

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

berdasarkan penelitian dari analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Manfaat dengan Keputusan Menggunakan memiliki hubungan signifikan, dengan demikian semakin besar Persepsi Manfaat nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* BCA di Surabaya maka semakin besar pula Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* BCA di Surabaya.
2. Variabel Persepsi Kemudahan dengan Keputusan Menggunakan memiliki hubungan tidak signifikan, dengan demikian semakin besar Kemudahan tidak selalu dapat meningkatkan Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* BCA di Surabaya.
3. Variabel Kepercayaan dengan Keputusan Menggunakan memiliki hubungan signifikan, dengan demikian semakin besar Kepercayaan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* BCA di Surabaya maka semakin besar pula Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* BCA di Surabaya.
4. Persepsi manfaat dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* BCA di Surabaya, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* BCA di Surabaya, dengan demikian semakin besar

persepsi manfaat dan kepercayaan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* BCA di Surabaya maka semakin besar pula Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* BCA di Surabaya.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan didapatkan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Dalam penelitian ini peneliti merasa sulit mencari responden yang sesuai dengan kriteria pengguna *Mobile Banking* BCA, karena tidak semua orang menggunakan *Mobile Banking* BCA. Walaupun telah menggunakan BCA, namun tidak semua nasabah menggunakan *Mobile Banking* BCA dan tidak semua nasabah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner.
2. Dalam penelitian ini peneliti merasa sulit dalam mendapatkan responden mengingat kota Surabaya yang luas
3. Dalam penelitian ini peneliti tidak mencantumkan kriteria batasan dalam menggunakan *mobile banking* BCA.

## 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait :

1. Bagi BCA
  - a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel persepsi manfaat, hasil terendah adalah item pernyataan mengenai *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan layanan. Saran yang dapat diberikan untuk BCA dalam penggunaan *mobile banking* BCA di

Surabaya adalah terus meningkatkan kinerja *mobile banking* dalam memanfaatkan layanan bagi pengguna ketika akan bertransaksi dengan cara setiap bulan atau 3 bulan sekali, BCA melakukan evaluasi dan pembaharuan pada *mobile banking*.

b. Dilihat dari hasil olah data pada variabel persepsi kemudahan, hasil terendah adalah item pernyataan mengenai layanan *mobile banking* BCA mudah dipelajari. Saran yang dapat diberikan untuk BCA dalam penggunaan *mobile banking* BCA di Surabaya adalah terus melakukan evaluasi bagi nasabah atau memberi pengarahan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* .

c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepercayaan, hasil terendah adalah item pernyataan mengenai *mobile banking* BCA akan menjaga kerahasiaannya. Saran yang dapat diberikan untuk BCA dalam merahasiakan data nasabah *mobile banking* BCA adalah terus memberikan keyakinan kepada nasabah dengan cara mensosialisasikan bahwa BCA mampu menjaga kerahasiaannya.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas seperti variabel kualitas layanan, fitur layanan dan persepsi resiko, agar peneliti mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi responden menggunakan *mobile banking*.

b. Memperluas penelitian agar memperoleh lebih banyak responden sehingga akan menghasilkan hasil penelitian yang sesuai dan didukung oleh jawaban responden yang lebih tepat dan akurat jawabannya dan

selektif dalam pemilihan responden yang lebih serius dalam mengisi kuesioner.



## DAFTAR RUJUKAN

- Alwan, Hussein Ahmad. "Determinants of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Bank: An Empirical Study in The Jordania Banking Sector" *International Journal of Business and Management*. Vol; 11, no.3
- Arum Yunita Safitri. 2011. Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, Dan Perannya Terhadap Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Di Surabaya , *Journal Of Business And Banking*, Vol.1, No. 2, Pages 117-130.
- Ayman Bassam Nassuora. "Understanding Factors Affecting the Adoption Off M-Commerce by Consumers". *Journal of Applied Sciences*. 13 (6) Pp.913-918
- Ba, S dan Pavlou, PA, 2002. "Evidence of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets : Price Premiums and Buyer Behavior".
- Davis, K. dan Newstrom, J. 1989. *Human Behavior at Work. Organization Behavior Edition*. Singapore: Mc. Graw-Hill. International
- Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna., "Pengaruh Resiko, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Jogjakarta". *Jurnal Ilmiah* Pp 421-434.
- Hyun Shik Yoon & Luis Occena. 2014. "Impact of Customers' Perceptions on Internet Banking Use With a Smart Phone". *Economic Sciences. Journal of Busniess and Economic*. Vol. 1 No. 42. Pp 1-9
- Imam Ghozali. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (EDISI kelima ). Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh* Semarang : Universitas Diponegoro.
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran* , Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Penerbit ANDI. Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, 2009. *Analisis dan Desain*. Yogyakarta : Andi OFFSET
- \_\_\_\_\_, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Kemas Taufik. 2013. Pengertian E-Banking, SMS Banking dan M-Banking. (<http://kemastaufik.blogspot.co.id/2013/04/pengertian-e-banking-sms-banking-dan-m.html>, diakses 07 November 2015)
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 . Jakarta : Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2014. *Principles of Marketing Global Edition 15<sup>th</sup> Edition*. England : Pearson
- Laksana, Giga B., Astutik, Endang S., Dewantara, Rizki Y, 2015. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*”.
- Mahardika, A dan Basuki, R. 2011. “Factor Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation” . *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* :169
- Maholtra, Naresh K. 2005. *Riset Penelitian* . Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Mudrajad Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Moorman. C, Deshpande, R, & Zaltman, G., 1993, Actors Affecting Trust in Market Relationship: *Journal of Marketing*. Vol 58.
- Perkins, Daniel dan Jonathan Annan, 2013. Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implication for Bank Mnagers. *Journal Manajemen and Banking*.
- Puguh Suharso. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta
- Freddy, Rangkuti. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Bandung : ALFABETA Indeks

Syofian Siregar. 2010. *Statistik deskriptif untuk penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

\_\_\_\_\_. 2011. *Statistika Deskriptif Untuk Penilaian*. Jakarata : PT Raja Grafindo Persada.

\_\_\_\_\_. 2012 . *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Press.

Top Brand Award. 2017. *Top Brand Index 2016-2017*. (Online), (<http://www.topbrand-award.com/> di akses 6 April 2017)

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

<http://www.bca.co.id/id/References/Individual/Product/E-Banking/m-BCA/cara-transaksi-di-m-bca>

