

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Semakin menarik dan semakin efisien pada layanan *internet banking* ternyata membuat konsumen mempunyai harapan usaha untuk mau menggunakan layanan yang telah disediakan oleh BNI di Surabaya. Hal ini dapat dijelaskan dari hasil kuesioner, yaitu banyak kalangan konsumen sudah mengetahui layanan pada *internet banking* ataupun promosi mengenai layanan *internet banking* BNI sehingga pengguna sudah mengetahui informasi yang menarik dan mengetahui kemudahan dalam melakukan berbagai jenis transaksi.
2. Semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pada *internet banking*, maka meningkat pula kemauan dan hasrat konsumen untuk menggunakan layanan *internet banking* BNI di Surabaya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil kuesioner, yaitu konsumen yang mempunyai niat untuk mau menggunakan layanan *internet banking* BNI sudah mengetahui berbagai macam bentuk kemudahan yang dapat diperoleh konsumen dalam melakukan kegiatan transaksi meskipun jumlah persentasenya masih rendah dibandingkan dengan harapan usaha karena masih ada pengguna yang belum mengetahui lebih lanjut mengenai fungsi dan manfaat layanan tersebut.

3. Semakin tinggi tingkat penggunaan dalam menggunakan dan mengakses layanan *internet banking* BNI, maka pengguna akan melakukan hal tersebut secara berkala karena pengguna sudah mengetahui manfaat dan kemudahan yang diperoleh dari layanan *internet banking* BNI. Hal tersebut dapat dijelaskan dari hasil kuesioner yang menjelaskan bahwa penggunaan *internet banking* BNI di Surabaya lebih banyak digunakan oleh konsumen.
4. Semakin mempunyai harapan usaha dan niat menggunakan *internet banking*, maka penggunaan yang dilakukan oleh konsumen akan terus meningkat sehingga konsumen tidak ragu ataupun khawatir dalam menggunakan dan mengakses layanan pada *internet banking* BNI.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memperoleh beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian. Keterbatasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden yang tidak percaya dengan penelitian ini memberikan identitas yang tidak lengkap dan bahkan ada jawaban yang telah direkayasa sehingga tidak sesuai dengan fakta atau identitas diri yang asli.
2. Responden banyak yang tidak mau membantu untuk mengisi kuesioner dengan beragam alasan, misalnya tidak memiliki kartu ATM atau tidak pernah menggunakan layanan pada *internet banking* padahal yang sebenarnya responden tidak ingin untuk mengisi kuesioner.

3. Peneliti memerlukan waktu lebih dari satu minggu untuk dapat memperoleh data yang sesuai karena jawaban yang telah diberikan oleh responden tidak sesuai.

5.3 Saran

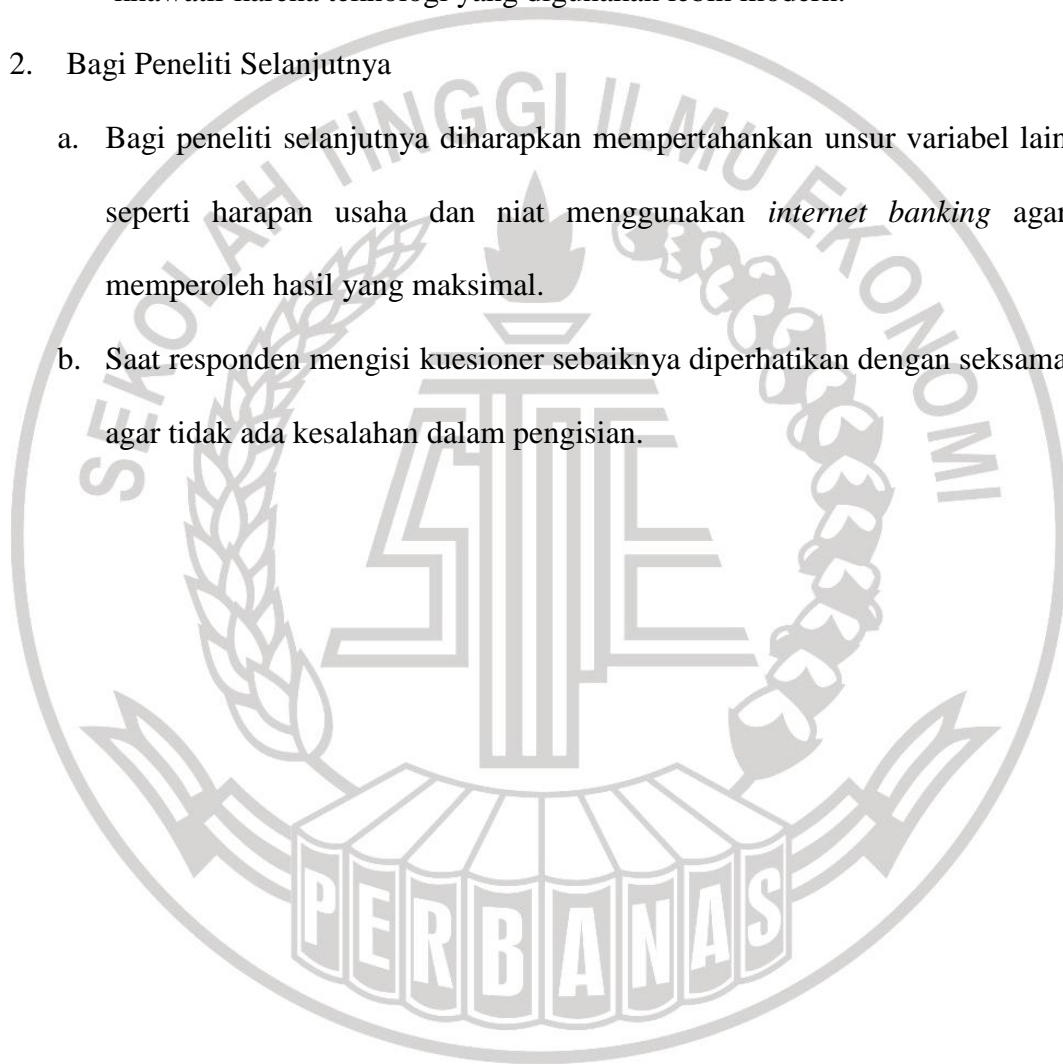
Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam menganalisis data dan dalam penyebaran kuesioner, maka peneliti memberikan saran agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi BNI Surabaya
 - a. Sebaiknya variabel Niat Menggunakan *Internet Banking* (NM₁) yang memiliki nilai terendah, yaitu dengan pernyataan bahwa saya berniat menggunakan *internet banking* BNI pada bulan mendatang. BNI harus lebih memberikan promosi yang lebih banyak agar membuat pengguna mempunyai niat untuk mau menggunakan layanan pada *internet banking* sehingga membuat pengguna merasa tertarik dengan promosi yang telah diberikan dan membuat strategi yang lebih sistematis dalam melakukan pemasaran terhadap produk terutama layanan pada *internet banking* BNI di Surabaya.
 - b. Sebaiknya variabel Harapan Usaha (HU₂) yang mempunyai nilai terendah, yaitu dengan pernyataan bahwa mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan *internet banking* BNI. BNI harus memperbaiki strategi agar lebih baik dan sesuai, yaitu dengan membuat atau menyelenggarakan kegiatan promosi ditempat yang mudah dijangkau

oleh konsumen dan memberikan informasi yang akurat serta cara untuk menggunakan layanan tersebut sehingga konsumen menjadi lebih terampil untuk menggunakan layanan pada *internet banking* BNI dan agar pengguna tidak perlu bingung lagi dalam menggunakan maupun merasa khawatir karena teknologi yang digunakan lebih modern.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mempertahankan unsur variabel lain seperti harapan usaha dan niat menggunakan *internet banking* agar memperoleh hasil yang maksimal.
- b. Saat responden mengisi kuesioner sebaiknya diperhatikan dengan seksama agar tidak ada kesalahan dalam pengisian.



DAFTAR RUJUKAN

- Arsito Hidayatullah, Agus Sandy Lesmana. "Kasus Pembobolan "Internet Banking" <http://www.suara.com>. 18 Januari 2016.
- Bank pemenang top brand award kategori internet banking 2016 di Indonesia. (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016 diakses pada 2 April 2017 jam 03:41).
- Bank pemenang top brand award kategori internet banking 2016 di Indonesia. (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017 diakses pada 2 April 2017 jam 03:41).
- BNI internet banking fitur baru dan lebih lengkap. (Online), (www.bi.go.id, diakses pada 17 Mei 2017 jam 09:00 wib).
- Gaitan, Jorge Arenas, Peral-Peral, Begona, dan Jeronimo, Maria Angeles Ramon 2015. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol. 20 (April). Pp 1-23
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Martins, Carolina, Oliveira, Tiago, dan Popovic, Ales 2013. Understanding The Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptance and Use of Techonology and Perceived Risk Application. *Internasional journal of information management*. Vol. 34 (July). Pp 1-13
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Suharsimi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sutinen, Erkki, Ruoho, Vanhalakka Marjatta, Suhonen, Jarkko, dan Anohah, Ebenezer 2015. Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model to Predict Students" Behavioral Intention to Adopt and Use E- Counseling In Ghana". *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol. 11 (November). Pp 1-11

Syofian Siregar. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta.

PT. Bumi Aksara.

Tabachnick dan Fidell. 2013. *Using Multivariate Statistics, Sixth Edition*. Boston: Pearson Education, Inc.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

