

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

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

1. Berdasarkan uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan dan risiko yang dirasakan berpengaruh secara simultan terhadap adopsi *internet banking*.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* sedangkan kepercayaan, risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking*. Faktor – faktor yang menyebabkan kepercayaan dan risiko yang dirasakan tidak signifikan adalah pada kepercayaan dilihat dari tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa keseluruhan *internet banking* dapat dipercaya ada responden yang mengatakan tidak setuju sedangkan pada risiko yang dirasakan pada pernyataan terdapat kemungkinan terjadi gangguan saat melakukan transaksi *internet banking* CIMB Niaga.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Di lapangan, dalam memperoleh responden beberapa responden menolak untuk mengisi kuisioner karena alasan waktu.
2. Keterbatasan peneliti untuk menyebarkan kuisioner kepada responden dosen yang sulit ditemui.
3. Pada uji validitas sampel kecil ada yang tidak valid yaitu pada risiko yang dirasakan. Pada uji reliabilitas sampel kecil ada dua yang tidak reliabel yaitu pada risiko yang dirasakan dan juga yang tidak reliabel adalah adopsi *internet banking* karena keterbatasan waktu maka tidak bisa mengganti item pernyataan.

## **5.3 Saran**

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan adopsi *internet banking* adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.
2. CIMB Niaga harus bisa menunjukkan kepada nasabah bahwa penggunaan *internet banking* itu aman dan bisa memperkecil risiko yang diterima oleh nasabah dengan cara selalu mengingatkan kepada nasabah untuk tidak memberikan kepada siapapun pin atau username sehingga nasabah bisa memperkecil risiko.
3. CIMB Niaga harus mengurangi tingkat terjadinya gangguan pada *internet banking* dengan cara menggunakan teknologi yang paling canggih.

4. CIMB Niaga harus membuat nasabah percaya bahwa menggunakan *internet banking* akan membantu transaksi perbankan dengan cara menjaga keamanan, kegunaan, kehandalan, privasi, dan situs lainnya.



## DAFTAR RUJUKAN

- Abeka, S. O. 2012. "Perceived Usefulness, Ease of Use, Organizational and Bank Support As Determinants of Adoption of Internet Banking in East Africa". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol 2(10),Pp 97-112
- Aderonke, A. A. & Charles, A. A. P. 2010. "An empirical investigation of the level of users' acceptance of e-banking in Nigeria". *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol 15(1), .Pp 1-13
- Ameme, B. K. 2015. "The impact of customer demographic variables on the adoption and use of internet banking in developing economies". *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(2), 1204-5357.<http://dx.doi:10.4172/2165-7866.1000114> diakses tanggal 28 Oktober 2016. Pp 20-114
- Hanafizadeh, P., & Khedmatgozar, H. R. (2012). "The mediating role of the dimensions of the perceived risk in the effect of customers' awareness on the adoption of Internet banking in Iran". *Electronic Commerce Research*, 12(2), 151-175.
- Alwan, Hussein Ahmad & Al-Zu'bi Abdelhalim Issa. 2015. "Determinants of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Banks: An Empirical Study in the Jordanian Banking Sector". *International Journal of Business and Management*; Vol. 11, No. 3; 2016. Pp 95-104.
- Imam Ghozali. 2016. "*Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23 Edisi 8*". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jogiyanto. 2007. "*Sistem Informasi Keprilakuan*". Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Kasmir. 2014. "*Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*". Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kesharwani, Ankit dan Shailendra Singh Bisht. 2012. "The impact of trust and perceived risk on the internet banking adoption in India : An extension of technology acceptance model". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 30 No. 4. Pp. 303-322.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Basic Marketing Research A Decision-Making Aproach*. Third Edition. United States : Pearson

- Mouakket, S. 2009. "Investigating the Factors Influencing Customers' Adoption of Online Banking in the United Arab Emirates". *Journal of International Technology and Information Management*, Vol 18(3), 5.Pp 361-384
- Mudrajat Kuncoro. 2013. "*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*". Jakarta : Penerbit Erlangga
- Nasri, W., & Charfeddine, L. 2012. "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior". *The Journal of High Technology Management Research*, Vol 23(1), Pp 1-14.
- Raza, S. A., & Hanif, N. 2013. Factors affecting internet banking adoption among internal and external customers: a case of Pakistan. *International Journal of Electronic Finance*, Vol 7(1), Pp 82-96.
- Selvanathan, M., Tan, P. J., Bow, T. F., & Supramaniam, M. (2016). The Impact of Cost, Customer Experience, Ease of Use, and Trust towards Adoption of Online Banking. *International Business Research*, Vol 9(11), Pp 235-241
- Sri Maharsi danYuliani Mulyadi, 2007, Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking denga Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Jurusan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi –Universitas Kristen Petra  
[http : // puslit.petra.ac.id/Journals/accounting](http://puslit.petra.ac.id/Journals/accounting) diakses tanggal 28 Oktober 2016.  
[Pp 18-28](#)
- Dwi Suhartini & Wiwik Handayani. 2009. Model Penerimaan Teknologi Informasi oleh Dosen pada Perguruan Tinggi di Surabaya. In *Seminar Nasional UPN VETERAN*" JawaTimur.
- Tatik Suryani. 2013. "*Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*". Yogyakarta: Graha Ilmu
- Van Voris, Carmen dan Morgan Besty L. 2007. "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sampel Size" . *Tutorials in Quantitative Method for Psychology*, vol.3 (2) , Pp. 43-50
- Yousafzai, S., Pallister, J., & Foxall, G. 2009. "Multi-dimensional role of trust in internet Banking adoptions". *The Service Industries Journal* Vol. 29, No. 5, May 2009, Pp591–605

Yousafzai, S.M., Foxall, G.R. and Pallister, J.G. 2010, "Explaining internet banking behavior: theory of reasoned action, theory of planned behavior, or technology acceptance model" *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 40 No. 5, pp. 1172-1202.

[www.cimbniaga.com](http://www.cimbniaga.com) diakses tanggal 28 Oktober 2016

[www.keuangan.kontan.co.id](http://www.keuangan.kontan.co.id) diakses tanggal 28 Oktober 2016

[www.marsindonesia.com](http://www.marsindonesia.com) diakses tanggal 28 Oktober 2016

<http://tu.laporanpenelitian.com/2014/11/25.html> diakses tanggal 23 November 2016

