

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir 82 responden nasabah *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Pengujian ini dilakukan dalam penelitian dan menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang di bantu dengan program SPSS 16,0 dapat ditarik kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Manfaat Yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan semakin tinggi adopsi nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile banking* Bank BCA.
2. Variabel Kemudahan Yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan nasabah Bank BCA semakin tinggi pula adopsi untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* Bank BCA.
3. Variabel Kesadaran berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan semakin tinggi kesadaran seseorang terhadap layanan *Mobile Banking* semakin tinggi pula adopsi menggunakan layanan tersebut.

4. Variabel Pengaruh Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan semakin tinggi pengaruh sosial seseorang terhadap lingkungan maka semakin tinggi pula adopsi menggunakan *Mobile Banking*.
5. Variabel Manfaat, kemudahan yang dirasakan, kesadaran dan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* Bank BCA di Surabaya. Dapat diartikan semakin tinggi Manfaat, kemudahan yang dirasakan, kesadaran dan pengaruh sosial dirasakan nasabah Bank BCA semakin tinggi pula adopsi untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* Bank BCA.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat kendala dalam penyebaran kuesioner karena tidak mudah untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria peneliti dan tidak semua responden bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, responden yang kurang serius dalam ketersediaannya mengisi kuesioner dan terburu-buru dalam mengisi kuesioner.
2. Beberapa responden mengeluh saat mengisi pertanyaan terbuka.

5.3. Saran

Adapun saran-saran yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya sebagai berikut:

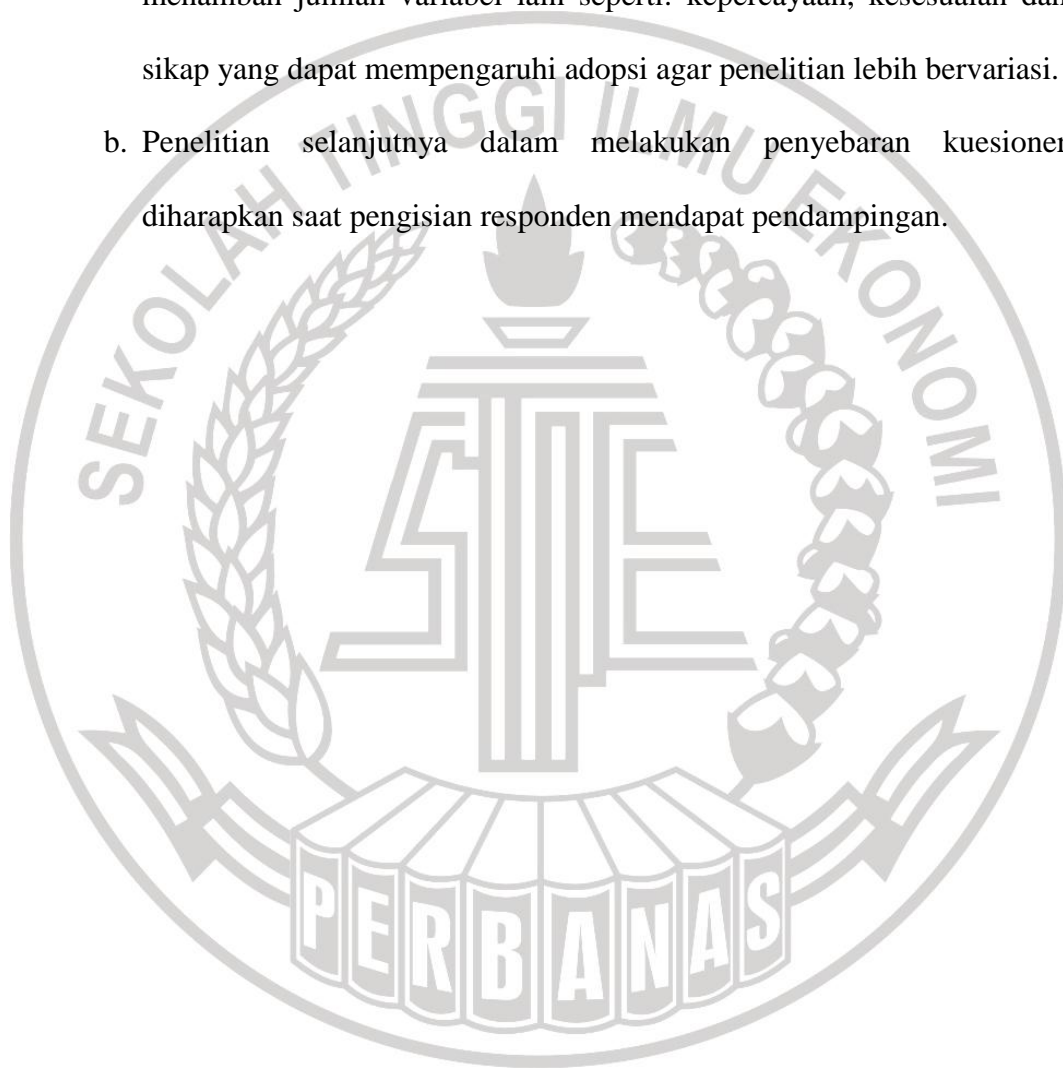
1. Bagi Bank BCA

- a. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel manfaat yang dirasakan pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* peningkatan kinerja yang baik dengan memanfaatkan *Mobile Banking* menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Diharapkan Bank BCA dapat meningkatkan kinerja layanan yang ada pada *Mobile Banking*.
- b. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kemudahan yang dirasakan pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* merasa jelas dan mudah dimengerti nasabah menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya, maka *customer service* memberikan penjelasan cara penggunaan *Mobile Banking* dengan jelas dan mudah dimengerti agar nasabah mudah mempelajari cara penggunaan *Mobile Banking*.
- c. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kesadaran pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* tertarik dengan layanan *Mobile Banking* menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Diharapkan Bank BCA dapat menambah fasilitas agar nasabah dapat tertarik menggunakan *Mobile Banking*.
- d. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel pengaruh sosial pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *Mobile Banking* saran dari orang tua menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Diharapkan Bank BCA dapat menambah

saran dari teman dekat agar nasabah dapat menggunakan layanan *Mobile Banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti judul yang sama diharapkan menambah jumlah variabel lain seperti: kepercayaan, kesesuaian dan sikap yang dapat mempengaruhi adopsi agar penelitian lebih bervariasi.
- b. Penelitian selanjutnya dalam melakukan penyebaran kuesioner diharapkan saat pengisian responden mendapat pendampingan.



DAFTAR RUJUKAN

- Agbemabiese George Cudje, Patrick Amfo Anim, Joseph Gerlad Nii Tetteh Nyanyofio. 2015. "Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited" *Journal of Computer and Communications*, 2015, 3, 1-19
- Amit Shankar. 2016. "Factors Affecting Mobile Banking Adoption Behaviour in India", *Journal of Internet Banking and Commerce* April, 2016, Vol. 21, No.1
- Ankit Kesharwani and Shailendra Bingh Bisht 2011 "The Impact Of Trust And Perceived Risk On Internet Banking Adoption In India", *International Journal Of Bank Marketing* vol. 30 no 4
- Ayman Bassam Nassuora. 2013. "Understanding Factors Affecting the Adoption Of M-Commerce by Consumers". *Journal of Applied Science* 13 (6) Pp. 913-918
- Dwi Suhartini, Wiwik Handayani. 2009. "Model Penerimaan Teknologi Informasi oleh Dosen pada Perguruan Tinggi di Surabaya". *Jurnal Sistem Manajemen*
- Imam Ghozali. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro
- Irmadhani dan Nugroho, Mahendra Adhi. 2012. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking." Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2012, Vol 1, No 3
- Jogiyanto. 2008. *Sistem informasi Keprilakuan Yogyakarta* :Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Kendallville:Person
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatam Terapan*, Edisi Keempat, Jakarta : Indeks
- M. Burhan Bungin 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Kedua, Penerbit Prenada media

Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*, Cetakan 2. Penerbit Kencana

Mudrajad Kuncoro. 2012. *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM*

Perkins, Daniel dan Jonathan Annan, 2013. "Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implication for Bank Managers". *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, Vol 6. No 3. Pp 94-108.

Sulistiyarini, S (2013). *Pengaruh minat individu terhadap penggunaan Mobile Banking: model kombinasi technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 1 (2), 1-16

Tiwari, Buse., 2007, "Internet Banking adoption intention in Malaysia: the roles of personal and system characteristics", International Conference in Economics and Finance, Labuan, Jurnal (April).

Top Brand Index Layanan Mobile Banking Bank BCA Periode 2015-2106 (<http://www.topbrand-award.com>, diakses 08 April 2017)

