

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, informasi tentang *mobile banking*, dan kesiapan teknologi informasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji statistik t tabel 4.17, persepsi manfaat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,378 (*sig.* > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa selaku nasabah menggunakan *mobile banking*.
2. Berdasarkan hasil uji statistik t tabel 4.17, persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,923 (*sig.* > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa selaku nasabah menggunakan *mobile banking*.
3. Berdasarkan hasil uji statistik t tabel 4.17, persepsi kredibilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,114 (*sig.* > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa selaku nasabah menggunakan *mobile banking*.
4. Berdasarkan hasil uji statistik t tabel 4.17, informasi tentang *mobile banking* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (*sig.* < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi tentang *mobile banking* berpengaruh

positif terhadap minat mahasiswa selaku nasabah menggunakan *mobile banking*.

5. Berdasarkan hasil uji statistik t tabel 4.17, kesiapan teknologi informasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 (*sig.* < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kesiapan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa selaku nasabah menggunakan *mobile banking*.

## **B. Keterbatasan**

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

1. Minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* pada penelitian ini hanya dilihat pengaruhnya dari lima variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, informasi tentang *mobile banking*, dan kesiapan teknologi informasi.
2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang belum menggunakan *mobile banking*, karena responden belum menggunakan *mobile banking* maka memungkinkan hasil dari penelitian ini cenderung tidak berpengaruh antara variabel independen terhadap minat menggunakan, sehingga hasil dari penelitian ini variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut mungkin dikarenakan responden belum mempunyai pengetahuan tentang manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas *mobile banking*.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Seperti variabel persepsi harga, persepsi resiko, kesukarelaan, dan kepercayaan.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil sampel nasabah bank yang sudah menggunakan layanan *mobile banking* sehingga bisa diketahui minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan lebih jelas.
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan responden yang sudah pernah bertransaksi *online*. Karena dalam penelitian ini responden yang belum pernah bertransaksi *online* semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, B. 2014. Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap positif penggunaan layanan Mobile Banking. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Amin, H. 2007. *An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Internet Banking in An Islamic Bank. Labuan Bulletin of International Business & Finance* , Vol. 5, hal. 41-65.
- Amin, H. 2009. *Mobile Wallet Acceptance in Sabah: An Empirical Analysis. Labuan Bulletin of International Business and Finance* , Vol.7, hal. 33-52.
- Amin, H., Hamid, M. R., Lada, S., & Anis, Z. 2008. *The Adoption of Mobile Banking in Malaysia: The Case of Bank Islam Malaysia Berhad (Bimb). International Journal of Business and Society* , Vol.9 ( No.2), hal. 43-53.
- Anendro, I. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap Penggunaan E-money. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Bangkara, R. P., dan Mimba, N. P. 2016. Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , Vol.16 (no.3), hal. 2408-2434.
- 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 program strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Darmayanti, I. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak dalam Menggunakan E-Filling (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang menggunakan E-Filling). Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun (Tidak dipublikasikan).

- Desmayanti, E. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filling Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online dan Realtime. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Dewi, N. M., & Warmika, I. G. 2016. Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* , Vol. 5 (No. 4), hal. 2606-2636.
- Dharma, I. W., & Noviari, N. 2016. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Intensitas Perilaku dalam Penggunaan E-Filing Oleh Wajib Pajak orang Pribadi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , Vol. 17 (No. 2), hal. 1342-1370.
- Fitriana, A. 2015. Analisis TAM terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan layanan Internet Banking BCA. *CSRID Journal* , Vol.7 (No.3), Hal. 135-144.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harlan, D. 2014. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Umkm Di Kota Yogyakarta. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Herlambang, A. D., dan Dewayanti, A. 2018. Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia* , Vol. 12 (No. 01), hal. 48-55.
- Jogiyanto. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., dan Arif, A. 2017. Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang Telah Dimodifikasi (*Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified*). *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* , Volume IV (1), hal. 24-29.

- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. 2015. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 26 (No. 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). Sripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Mujilan, A. 2015. *Sistem Informasi Akuntansi*. diktat, Program Studi Akuntansi Universitas Widya Mandala Madiun.
- Nasution, M. H., dan Sutisna. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap *Internet Banking*. *Jurnal Nisbah*, Vol.1 (No.1), hal. 62-73.
- Nisaputra, R., 2017, Enam Hal Penting Yang Harus Dilakukan Pengguna M-Banking, <http://infobanknews.com/enam-hal-penting-yang-harus-dilakukan-pengguna-m-banking/> diakses pada tanggal 20 Maret 2019.
- Nurmalasari, A. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *T-Cash* pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Skripsi Program Strata-1 Fakulta Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Pricilia, M. S. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi untuk Menggunakan *E-Filling*. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Priyatno, D. 2014. *SPSS 22 Mengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- 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*, V (2), hal. 137-150.
- Ramadhan, R. 2016. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas Dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Bank Syariah Mandiri Surabaya. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.

- Ramadhan, R., dan Herianingrum, S. 2017. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* , 4 (6), hal. 478-492.
- Romadloniyah, A. L., dan Prayitno, D. H. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *E-Money* pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi* , III (2), hal. 699-711.
- Setiawan, S. R. D., 2018, APJII: Paling Rendah, Penggunaan Internet Untuk Layanan Perbankan, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/183000426/apjii--paling-rendah-penggunaan-internet-untuk-layanan-perbankan>. diakses pada tanggal 20 Maret 2019.
- Silvia, M. A. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanudin Makasar.
- Syah, A. L. N., dan Widiyanto, A. 20017. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelaporan SPT Melalui *E-Filling* (Studi Empiris pada KPP Pratama Tegal). *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 17, No. 1, hal. 81-95.
- Tirtana, I., dan Sari, S. P. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. *Seminar Nasional dan Call Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS* , hal. 671-688.
- Wang, Y.-S., Wang, Y.-M., Lin, H.-H., dan Tang, T.-I. 2003. *Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study*. *International Journal of Service Industry Management (Online Journal From Proquest)*, Vol.14, Iss.5 , hal. 501-519.
- Wibiadila, I. 2016. Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking*. Skripsi Program Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wibisono, L. T., dan Toly, A. A. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak dalam Penggunaan *E-Filling* di Surabaya. *Tax & Accounting Riview* , 4 (1), hal. 1-15.