

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan SPSS 16.0, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Semakin besar kegunaan yang dirasakan, maka berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.
2. Semakin besar kemudahan penggunaan yang dirasakan, maka berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.
3. Semakin besar kepercayaan, maka berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Tidak semua responden bersedia dalam mengisi kuesioner, kebanyakan responden tidak mau mengisi pertanyaan terbuka pada kuesioner dan kebanyakan yang menulisnya dengan singkat.

2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak sesuai dengan pertanyaan terbukanya.

5.3 Saran

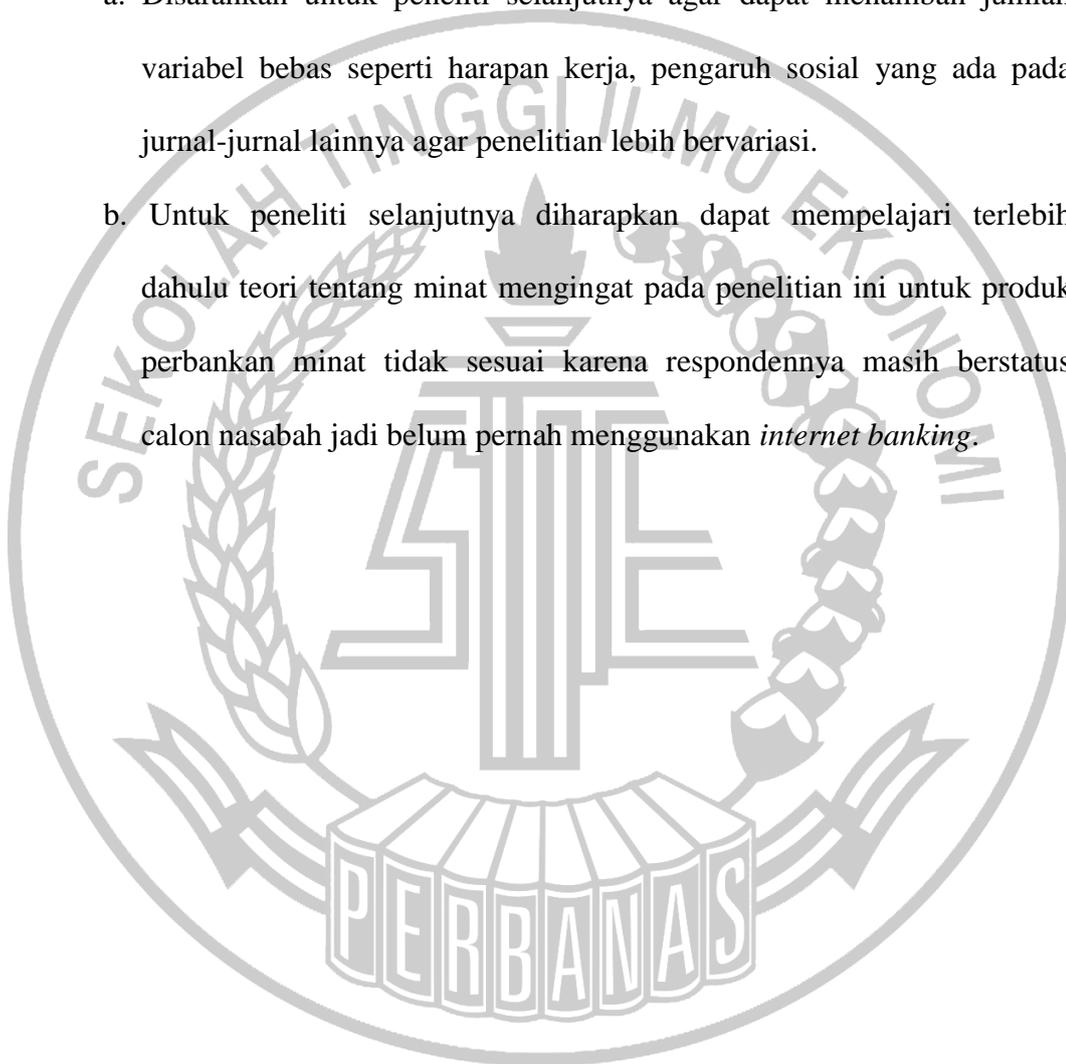
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BCA di Surabaya
 - a. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kegunaan yang dirasakan pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *internet banking* dapat membantu komunikasi dengan baik yang menduduki peringkat terbawah diantara item pernyataan yang lainnya. Maka Bank BCA disarankan untuk memberikan tanggapan dengan cepat bila ada *complain* dari nasabah Bank BCA.
 - b. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *internet banking* mudah dipelajari menduduki peringkat terbawah dibandingkan pernyataan yang lain, maka sebaiknya *customer service* memberikan penjelasan cara penggunaan *internet banking* dengan jelas agar nasabah mudah mempelajari cara penggunaan *internet banking* yang benar.
 - c. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa layanan *internet banking* akan

dijamin kerahasiaannya menduduki peringkat terbawah dibandingkan item pernyataan yang lain, maka sebaiknya Bank BCA lebih menjaga privasi nasabah agar terhindar dari penyalahgunaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah jumlah variabel bebas seperti harapan kerja, pengaruh sosial yang ada pada jurnal-jurnal lainnya agar penelitian lebih bervariasi.
- b. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempelajari terlebih dahulu teori tentang minat mengingat pada penelitian ini untuk produk perbankan minat tidak sesuai karena respondennya masih berstatus calon nasabah jadi belum pernah menggunakan *internet banking*.



DAFTAR RUJUKAN

- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 20*, Edisi 5. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga..
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta : Indeks.
- Mansour Naser, Badreldin F.Salim, M.Ahmar, M.Yousoof. 2016. "The Adoption of Internet Banking: Clients' Perspective in Oman". *Internasional Review of Management and Marketing*. Vol 6. Issue 4. Pp 926-929.
- Perkins Ed-Zilla dan Annan Jonathan. 2013. "Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers". *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*. Vol 6. No. 3. Pp 94-108.
- Radomir, L., dan Nistor,V.C 2013. "An application of technology acceptance model to internet banking service". *International Conference "Marketing – from information to decision"*
- Rosady Ruslan. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi; konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suprpto,Fitria Magdalena. 2014,"*Pengaruh Persepsi Keamanan Web dan Kesesuaian Lifestyle terhadap Minat Penggunaan Internet Banking: Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi*". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.
- Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet : *Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Top Brand Index Produk Internet Bankinng Indonesia Periode 2015- 2016 (<http://www.topbrand-award.com>, diakses 20 Maret 2017).

Van Voorhis R. Wilson, Betsy L. Morgan. 2007. Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size. *Psy Chi Journal of Undergraduate Research* Vol. 3 (2). P. 43-50.

Zahir, Mihna, dan Gharleghi, Behrooz. 2015. "Adoption of Internet Banking in Maldives, the Most Important Determinants". *Asian Social Science*. Vol. 11, No. 2. Pp 181-189.

