

BAB V

PENUTUP DAN DAFTAR RUJUKAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.
3. Persepsi Risiko berpengaruh tidak signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.
4. Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki keterbatasan yaitu :

1. Terdapat beberapa kesulitan saat menyebarkan kuesioner, dikarenakan beberapa dari nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Sidoarjo tidak berkenan meluangkan sedikit waktunya untuk

mengisi kuesioner, dan ada juga beberapa responden yang mengisi kuesionernya kurang lengkap dalam mengisi alamat responden.

2. Kesulitan dalam mengolah dan mengumpulkan data.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saat ini, peneliti memberikan saran yang mungkin perlu dipertimbangkan oleh perusahaan maupun peneliti selanjutnya yang sehubungan penelitian saat ini agar penelitian ini memiliki manfaat yang positif. Adapun saran yang diberikan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Bank BRI Sidoarjo
 - a. Pada variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah, mengindikasikan bahwa Bank BRI mampu memberikan layanan kegunaan dalam bentuk fasilitas *mobile banking* dengan baik kepada pengguna (nasabah). Oleh karena itu, Bank BRI harus mempertahankan dan meningkatkan layanan atau fasilitas *mobile banking* agar persepsi kegunaan tetap baik.
2. Bagi Penelitan Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya untuk lebih merata dalam menyebarkan kuisioner yaitu keseluruhan lapisan usia responden.
 - b. Peneliti selanjutnya hendaknya memberikan pertanyaan terbuka dalam kuisioner agar data lebih lengkap.

- c. Untuk hasil yang lebih maksimal, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah responden atau sampel lebih banyak lagi, serta menambahkan jumlah variabel.
- d. Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain karena R^2 masih kecil.



DAFTAR RUJUKAN

- David Kurniawan. 2013. “Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model Dan Theory Of Reasoned Action*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. vlm. 1, no. 1, hlm. 1-13.
- Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti , Rizki Yudhi Dewantara, 2015. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kesesuaian Menggunakan *Mobile Banking*”. *Jurnal Adm. Bisnis*. Vol. 26, no. 02.
- Ilham Hassan. 2014. “*Consumers’ Attitude Towards M-Banking Services In Islamic Banks: The Case Of Sudan*”. School of Management Studies, University of Khartoum : Sudan.
- Imam Ghozali. 2013. “Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program *IBM SPSS 21*”. Edisi 7. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Mohammad Majedul. 2014. “*Consumers’ Attitudes towards Mobile Banking in Bangladesh*”. University of Rajshahi : Bangladesh.
- Muhammad Habibi dan Ahmad Zaky. 2014. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah”. Malang: BP Universitas Brawijaya.
- Radityo, F.H. 2015. “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*”. Solo: BP Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rosady Ruslan. 2010. “Metode Penelitian: *Public Relations* dan Komunikasi”. Edisi 1. Rajawali Pers : Jakarta.
- Sulistiyarini, S. 2014. “*Mobile Banking, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, TAM, and TPB*”. Malang: BP Universitas Brawijaya.

Syamsul Hadi. 2015. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*". Edisi 1. BP Universitas Islam Indonesia.

Tatik Suryani. 2013, "Perilaku Konsumen di Era Internet : *Implikasinya pada strategi Pemasaran*". Edisi 1. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Thatit Mahendra. 2014. "Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* : Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*". Edisi 1. Malang.

Van Voorhis C.R.W. & Morgan B.L., 2007. "*Understanding Power and Rules of AThumb for Determining Sample Size*". *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3 (2):43-50.

<http://www.emingko.com/penyebab-aplikasi-bri-mobile-banking-bri-tidak-bisa-digunakan.html> (yang diakses pada tanggal 14 maret 2017, pukul 12:46 WIB).

www.topbrand-award.com

