

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada sub bab ini secara keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Intensi Menggunakan (IM) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Penggunaan (PG) *mobile banking* Bank BNI Syariah karena tidak memiliki pengaruh antara intensi menggunakan dengan penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah.
2. Kondisi Pendukung (KP) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Penggunaan (PG) *mobile banking* Bank BNI Syariah karena tidak memiliki pengaruh antara kondisi pendukung dengan penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah.
3. Religiusitas (RG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan memoderasi antara Intensi Menggunakan terhadap Penggunaan (PG) *mobile banking* Bank BNI Syariah karena tinggi rendahnya tingkat ketaatan dan kesholehan nasabah tidak menjamin bahwa penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah meningkat meskipun intensi menggunakannya tinggi juga.
4. Kondisi Pendukung (KP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Menggunakan (IM) karena dengan kondisi pendukung yang memadai akan

mendorong niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah secara terus menerus.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada sub bab ini menjelaskan bahwa pada penelitian ini memiliki keterbatasan baik dari segi teoritik, metodologis dan teknis yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Situasi pandemi seperti ini sulit untuk mencari responden sehingga pencarian responden hanya melalui media sosial, teman, tetangga dan lain sebagainya.
2. Sebagian besar banyak nasabah yang merasa keberatan jika menjadi responden karena disibukkan oleh aktivitas mereka
3. Responden kurang teliti memperhatikan pertanyaan pada kuesioner sehingga peneliti harus memilah jawaban responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian ini atau pun mencari responden kembali.

5.3 Saran

Pada sub bab ini menjelaskan bahwa dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti memberikan saran – saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut :

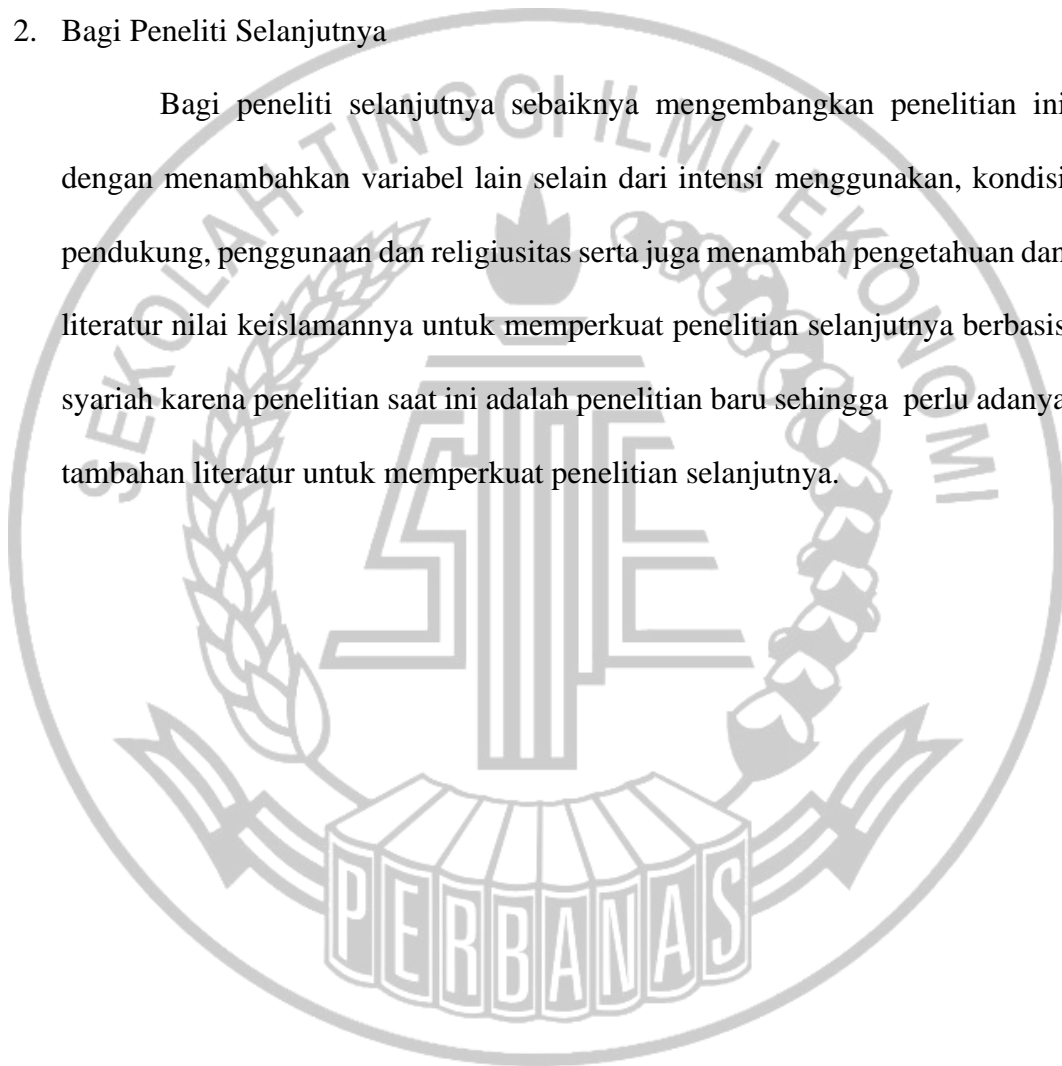
1. Bagi Bank Syariah

Dalam meningkatkan intensi menggunakan dan kondisi pendukung yang baik maka bagi bank harus mempertimbangkan terkait pelayanan dalam meningkat penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah seperti dilihat dari fitur, iklan, promosi serta juga ada *reward* dalam setiap bertransaksi agar

menarik daya pikat para nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah secara terus menerus. Dari sisi religiusitas bank harus memperhatikan nilai keislaman kembali seperti sesuai dengan akad dan sesuai dengan syariat islam dalam layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain selain dari intensi menggunakan, kondisi pendukung, penggunaan dan religiusitas serta juga menambah pengetahuan dan literatur nilai keislamannya untuk memperkuat penelitian selanjutnya berbasis syariah karena penelitian saat ini adalah penelitian baru sehingga perlu adanya tambahan literatur untuk memperkuat penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghghi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Agag, G. M., & El-Masry, A. A. (2016). Cultural and religiosity drivers and satisfaction outcomes of consumer perceived deception in online shopping. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/IntR-06-2015-0168>
- Arthana, Yudhi W, Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior(TPB). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.
- 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, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2016-0359>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Chapter 1. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Reading, MA: Addison-Wesley*.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Im, I., Hong, S., & Kang, M. S. (2011). An international comparison of technology adoption: Testing the UTAUT model. *Information and Management*, 48(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.09.001>
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Jumardi, R., Nugroho, E., & Hidayah, I. (2015). *Analisis Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Skripsi pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Pembangunan Nasional " Veteran " Yogyakarta*. 7–13.
- Karimuddin, A. (2015). *MEF : Penggunaan Mobile Banking Capai 80% di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Besar*. Retrieved September 20, 2020, from Daily Social News Portal: <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia>.

- Kusuma, N. L. (2019). *Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking Bank BNI Syariah*. Retrieved September 28, 2020, from Repository.uinjkt.ac.id: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/48372/1/NOVIANA%20LANDY%20KUSUMA-FEB.pdf>
- MARS. (2015). *Nasabah Sudah Melek Mobile banking*. Retrieved September 20, 2020, from Mars Indonesia News Letter: <http://www.marsindonesia.com/newsletter/34-nasabah-sudah-melek-mobile-banking>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.06.002>
- Moh. Nazir. (2014). *Metode Penelitian. Metode Penelitian*.
- Mushofa, M. (2018). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonic, dan Risiko yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Dimediasi Niat Perilaku Nasabah. *Journal of Business & Banking*, 8(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1515>
- Nasir, M. D. A. (2020). RELIGIUSITAS MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH S1 UIN MALANG YANG MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Nauvalia, F. A., & Herwinarni, Y. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Perpajakan, Status Sosial Ekonomi dan Love Of Money Terhadap Persepsi Penggelapan Pajak. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.24905/permana.v10i1.73>
- Nuryahya, E., Ichšana, Y., & Andini, K. M. (2019). Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3), 502–515. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29>
- Rahmat, J. (1986). *Islam Alternatif*. Bandung: Mizan.
- Rachmawati, D. (2008). Analisis Faktor Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol.5 (1). [doi:https://doi.org/10.21831/jep.v5i1.606](https://doi.org/10.21831/jep.v5i1.606)
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2018). Acceptance of mobile banking in Islamic

banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>

Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking studi kasus : BRI Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi*, 114–122.

Sitanggang, L. S. (2019). *Transaksi Mobile Banking Perbankan Makin Ramai*. Retrieved September 20, 2020, from Keuangan Kontan News: <https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-mobile-banking-perbankan-makin-ramai>

Soomro, Y. A. (2019). Understanding the adoption of sadad e-payments: UTAUT combined with religiosity as moderator. *International Journal of E-Business Research*, 15(1), 55–74. <https://doi.org/10.4018/IJEER.2019010104>

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

Udayana, E. A. U. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1369–1397.

Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL - Research. *MIS Quarterly*.