

## BAB 5

### KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan uji hipotesis mengenai pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan serta persepsi risiko, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada hasil dari uji statistik t, persepsi kebermanfaatan mempunyai nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  hal tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Pada hasil uji statistik t, persepsi kemudahan penggunaan mempunyai nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  hal tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.
3. Pada hasil uji statistik t, persepsi keamanan memiliki nilai signifikan  $0,023 < 0,05$  hal tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.
4. Pada hasil uji statistik t, persepsi risiko mempunyai nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  hal tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.

#### 5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari ada beberapa keterbatasan yang memungkinkan akan berpengaruh pada hasil dalam penelitian ini :

1. Minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* ini pada penelitian ini hanya dilihat dengan 4 variabel yakni variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan dan persepsi risiko.

2. Sampel yang diambil dalam penelitian ini tergolongkan sampel yang kecil sebanyak 100 orang, serta responden yang terlibat hanya dalam lingkup Kota Madiun.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan keterbatasan yang telah terurai diatas, saran untuk peneliti selanjutnya yakni sebagai berikut :

1. Hendaknya peneliti selanjutnya menambah variabel penelitian yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* seperti kualitas informasi, kenyamanan serta kepercayaan.
2. Hendaknya untuk peneliti selanjutnya memperluas ruang lingkup sampel, hal tersebut dapat memberikan deskripsi yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamson , I., & Shine , J. (2003). Extending the new Tecnology Acceptance Model to Measure the User Information Systems Satisfaction in a mandatory Environment : A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*, 15(4), 441-455.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya. *Journal Of Business and Banking*, 6(1), 113-128.
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safriana, 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*, 11(2), 255-268.
- Andriyano , Y. (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*(2), 1-16.
- Ardika, M. D. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko 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 .
- Arizona, Y. (2016). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamnan Web dan informasi Online Banking Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking. *Jurnal ilmiah Universitas Brawijaya*, 4(1), 1-7.
- Ashur, M. (2016). Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosial Terhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen S-Commerce Di Indonesia ). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Budhi, R. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Indonesia.
- Cahyo, W. Y. (2014). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi universitas negeri yogyakarta*. Skripsi.
- Cahyo, W. Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal ekonomi bisnis*, 3(2), 45-55.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319-339.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 82–89
- Ghozali, I. (2015). *Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program amos versi 24*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 55-67.
- Husni, M., & Yudianto, E. (2006). Perangkat Lunak untuk Layanan Mobile Banking Berbasis Teknologi Wireless Application Protocol (WAP). *Jurnal Teknologi Informasi*, 5(2), 73-78.
- Igbaria, M., & Parasuraman, S. (1998). A Path Analytic Study of Individual Characteristics, Computer Anxiety and Attitude Toward Microcomputer. *Jurnal of Management*, 15(3).

- Indriantoro, N., & Supomo, B. (1999). *Metode penelitian bisnis* (Edisi Pertama ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kartika, A. (2018). Pengaruh Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-money. *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*.6(2)
- Laksana , G. B., Astuti , E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1-8.
- Lallmahamood, M. (2007). An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3).
- Novitasari, P. W. (2017). Analisis Faktor - Faktor Pengguna Layanan Mobile Banking di Bandung. *Bisnis dan Iptek*, 10, 139-149.
- Nurantika, F. J. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi kemudahan Terhadap Minat Pengguna Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Salatiga: Skripsi.
- Puspa Dewi , N. P., Sinarwati, N. K., & 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 S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1), 50-60.
- Rahayu, I. S. (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*, 5(2), 137-150.

- Rahayu, P. P. (2018). *pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat pengguna mobile banking ( Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta )*. Skripsi.
- Rakhamawati , S., & 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*, 2(2), 71-84.
- Riwandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking* . Jakarta : PT. Raja Gravindo persada.
- RJ, F. T., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–13.
- Sari, I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-money dengan Sikap Pengguna sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisis Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 126-134.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 4).
- Susetyo, B. (2010). *Statistika untuk Analisis Data Penelitian*. PT. Refika Aditama.
- Suyanto. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi Untuk Bisnis Edisi 1*. Yogyakarta.
- Wibowo, A. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM)*. Skripsi.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. N. (2017). Analisis Faktor -Faktor Pengguna Layanan Mobile banking di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 10(2), 139-149.

[www.apjii.com](http://www.apjii.com)

Yudha, H. N. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* .

Yusuf, F. M. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risik, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.Co.Id)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.