

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil uji hipotesis tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji statistik t, persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,744 (*Sig.* > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Berdasarkan hasil uji statistik t, persepsi kebermanfaatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,287 (*Sig.* > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Berdasarkan hasil uji statistik t, persepsi risiko memiliki nilai signifikansi sebesar 0,028 (*Sig.* < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.
4. Berdasarkan hasil uji statistik t, persepsi kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (*Sig.* < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari adanya keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian ini, diantaranya :

1. Minat menggunakan *mobile banking* dalam penelitian ini hanya dilihat dari empat variabel yaitu persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan.
2. Sampel dalam penelitian ini hanya menggunakan mahasiswa dari 3 universitas yaitu Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Kampus Madiun, Universitas Merdeka Madiun, dan Universitas PGRI Madiun.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan – keterbatasan diatas, peneliti selanjutnya disarankan untuk :

1. Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* seperti variabel keamanan, fitur layanan, dan kesiapan teknologi.
2. Peneliti selanjutnya hendaknya memperluas sampel seperti nasabah bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Afriana, R. A., dan Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 11(2), Hal 255–268.
- Amanullah, B. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap positif Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Andriyano, Y., dan Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita*, Vol 2(1), Hal 1–16.
- Ardika, M. D. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Cahyo, W. Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Pengguna *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Dewi, N. L. P. E. P., Sinarwati, N. K., dan Yuniarta, G. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S2 Akuntansi*, Vol 1(1), Hal 55–60.

- Dwitasari, M., dan Baridwan, Z. (2014). Faktor Deiterminan Minat Individu Menggunakan *M-Commerce : Technology Acceptance Model* yang Dimodifikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol 2, Hal 1–16.
- Fadlan, A., dan Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 62(1), Hal 20–25.
- Farizi, H., dan Syaefullah. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*, Vol 2 No 1, Hal 155–160.
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsara, R. F. (2015). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hariati, P. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Pengalaman terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* pada Bank BRI Di Surabaya. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., dan Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 26(2), Hal 1–8.
- Lestari, E. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, *Computer Self Efficacy*, *Facilitating Conditions* dan Pengetahuan Akuntansi terhadap Minat Menggunakan Software Zahir

- (Studi pada Usaha Dagang Di Kabupaten Sukoharjo). Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Marakas, G. M., dan O'brien, J. A. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Melasari, C., Suroso, A., dan Banani, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk, dan Financial Risk terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Muamalat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 25, Hal 11–23.
- Mentayani, I., Rusmanto, dan Rahmiati. (2016). Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 9(2), Hal 50–68.
- Paul A. Pavlou. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69–103.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol 2, Hal 137–150.
- Rahmwati, S., dan Isharijadi. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, Vol 2(2), Hal 71–84.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, Vol 16(1), Hal 160–177.
- Saputra, F. A. E. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Menggunakan *Mobile Banking*. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

- Saputro, B. D., dan Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Nominal*, Vol 3, Hal 36–63.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuliza, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model pada Bank Syariah. Vol XVIII(2), Hal 155–167.
- Yudha, H. N., dan Isgiyarta, J. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank terhadap *Internet Banking Adoption* (Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan *Internet Banking* di Kota Surakarta). *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol 4(1), Hal 1–15.