

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Penyabungan. Hal ini dapat dilihat dari nilai T_{hitung} variabel persepsi kemudahan (X1) sebesar 4,149 dengan nilai signifikan sebesar 0,003 sedangkan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (df) = $N-2$ ($100-2$) = 98 adalah sebesar 1,660 pada taraf signifikan 0,05. Maka dari hasil tersebut nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,149 > 1,660$) dan nilai signifikan ($0,003 < 0,005$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan (X1) terhadap Minat Nasabah (Y) yang artinya apabila persepsi kemudahan yang diberikan kepada nasabah semakin baik dan mudah maka minat dari nasabah untuk menggunakan mobile banking juga akan semakin tinggi.
2. Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Penyabungan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} Persepsi manfaat (X2) adalah sebesar 3,286 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 sedangkan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (df) = $N-2$ ($100-2$) = 98 adalah sebesar 1,660 pada taraf signifikan 0,05. Maka dari hasil tersebut nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,286 > 1,660$) dan nilai signifikan ($0,002 < 0,005$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya semakin baik persepsi manfaat yang dirasakan para nasabah saat menggunakan mobile banking akan semakin banyak pula nasabah yang menggunakan mobile banking tersebut.
3. Persepsi Kenyamanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Penyabungan. Dari hasil penelitian yang dilakukan secara

parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} Persepsi kenyamanan (X3) adalah sebesar 3,235 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. sedangkan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (df) = N-2 (100-2) =98 adalah sebesar 1,660 pada taraf signifikan 0,05. Maka dari hasil tersebut nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,235>1,660) dan nilai signifikan (0,002<0,005). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya apabila persepsi kenyamanan dari *mobile banking* yang digunakan para nasabah lebih mudah digunakan maka minat nasabah untuk beralih menggunakan *mobile banking* juga akan semakin banyak pula nasabah yang menggunakan *mobile banking*

4. Persepsi Kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Penyabungan. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan secara simultan yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 8,474 pada taraf signifikan 5% (=0,05). Adapun F_{tabel} diperoleh 3,09 Dengan demikian nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (8,474> 3.09) dengan nilai signifikansi <0,05 (0,002< 0,005) yang bermakna bahwa variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2) dan Persepsi Kenyamanan (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat nasabah (Y).

B. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian diatas, dalam penelitian ini ada beberapa saran sebagai berikut :

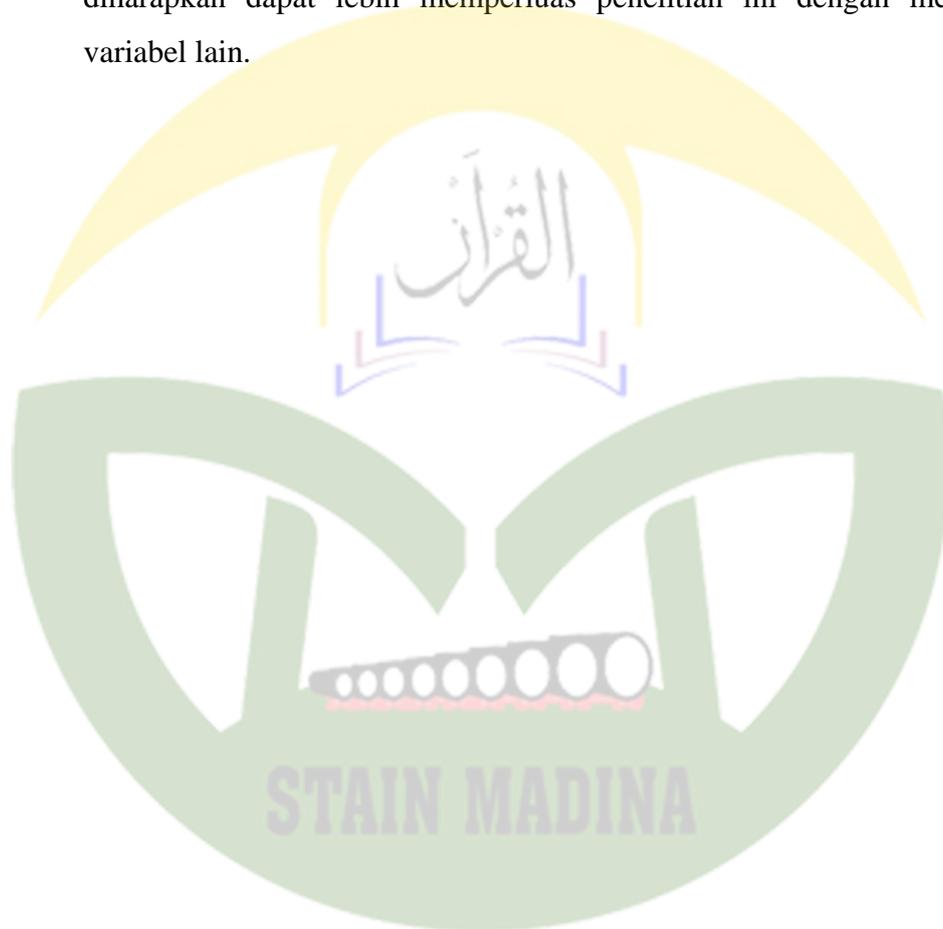
1. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan

Dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kenyamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan. maka diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan maupun informasi dalam memajukan kualitas Bank Syariah Indonesia Panyabungan terkhusus kebijakan kebijakan mengenai mobile banking yang telah digunakan. Sehingga dapat lebih mengembangkan

mobile banking dan lebih memberikan memudahkan serta kenyamanan para nasabah dalam menggunakannya

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini menjadi referensi sehingga dapat menambah pengetahuan kepada peneliti tersebut. Selain itu juga diharapkan dapat lebih memperluas penelitian ini dengan menambah variabel lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani Karina Moeliono. *Analisis FaktorFaktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung*. Jurnal Bisnis Dan Iptek. Volume 10. Nomor 2. Oktober 2017.
- Imam Sugih Rahayu, *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia. Volume 5. No 2. Desember 2015.
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015).
- Yaufi Andriyano. *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 Edisi 2. Tahun 2016.
- Nazar, M.R dan Syahrani, 2008. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*. Program Pasca Sarjana Universitas Gajah mada Yogyakarta.
- Tjini, Sartika S.A., dan Baridwan Zaki. 2013. *Pengaruh kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, cetakan pertama, Jakarta: PT Elex Media Komputi: 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktis*, (Jakarta Barat: PT Indeks, 2009).
- V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2014).

- Wijinur Astuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Dr. Kasmir, *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik*. Jakarta : Rajawali Pers. 2017.
- Burhan bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmuilmu Sosial Lainnya*, 2017, Jakarta: KENCANA.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Muhammad Fadli, Rudy Fachruddin, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Pengguna Mobile Banking Bank Umum di Kota Banda Aceh*. Vol 1. No. 2016.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal EkonoI Islam*, 2(3), 7.
- Ridwan, *Pengantar Statistik Sosial*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2014) h. 24.
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang : Badan Penerbitan Univesitas Diponegoro, 2006.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 68.
- Riswandi, Budi Agus, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2015). h .83.