

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Pada Keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan yaitu

1. Pengalaman Pelanggan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan *internet banking* Bank Syariah Mandiri, karena semakin nasabah memiliki pengalaman yang banyak maka semakin nasabah berniat untuk menggunakan layanan tersebut.
2. Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan, karena semakin nasabah merasakan manfaat yang diterima dari layanan *internet banking* Bank Syariah Mandiri maka nasabah semakin berniat untuk menggunakan layanan tersebut

#### 5.2 Keterbatas penelitian

Keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritis, metodologis dan teknis pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Kantor Bank Syariah Mandiri tidak banyak seperti bank Konvensional lainnya
2. Responden yang mengisi kuesioner kurang membaca dengan teliti pernyataan karena keterbatasan waktu
3. Banyak nasabah yang merasa keberatan jika harus menjadi responden

### 5.3 Saran

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut:

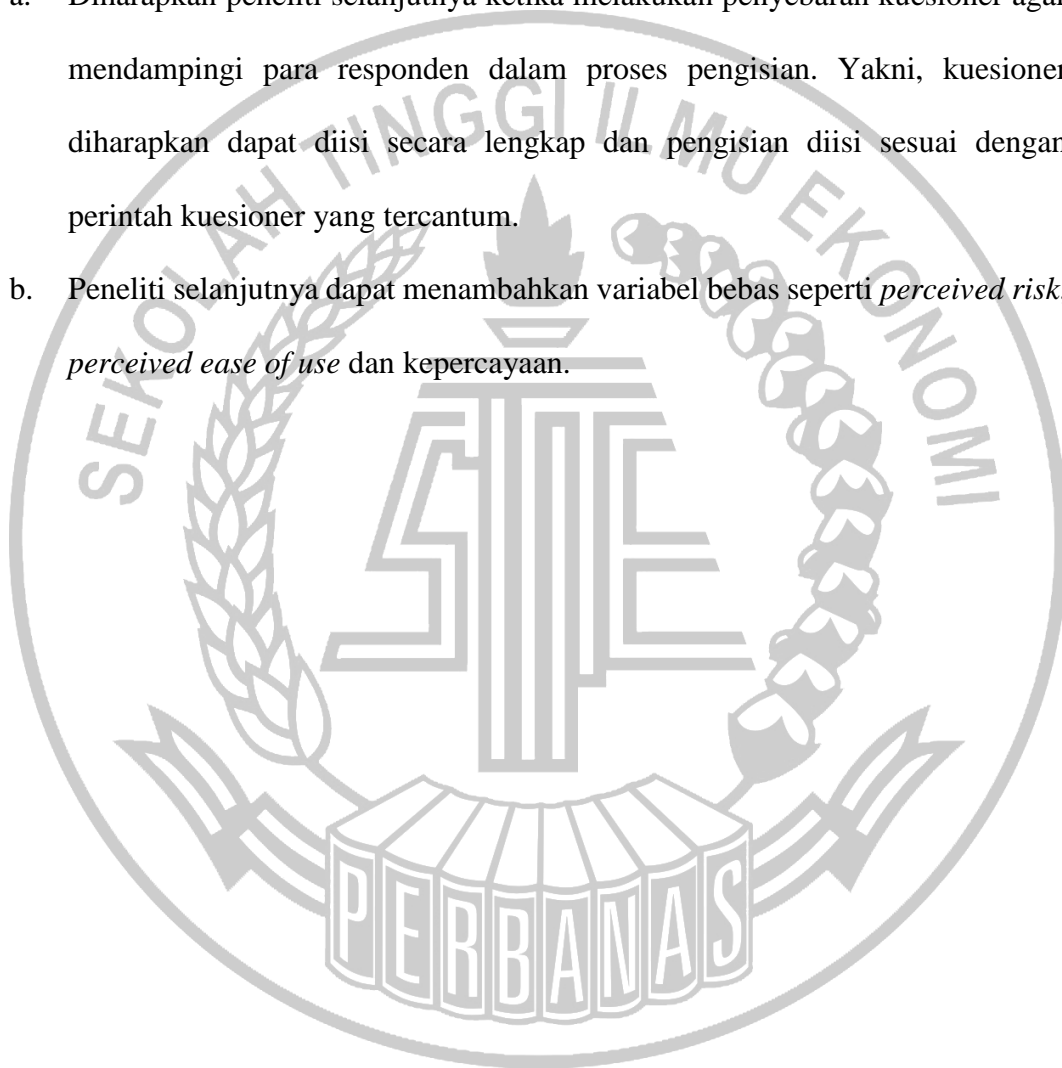
Bagi Bank Syariah Mandiri

- a. Manajemen bank Syariah Mandiri hendaknya terus menerus memperhatikan mengenai pengembangan niat menggunakan *internet banking* para nasabahnya yang dapat diketahui pada variabel dengan nilai terendah menjelaskan mengenai pilihan untuk menggunakan *internet banking* Syariah Mandiri dibanding yang lain. Artinya layanan *internet banking* Syariah Mandiri masih kurang optimal dan kurang menarik perhatian nasabah dibandingkan *internet banking* Syariah lainnya.
- b. Beberapa kekurangan lainnya yang masih dilaporkan oleh nasabah, misalnya memberikan saran yang independen kepada nasabah yang terdapat pada variabel indikator dengan rata-rata yang rendah dibandingkan indikator yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah masih kurang yakin dalam menerima saran yang independen dari layanan *internet banking* Syariah Mandiri. Dari penjelasan ini Bank Syariah Mandiri harus terus memeberikan saran yang independen bagi nasabahnya.
- c. Layanan *internet banking* Syariah Mandiri hendaknya di tingkatkan lagi agar semakin banyak nasabah mendapatkan keunggulan dalam layanan *internet banking* Syariah Mandiri. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang nilai mean lebih rendah dari indikator lainnya, yang menyatakan bahwa penggunaan

*internet banking* Syariah Mandiri memiliki Keunggulan. Dari penjelasan ini Bank Syariah Mandiri harus terus *follow up* apa yang dikeluhkan nasabah dan melakukan *up date* lebih lanjut.

Bagi Peneiliti Selanjutnya

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya ketika melakukan penyebaran kuesioner agar mendampingi para responden dalam proses pengisian. Yakni, kuesioner diharapkan dapat diisi secara lengkap dan pengisian diisi sesuai dengan perintah kuesioner yang tercantum.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas seperti *perceived risk*, *perceived ease of use* dan kepercayaan.



## DAFTAR RUJUKAN

- Albert, K., & Gustin, T. (2010). Pengaruh Sikap, Persepsi Manfaat, dan Psychology Attachment terhadap Niat Penggunaan Teknologi Internet (Survei Pegawai Pemerintah Kota Salatiga). *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 1-12 vol. 5.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. (2016). Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Web Site: <https://apjii.or.id/survei>
- Darius, A. (2015). *Faktor-Faktor Usability Internet Banking di Indonesia*. Palembang: Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma.
- Hamid, A. A., Razak, F. Z., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. (2016). The Effects Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Continuance Intention To Use E-Government. *Procedia Economics and Finance* vol.35 , 644-649.
- I Gusti Ayu, A., I Gusti Ayu, G. K., & Ni Nyoman, Y. K. (2017). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Menggunakan Kembali Jasa Go-Jek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 5 , 2308-2334.
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisa Multivariete dengan Progam IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2014). *Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Dilengkapi software Smartpls 3.0. Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Imam, G., & Hengky, L. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Progam WarpPLS 4.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ira, T. D., & Muhammad, I. H. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (customer experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantaprapat. *Jurnal Ecobisma* , Vol. 3 No. 1 , 93-103.
- Ira, M. L., & Anik, L. A. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Niat Menggunakan Internet Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.7 , 143-150.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Energy Sector Management* , 230-255.

Ni Made, A. P., & I Gede, K. W. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* , 2606-2636.

Ruchi Garg, Zillur Rahman, M.N. Qureshi. (2014). Measuring customer experience in banks: scale development and validation. *Modelling in Management* .

Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type.

Solimun., Adji, A. R. F, & Nurjannah (2017). *Metode Statistika Multivaririat*. Malang: UB Press

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

