

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah dilakukan, maka dari itu penelitian ini menyimpulkan dimensi risiko persepsian terdiri dari:

1. Risiko kinerja dengan dua indikator yaitu: X1.1 (0,978) dan X 1.4 (0,970)
2. Risiko privasi dengan dua indikator yaitu: X6.1 (0,827) dan X6.2 (0,949)
3. Risiko keseluruhan dengan satu indikator yaitu X7.3 (0,861)

5.2 Keterbatasan Penelitian

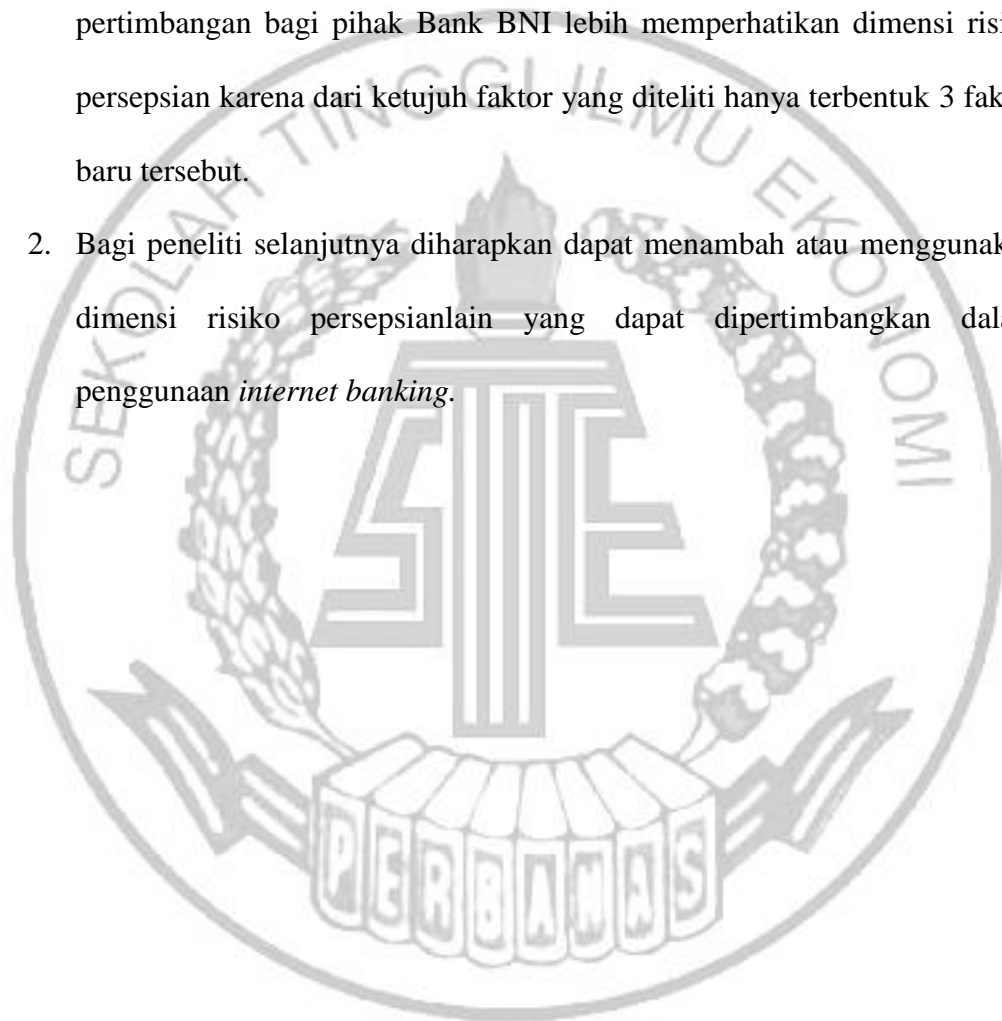
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian diantaranya:

1. Dalam penyebaran kuesioner terdapat beberapa responden yang tidak mencantumkan identitasnya secara lengkap.
2. Keterbatasan waktu dalam pengisian kuesioner sehingga responden terburu- buru dalam mengisi kuesioner.
3. Ada beberapa responden yang tidak memahami pernyataan dalam kuesioner dan tidak bertanya sehingga ada jawaban yang tidak konsisten.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi perluasan wawasan dan pertimbangan bagi pihak Bank BNI lebih memperhatikan dimensi risiko persepsian karena dari ketujuh faktor yang diteliti hanya terbentuk 3 faktor baru tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau menggunakan dimensi risiko persepsianlain yang dapat dipertimbangkan dalam penggunaan *internet banking*.



DAFTAR RUJUKAN

- BBC 2014, Heartbleed Bug: What you need to know. Available from: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-26969629>. [Last accessed on 02 Jul 2014].
- Clemes, M. D., Gan, C., & Du, J. 2012. The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking. *Banks and bank systems*, 7(3), 33-50.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. 2003. Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474. doi:10.1016/S1071-5819(03)00111-3
- Fadare, O. A. 2016. A Survey on Perceived Risk and Intention of Adopting Internet Banking. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 2016.
- Fenomena *internet banking* BNI 2014 <http://lapor.net/status-dugaan-bank-bni-tidak-fair/>
- Grabner-Kräuter, S., and Faullant, R. 2008. Consumer acceptance of internet banking: the influence of internet trust. *International Journal of bank marketing*, 26(7), 483-504.
- Imam Ghazali. 2013. *Teknik Penyusunan Skala Likert (Summated Scale)*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Kuisma, T., Laukkanen, T. and Hiltunen, M. 2007, "Mapping the reasons for resistance to internet banking: a means-end approach", *International Journal of Information Management*, Vol. 27 No. 2, pp. 75-85.
- Laukkanen, P., Sinkkonen, S., Laukkanen, T. 2008, Consumer resistant to internet banking: Proponents, opponents and rejecters. *The International Journal of Bank Marketing*, 26(6), 440-455.
- Littler, D., Melanthiou, D. 2006, Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behavior towards innovative retail services: The case of internet banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13, 431-443.
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran. Edisi ke empat Indeks.
- Martins, C., Oliveira, T., and Popovič, A. 2014. Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1-13

- Mudrajad, Kuncoro. 2013. "Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator ekonomi". Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Nasir, M. A., Wu, J., Yago, M., and Li, H. 2015. Influence of psychographics and risk perception on internet banking adoption: Current state of affairs in Britain. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5.(2)
- Roboff, G., and Charles, C. 1998. Privacy of financial information in cyberspace: banks addressing what consumers want. *Journal of Retail Banking Services*, 20(3), 51-57.
- Roselius, T. 1971. Consumer rankings of risk reduction methods. *The journal of marketing*, 56-61.
- Salahuddin, G., Kyophilavong, P., Sydee, N. 2012, The casual nexus of banking sector development and poverty reduction in Bangladesh. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2(3), 304-311.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2005. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tatik Suryani. 2013, Perilaku Responden di Era Internet. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Top brand awards 2016 http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1
- VanVoorhis, C. W., and Morgan, B. L. 2007. Understanding power and rules of thumb for determining sample sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3(2).