

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan. Dikatakan memiliki pengaruh, karena semakin mengalami kemudahan menggunakan *mobile banking* BRI Syariah dan ketika pengguna merasakan bahwa *mobile banking* mudah untuk digunakan yang tidak memerlukan banyak usaha yang di dapat oleh nasabah maka nasabah akan terus menggunakan *mobile banking* BRI Syariah tersebut untuk sebulan, setahun dan masa yang akan datang.
2. Pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan. Dikatakan memiliki pengaruh, karena hal tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti pendapat dari teman-teman, keluarga, yang menggunakannya itu dapat mendorong pengguna untuk mengadopsi layanan *mobile banking*.
3. Pengaruh intensi menggunakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap penggunaan. Tidak signifikan karena intensi menggunakan tidak memiliki pengaruh atas penggunaan *mobile banking* BRI Syariah dari faktor penggunaannya seperti tidak melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* seperti cek saldo, transfer dan transaksi lainnya.

4. Moderasi religiusitas berpengaruh negatif tidak signifikan antara intensi menggunakan terhadap penggunaan. Tidak signifikan memoderasi intensi menggunakan terhadap penggunaan. Tinggi atau rendahnya religiusitas seseorang tidak menjamin bahwa seorang nasabah merasa memiliki keinginan untuk menggunakan secara terus menerus belum tentu juga akan berdampak pada penggunaan *mobile banking* tersebut karena penggunaan *mobile banking* hanya bergantung pada kesesuaian kebutuhan dalam bertransaksi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

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

1. Hanya bisa menyebarkan kuesioner menggunakan sosial media dan sekitar tempat tinggal karena keterbatasan untuk menyebar kuesioner dengan cara langsung
2. Sulit mencari responden yang berminat untuk mengisi kuesioner tersebut karena malas mengisi dan kurang membaca dengan teliti pernyataan karena keterbatasan waktu.
3. Butuh banyak waktu untuk memilih kuesioner yang benar-benar diisi dengan sesuai oleh responden karena banyak nasabah yang merasa keberatan juga 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:

1. Bagi Bank Syariah

Pada layanan *mobile banking* ditingkatkan lagi untuk kemudahan menggunakan *mobile banking* tersebut seperti lebih menarik, mudah dioperasikan, informasi di *mobile banking* selalu *up to date*, dan hasil pencairan yang didapat akurat sehingga menghasilkan suatu kemudahan pada *mobile banking* tersebut dan nasabah menjadi semakin ingin menggunakan terus menerus pada penggunaan *mobile banking*

Selain itu, nilai religiusitas dari diri nasabah juga harus ditingkatkan sehingga bank harus lebih kuat dalam mengimplementasikan nilai-nilai religiusitas agar nasabah juga memerhatikan faktor religiusitasnya terhadap produk dan layanan yang mereka gunakan khususnya layanan *mobile banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah pengetahuan dan mencantumkan variabel lain selain variabel kemudahan, pengaruh sosial, kegunaan, kondisi pendukung, intensi menggunakan, penggunaan dan religiusitas yang dapat meningkatkan kinerja suatu bank. Berdasarkan responden terhadap pernyataan semua variabel memiliki nilai mean yang tinggi artinya layanan *mobile banking* Bank BRI syariah tersebut layanannya sesuai dengan harapan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Assi, H. A., Al-Dmour, H. H., & Zu'bi, M. F. (2014). Determinants of internet banking adoption in Jordan. *International Journal of Business and Management*, 9(12), 169
- Adzima , F., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pada Nasabah Bank Bri Purwakarta Analysis Of Factors Influencing Interest In Using Mobile Banking Application On The Customer Bank Bri Purwakarta. *e-Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 2, pp.1584-1592.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control* (pp. 11–39). Springer. doi:10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, kontrol diri dan kenakalan remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02).
- Baptista , G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior* 50, pp.418–430. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024
- Batson, C. D., Schoenrade, P., & Ventis, W. L. (1993). Religion and the individual: A social-psychological perspective. New York, NY: Oxford University Press.
- Carolina , M., Tiago , O., & Ales, P. (2014). understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of information Management*, Vol. 30, No. 9-10.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340. doi:10.2307/249008
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4).
- Dharmmesta, B. S. (1998). *Theory of planned behaviour* dalam penelitian sikap, niat dan perilaku konsumen. *Kelola*.

- Eid, R., & El, -G. H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *tourism Management*, Vol. 46, pp. 477- 488. doi:doi:10.1016/j.tourman.2014.08.003
- Fishbein, M., Ajzen & Belief, I. (1975). *Attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley
- Fitrianisa, S. R. (Vol 7 No 1). Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* , 1262.
- Ghozali, H. L. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Uniiiversitas Diponegoro. .
- Ghozali, I. (2013). *Analisa Multivariate Program SPSS Uplate PLS Regret*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gu, Ja Chul; Lee, Sang Chul; Suh, Yung Ho;. (2009). Determinants of behavioral itention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*. doi:doi:10.1016/j.eswa.2009.03.024
- I, G., & Sihlali, W. (2014). A Study of Mobile Banking Adoption among University Students Using an Extended TAM. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol.5, No.7.
- Im, I., Hong, S., & Kang, M. S. (2011). An international comparison of technology adoption: Testing the UTAUT model. *Information & Management*, Vol. 48, No. 1, pp. 1-8. doi:10.1016/j.im.2010.09.001
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kurniawati , H. A., Winarno , W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang teah dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. IV, NO. 1, pp.24-29.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi . *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. IV, No. 1, pp. 24-29.
- Malhotra, N. (2014). *Basic Marketing Research* Hal 318. England: Pearson Education.

- Marddient, A. (2009). Muslim women and gender piety. *Paper presented at the 1st Annual International Graduate Research Conference on Social Sciences and Humanities: Harmony in Diversity, Bangkok, Thailand*, pp. 150 - 165.
- Melasari , C., Suroso, A., & Banani, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk, Dan Financial Risk Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamala. *Performance. Vol. 25 No.1*, pp. 11 - 23.
- Mushofa , M. Z., & Lindiawati. (2018). Pengaruh kegunaan, kesesuaian, keuntungan relatif, motivasi hedonic, dan risiko yang dirasakan terhadap penggunaan mobile banking Bank Mandiri Surabaya dimediasi niat perilaku nasaba. *Journal of Business and Banking*, Vol. 8, No. 1, pp.121 – 140. doi:10.14414/jbb.v8i1.1515
- Noor, J. (2011). Prenzada Media Group. *Jakarta: Metode Penelitian*.
- Nugroho , P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Departemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, FT UGM*, ISSN: 2085-6350.
- Oktaviani, & Zella, N. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Dan Penggunaan E- Banking Pada Bank BCA Cabang Pntianak, Equator. *Journal Of Management*.
- Rahayu, & Sugih, I. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. V, No. 2, Pp. 138-150.
- Raza, A. S., & Hanif, N. (2011). Factors Affecting Internet Banking Adoption Among Internal And External Customers: A Case Of Pakistan. Munich Personal Repec Archive.
- Rio Jumardi, I. H. (2015). Analisis Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Skripsi Pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. *Jurnal Teknik Informasi*, Hal 7-13.
- Salinda , N. A., Ahmada, M. I., & Abdullah, K. (2018). A Structural Equation Model Of The Halal Certification And Its Business Performance Impact On Food Companies. *International Journal of Economics, Management and Accounting* 26, No. 1, pp. 185-206.
- Soomro, Y. A., AbdulAziz, K., & Jeddah . (2019). Understanding the Adoption of SADAD E-Payments: UTAUT Combined with Religiosity as Moderator.

International Journal of E-Business Research, Vol.15, Issue 1.
doi:10.4018/IJEBR.2019010104

Straub, E.T. (2009), "Understanding technology adoption: theory and future directions for informal learning", *Review of Educational Research*, Vol. 79 No. 2, pp. 625-649.

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

Sungkar. (2010). Consumer Awareness: Thoughts and Trends Across the Globe. *The Halal Journal*, Vol. 2 (1): 22-28.

Ulum , M., Tirta, I., & Anggraeni, D. (2014). Analisis Structural Equation modeling (SEM) Untuk Sampel Kecil Dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS). *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Universitas Jember*.

Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Management Information Systems Quarterly*, 36(1), 157–178. doi:10.2307/41410412

Venkatesh, V., Davis, G. B., Davis, F. D., & Morris , M. G. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *Management Information Systems Quarterly*, Vol. 27, No.3. doi:10.2307/30036540

W, Y., R, A., & Novi, R. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model kombinasi technology acceptance model (TAM) dan theory of planned behavior (TPB). *jurnal informasi*, Vol. 7, No.1.

Yu, C. (2012). Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The UTAUT Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2), 104–121.

<https://www.brisyariah.co.id/>