

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan baik melalui analisis deskriptif maupun statistik melalui program maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Manfaat berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BRI di Surabaya. Hal ini berarti hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa manfaat secara signifikan mempengaruhi minat nasabah tidak terbukti kebenarannya dan tidak dapat diterima.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BRI di Surabaya. Hal ini berarti hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa kemudahan secara signifikan mempengaruhi minat nasabah terbukti kebenarannya dan dapat diterima.
3. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BRI di Surabaya. Hal ini berarti hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa keamanan secara signifikan mempengaruhi minat nasabah terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah: Di lapangan, dalam memperoleh responden sebagian besar responden menolak untuk mengisi kuesioner yang diberikan sehingga mengurangi jumlah responden.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

### 5.3.1 Bagi BRI

1. Dalam rangka meningkatkan manfaat dari *internet banking* BRI, sebaiknya Bank BRI meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan menginformasikan apa saja manfaat dari *internet banking* BRI agar nasabah lebih mengetahui tentang manfaat layanan tersebut sehingga semakin yakin dalam menggunakan layanan tersebut dan memperluas jaringan akses layanan sampai ke pelosok desa.
2. Untuk meningkatkan kemudahan dari *internet banking* BRI, diharapkan Bank memberikan informasi secara langsung tentang penggunaan *internet banking* sehingga nasabah dapat mengetahui dan saat menggunakan layanan tersebut merasa mudah menggunakannya.
3. Dalam meningkatkan keamanan *internet banking* BRI, sebaiknya Bank BRI lebih meningkatkan kerahasiaan informasi pribadi yang diberikan oleh

nasabah, dan lebih memperhatikan dan memberikan informasi yang akurat kepada nasabah.

### **5.3.2 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil sampel yang lebih besar, karena pada penelitian ini hanya mengambil sampel sebesar 100 responden saja, lebih baik menambah jumlah sampel agar semakin meyakinkan bahwa sebuah penelitian memang benar-benar dapat menggambarkan keinginan responden. Menambahkan variabel karena tidak semua variabel di penelitian sebelumnya diikutsertakan dalam penelitian ini. Memperbaiki kalimat pada butir pertanyaan sehingga memudahkan responden memahami pertanyaan. Keterbatasan variabel yang tidak dilakukan penelitian ini disarankan dilakukan untuk penelitian yang akan datang.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abeka, Silvan O. 2012. "Perceived Usefulness, Ease of Use, Organizational and Bank Support As Determinants of Adoption of Internet Banking in East Africa". *International Journal of Academy Research in Business and Social Sciences*, Vol 2, No 10, 2222-6990
- Amini, M. T., Ahmedinejad, M., & Azizi, M. J. 2011. Adoption Of Internet Banking By Iranian Customer: AN Empirical Investigation. *The International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 47-67.
- Bank Indonesia. 2007. *Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum*. Jakarta
- Budi Agus Riswandi. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Budi Sutedja., Dharma Oetama. 2008. *Penerapan Sistem Informasi*. Yogyakarta. BPFE.
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Davis, F.D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Donald R. Coper and Pamela S. Schindler, 2006, *Metode Riset Bisnis*, Volume 1 Edisi Sembilan, Alih Bahasa Budijanto dk, McGraw-Hil Irwin. Jakarta.
- Dwi Suhartini., Wiwik Handayani. 2009. "Model Penerimaan Teknologi Informasi oleh Dosen pada Perguruan Tinggi di Surabaya". *Jurnal Sistem Manajemen*. Surabaya 10 Desember 2009.
- Fusilier, Marcelline and Durlabhji, Subhash. 2005. "An exploration of Student Internet Use in India (the technology acceptance model and the theory of planned behavior)". *Journal of Marketing*. Vol. 22 No. 4. Pp 233-246.
- Hong, Yong H., Heng Teh, Boon., Vinayan, Gowrie., Hooi Soh, Chin., Khan, Nasreen., San Ong, Tze. 2013. "Investigating the Factors Influence

- Adoption of Internet Banking in Malaysia: Adopters Perspective". *International Journal of Business and Management*, Vol 2, No 19
- Hwang, Y. and Yi, M. Y., *Predicting The Use Of Web-Based Information Systems: Intrinsic Motivation And Self-Efficacy*, Eighth Americas Conference on Information Systems, University of South Carolina, 2002.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Jahangir, Nadim., Begum, Noorjahan. 2008. "The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security and Privacy, and Customer Attitude to Engender Customer Adaption in The Context of Electronic Banking". *Africa Journal Of Business Management* Vol 2 (1). 032-040
- Jogiyanto, 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta : ANDI.
- Kusuma, Hadri., Susilowati, Dwi. 2007. Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Auditing Indonesia*. Volume 11 No. 2, Desember 2007: 125-139. Diakses pada tanggal 22 November 2012.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi keempat Indeks.
- Perkins, E.-Z. D., & Annan, J. 2013. Factors Affecting The Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*.
- Radomir, L., & Nistor, V. C. 2013. An application of technology acceptance model to internet banking service. *International Conference "Marketing – from information to decision"*.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jilid 2. Jakarta. Salemba Empat
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jilid 1. Jakarta Salemba Empat.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung. Alfabeta.
- Syaiful Bahri Djamarah. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widyarini, L.A. dan Putro, A.Y.W.T. 2008. "Analisis Hubungan Faktor-faktor Technology Acceptance, Trust dan Risk pada Niat Nasabah Bank untuk Menggunakan Internet Banking". *The Second National Conference UKWMS* p. 1-23.