

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis yang menyatakan “Harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya”, dapat didukung kebenarannya.
2. Hipotesis yang menyatakan “Gender memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.”, tidak dapat didukung kebenarannya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah adanya kendala pada pengumpulan data para pengguna *internet banking* BNI yang memerlukan waktu cukup lama sehingga menyebabkan pengolahan data tidak tepat waktu. Kuisisioner yang diisi oleh para responden juga cenderung tidak maksimal karena mengisi dengan terburu-buru, akibatnya pengisian data identitas kuisisioner ada beberapa yang tidak mengisi dengan lengkap.

5.3 Saran

Saran atau masukan yang bisa peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait untuk dipertimbangkan. Saran yang bisa peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *internet banking* BNI Surabaya hasilnya memang signifikan dan tanggapan responden terhadap variabel Harapan Usaha memiliki rata-rata penilaian dengan pernyataan “Setuju”, namun pada indikator HUI dengan pernyataan “Saya paham bagaimana caranya menggunakan *internet banking* BNI” menunjukkan sebanyak 31 responden yang menjawab “Ragu-ragu”. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebenarnya masih banyak masyarakat yang belum paham bagaimana cara menggunakan *internet banking* BNI, oleh karena itu sebaiknya pihak Bank untuk memberikan informasi atau mempromosikan layanan *internet banking* BNI ini kepada masyarakat khususnya bagi nasabah baru yang akan membuka rekening di Bank BNI bahwa menggunakan *internet banking* BNI lebih memudahkan masyarakat didalam bertransaksi.

2. Bagi Peneliti Lain

Saran dari peneliti untuk peneliti lain yang akan mengambil topik penelitian yang sama agar dalam penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan

menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini agar hasil penelitian dapat lebih representative.



DAFTAR RUJUKAN

- Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovič. 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.
- Howard S. Friedman dan Miriam W. Schustack. 2009. *Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern*. Jilid Dua : Penerbit Erlangga.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13 jilid. 2, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lie Liana. 2009. "Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen". *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 14(2), 90-97.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Mudah Memahami dan menganalisis Indikator Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Muhammad Ali Nasir, J. W. 2015. "Influence of Psychographics and Risk Perception on Internet Banking Adoption: Current State of Affairs in Britain." *International Journal of Economics and Financial Issues*, 461-468.
- R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto. 2014. "Analisis Pengaruh Perbedaan Gender pada Model UTAUT". *Semantik*
- S. Saibaba dan T. Naryana Murthy. 2013. "Factors influencing the behavioural intention to adopt Internet banking: An empirical study in India".
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian Siregar. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet "Implikasinya Pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Top Brand Indeks 2015 Fase 1, (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1). Diakses 25 Maret 2017.

Top Brand Indeks 2016 Fase 1, (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1). Diakses 25 Maret 2017.

Van Voorhis, Carmen R. Wilson dan Besty L. Morgan. 2007. "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size". Vol. 3. Pp 43-50.

(<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-2584597/bni>). Diakses 13 Mei 2017

