunakan. Semakin tinggi kebiasaan nasabah dalam menggunakan *M-Banking*, maka akan mempengaruhi niat nasabah untuk terus menggunakan *M-Banking*. Dengan penggunaan *M-Banking* yang menjadi kebiasaan nasabah, maka akan membuat nasabah ketagihan untuk terus menggunakannya dan menjadikan *M-Banking* sebagai salah satu layanan yang harus digunakan.

## 5.2 **Keterbatasan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut :

1. Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti jawaban dari responden tidak jujur dan kurang telitinya responden dalam membaca pernyataan kuesioner dikarenakan kurangnya kemampuan atau daya peneliti dalam

mengontrol keseriusan dan niat responden selama mengisi kuesioner yang sering juga dilakukan dengan terburu-buru.

2. Jadwal pertemuan dengan responden yang selalu berubah – rubah.
3. Responden menolak untuk mengisi kuesioner karena tidak ingin data pribadinya tersebar kepada pihak yang lain.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada terdahulu dan penelitian sekarang, maka penelitian memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

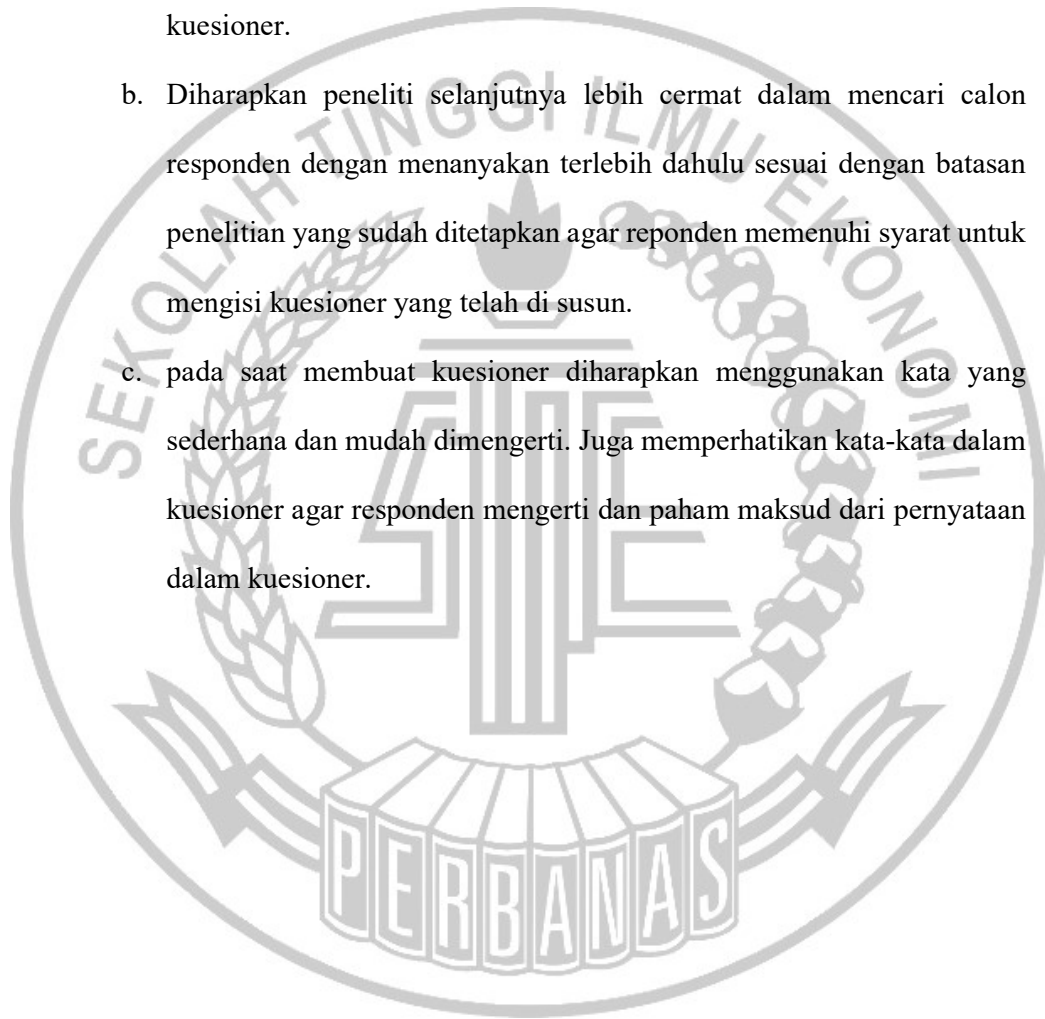
1. Bagi Bank Central Asia di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian ini pendapat responden yaitu:

- a. Disarankan untuk Bank Central Asia di Surabaya untuk terus melakukan pembaruan aplikasi mengikuti perkembangan *lifestyle* dari para penggunanya agar layanan *M-BCA* dapat mempertahankan kesesuaian layanannya bagi para penggunanya.
- b. Disarankan untuk Bank Central Asia di Surabaya untuk terus memperbaiki layanan *mobile banking* dengan sering mengadakan *maintenance* secara berkala agar tidak sering terjadi *trouble* dalam menjalankan aplikasi sehingga tidak menghambat nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini dikarenakan banyaknya keluhan dari pengguna terhadap aplikasi *M-BCA* yang sering terjadi eror saat mengaksesnya atau melakukan transaksi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih cermat dalam penelitian dan memantau saat responden mengisi kuesioner agar jujur dalam mengisi kuesioner.
- b. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih cermat dalam mencari calon responden dengan menanyakan terlebih dahulu sesuai dengan batasan penelitian yang sudah ditetapkan agar responden memenuhi syarat untuk mengisi kuesioner yang telah di susun.
- c. pada saat membuat kuesioner diharapkan menggunakan kata yang sederhana dan mudah dimengerti. Juga memperhatikan kata-kata dalam kuesioner agar responden mengerti dan paham maksud dari pernyataan dalam kuesioner.



## DAFTAR RUJUKAN

- Abu-Assi, Haneen A., Al-Dmour, Hani. A., Al-Zu'bi, Zubi M.F. 2014. Determinants of Internet Banking Adoption in Jordan. *Journal of Business and Management*. Vol. 9, No. 12.
- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., Rana, N.P. and Williams, M.D. 2016, "Consumer adoption of mobile banking in Jordan", *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 29, No.1.
- Azwar, S., 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Imam Ghozali. 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali, Hengky Latan, 2014. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang
- Ikatan Bankir Indonesia., 2014, *Memahami Bisnis Bank*. Edisi 2. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Koksal, M.H. 2016, "The intentions of Lebanese consumers to adopt mobile banking", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 No. 3
- Kumar Sharma, Sujet., Madhumogan Govindaluri, Srikrishna., Al Muharrami, Saeed., Tarhini, Ali, 2017. "A Multi-Analytical Model For Mobile Banking Adoption : A Developing Country Perspective". *Review Of International Business*. 27. 1.
- Limayem, M., Hirt, S. and Cheung, C. 2007, "How habit limits the predictive power of intention: the case of information systems continuance", *MIS Quarterly*, Vol. 31 No. 4.
- Mahfud Sholihin, Dwi Ratmono, 2013. *Analisis SEM-PLS WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. CV. Andi Offset
- Makanyeza, Charles, 2016. "Determination Of Consumers Intention To Adopt Mobile Banking Service In Zimbabwe". *International Journal Of Bank Marketing*.
- Mndzebele, Nomsa. 2013. "The Effects of Relative Advantage, Compatibility and Complexity in the Adoption of EC in the Hotel Industry". *Journal of Computer and Communication Engineering*. Vol. 2, No. 4, July 2013.
- Mudrajad Kuncoro, 2009, *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi* Edisi 3: Yogyakarta: Penerbit Erlangga.

Nickels. Williams. G, Mchugh. 2008. *Understanding Business. Eighth Edition.* USA : Mc Graw Hill

Oliveira, Thiago., Faria, Miguel., Abraham Thomas, Manoj., Popovic, Ales., 2014 “Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM” *International Journal of Information Management*

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan. 2014. POJK 19/POJK.03/2014. layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif. Pasal 1 (ayat 1)

Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2015, *Manajemen Pemasaran.* Edisi 13. Jakarta : Erlangga

Ravichandra, Diluxshy and Madana, Madana Hiti B., A., H. 2016. Factors Influencing Mobile Banking Adoption in Kurunegala District. *Journal of Information Systems & Information Technology (JISIT)* Vol. 1, No. 1, pp. 24-32

Rogers, Everett M. 1995. *Diffusion Of Innovations.* New York: *Free Press Of Gleoncoe*

Sofian Sieregar. 2013. *Desain Metode Penelitian Kuantitatif.* Tamba Raya jakarta : Prenadamedia Group.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Cetakan ke-19, Oktober 2013. Bandung : Alfabeta, CV

Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Jakarta: Bumi Aksara.

Shaikh. A. A., & Karjaluoto, H, 2015. “*Mobile Banking Adoption : A Literature Review*”. *Telematics And Informatics*, 32, 129-142

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen.* Edisi 7. Jakarta: Indeks

Venkatesh, V., Thong, J.Y. and Xu, X. 2012, “Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 36 No. 1.

Weber, R.H., and Darbelly, A. 2010. *Legal Issues In Mobile Banking. Journal Of Banking Regulation*, 11, 129-145.

[www.bca.co.id](http://www.bca.co.id) akses tanggal 15-09-2017

[www.bni.co.id](http://www.bni.co.id) akses tanggal 15-09-2017

[www.bri.co.id](http://www.bri.co.id) akses tanggal 15-09-2017

[www.finance.detik.com](http://www.finance.detik.com) akses tanggal 16-09-2017

[www.mandiri.co.id](http://www.mandiri.co.id) akses tanggal 15-09-2017

[www.marsindonesia.com](http://www.marsindonesia.com) akses tanggal 15-09-2017

[www.news.detik.com](http://www.news.detik.com) akses tanggal 16-09-2017

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) akses tanggal 14-09-2017

Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. 2010. *Integrating TTF and UTAUT to explain mobilebanking user adoption*. *Computers in Human Behavior*, 26, 760–767.

