

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya dengan total sampel sebesar 100 responden yang merupakan nasabah pengguna *mobile banking* bank BRI di Surabaya. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan *mobile banking* BRI di Surabaya. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko *mobile banking* BRI maka niat menggunakan *mobile banking* BRI akan semakin tinggi.
2. Pengetahuan-kesadaran berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan *mobile banking* BRI di Surabaya. Artinya, semakin tinggi pengetahuan-kesadaran *mobile banking* BRI maka niat menggunakan *mobile banking* BRI akan semakin tinggi.
3. Niat menggunakan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *mobile banking* BRI di Surabaya. Artinya, semakin tinggi niat menggunakan *mobile banking* BRI maka penggunaan *mobile banking* BRI akan semakin tinggi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Ada beberapa responden yang tidak mengisi identitas responden secara lengkap seperti alamat tempat tinggal dan nomor telepon.
2. Beberapa calon responden ada yang menolak untuk melakukan pengisian kuesioner dengan alasan terburu-buru dan sibuk sehingga tidak bersedia dalam meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, adapun saran-saran dari peneliti yang dapat diberikan dan dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

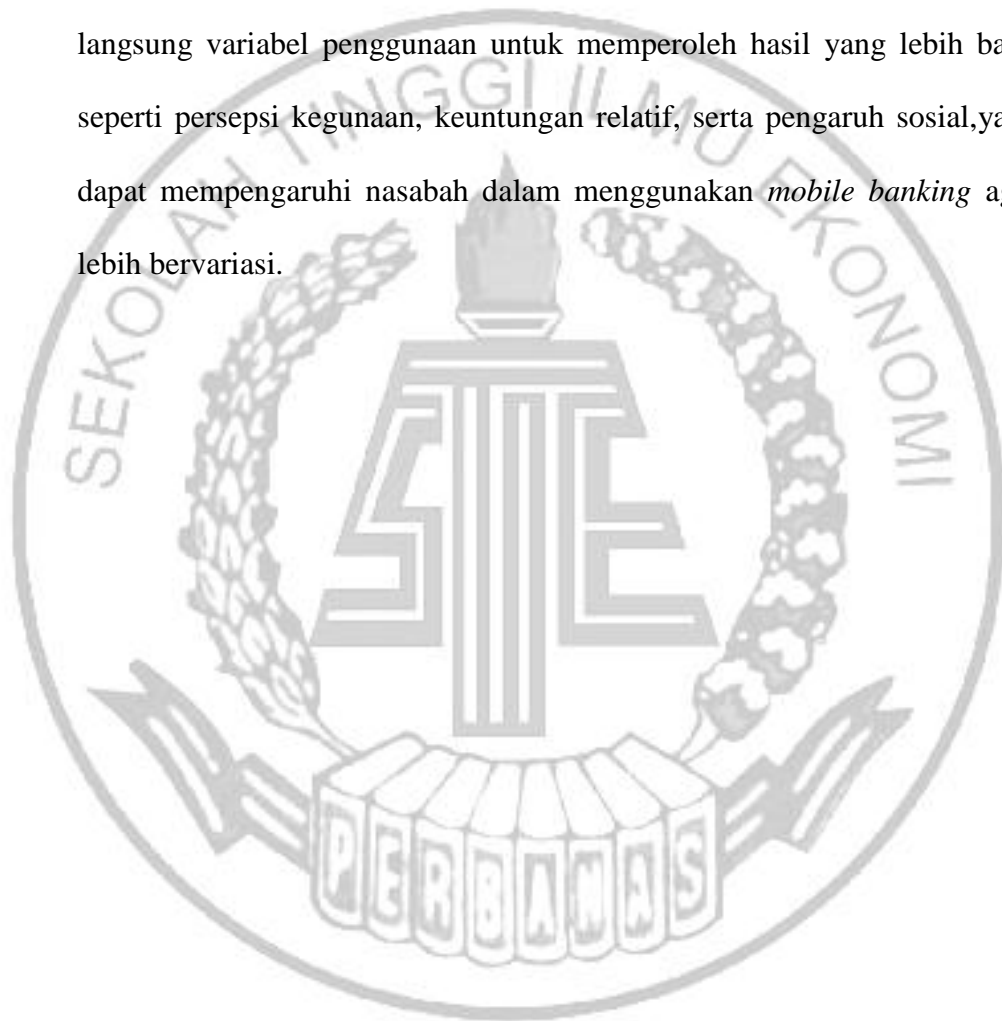
1. Bagi Bank BRI di Surabaya

- a. Merujuk pada hasil penelitian variabel persepsi risiko, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada item pernyataan informasi mengenai transaksi *mobile banking* BRI saya bisa dirusak oleh orang lain, oleh karena itu diharapkan Bank BRI dapat meningkatkan kualitas keamanan aplikasi BRI *mobile*. Dengan cara menambahkan suatu kalimat himbuan pada bagian *home* aplikasi BRI *mobile*. Tujuannya untuk mengingatkan kembali nasabah pengguna aplikasi BRI *mobile* sebelum melakukan suatu transaksi agar dapat bersikap lebih waspada selama melakukan proses bertransaksi menggunakan BRI *mobile*.

- b. Merujuk pada hasil penelitian variabel pengetahuan-kesadaran, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada item dengan pernyataan saya sudah cukup mendapat informasi tentang *mobile banking* BRI, oleh karena itu diharapkan Bank BRI melakukan edukasi yang menghibur di berbagai tempat umum seperti *mall*, kampus, atau pada suatu *event* pameran tertentu. Serta mempublikasikan melalui *social media* seperti membuat iklan video pendek pada halaman *youtube*, *instagram*, maupun *facebook* tentang layanan informasi dan berbagai manfaat yang terdapat pada layanan *mobile banking* BRI agar dapat meningkatkan pengetahuan serta kesadaran nasabah. Mengingat era digitalisasi yang semakin berkembang pesat sehingga, masyarakat memanfaatkan suatu teknologi untuk membantu menemukan berbagai berita dan informasi dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Merujuk pada hasil penelitian variabel niat menggunakan, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada item dengan pernyataan saya akan menggunakan *mobile banking* BRI untuk kebutuhan perbankan pribadi, oleh karena itu diharapkan Bank BRI melakukan kerjasama dengan berbagai kampus di daerah Surabaya dalam hal pembayaran uang kuliah pokok dan pembayaran lainnya. Selain itu juga dapat melakukan kerjasama dengan sentra kuliner, *mall*, serta *foodcourt* di daerah Surabaya dalam hal transaksi pembayaran menggunakan kartu Brizzi. Karena untuk mengisi ulang saldonya dapat dilakukan pada layanan aplikasi BRI *mobile*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti diharapkan lebih mengontrol responden dalam mengisi kuesioner, agar responden dapat mengisi dengan benar sesuai keinginan peneliti.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain dalam jurnal Charles Makanyeza (2016) yang dapat mempengaruhi secara langsung variabel penggunaan untuk memperoleh hasil yang lebih baik, seperti persepsi kegunaan, keuntungan relatif, serta pengaruh sosial, yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *mobile banking* agar lebih bervariasi.



DAFTAR RUJUKAN

- Al-Jabri, I. M." The Intention to Use Mobile Banking : Further Evidence from Saudi Arabia". *South African Journal of Business Management*. 46 (March) 2015. Pp 23-34.
- Anim PA, C., & JGNT, N. "Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A case of Access Bank Ghana Limited". *Journal of Computer and Communications*, 3 (February) 2015. Pp 1-19.
- DepkesRI. 2009. *Kategori Umur Menurut Depkes RI*. (<https://id.scribd.com/doc/151484440/Kategori-Umur-Menurut-Depkes-RI>, diakses 4 Juni 2018).
- Imam Ghozali, dan Hengky Latan. 2012. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 2.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Liputan6. 2018. *Kartu ATM Nasabah Diblokir Mendadak Ini Penjelasan BRI*. (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3407691/kartu-atm-nasabah-diblokir-mendadak-ini-penjelasan-bri>, diakses tanggal 8 mei 2018).
- Makanyeza, Charles. "Determinants of Consumers Intention to Adopt Mobile Banking Services in Zimbabwe". *International Journal of Bank Marketing*, (July) 2016. Pp 1-25.
- Misbahuddin, dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Erlangga.
- Pawit M. Yusup. 2012. *Perspektif Manajemen Pengetahuan Informasi, Komunikasi, Pendidikan, dan Perpustakaan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* . Jakarta : Kencana.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet (Implikasinya pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Top Brand. 2015-2017. *Top Brand kategorimobile banking.*
(http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1, diakses tanggal 12 April).

