

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang dilakukan terhadap mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan layanan *mobile banking* bank Mandiri KCP Palembang. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi mengenai manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank Mandiri. Hal ini ditunjukkan pada nilai korelasi sebesar 0,374 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0.05 dan nilai t-hitung sebesar 3,472 lebih besar dari 1,291.
2. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank Mandiri. Hal ini ditunjukkan pada nilai korelasi sebesar 0,396 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0.05 dan nilai t-hitung sebesar 2,964 lebih besar dari 1,291.
3. Persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank Mandiri KCP Palembang. Hal ini diperoleh berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,237 yang artinya variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel dependen sebesar 23,7 persen, sedangkan sisanya sebesar 76,3 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi. Serta nilai hasil uji F (Simultan) dengan F hitung yaitu sebesar 12,866 lebih besar dari F tabel 3,107 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05

5.2 SARAN

1. Bagi pihak bank diharapkan dapat mengembangkan produk layanan *mobile banking*. Misalnya membuat fitur yang lebih sederhana lagi dan mudah untuk dipahami oleh penggunanya, serta memberikan info secara tertulis

kepada pengguna layanan *mobile banking* mengenai penggunaan *mobile banking*, dengan demikian pelayanan *mobile banking* akan menjadi semakin lebih efektif dan optimal bagi penggunaannya.

2. Bagi pihak Bank Mandiri agar tetap mempertahankan dan mengoptimalkan manfaat dari layanan *mobile banking* ini, karena variabel persepsi manfaat pada penelitian ini sudah memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank Mandiri, dengan menambahkan fitur-fitur lain yang tidak ada pada *mobile banking* bank lain.
3. Untuk penelitian selanjutnya, variabel-variabel yang mempengaruhi persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dapat ditambahkan. Misalnya pengaruh persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan persepsi privasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadlan Abi, Rizki Yudhi Dewanatara (2018). "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *mobile Banking*". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 62 No. 1, September 2018. Diakses pada 25 Februari 2020 pukul 15:30 WIB
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pert
- Arif Wibowo. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)**.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler dan Keller. 2009. *Maajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Andriyano, Y., & 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 Diakses pada 25 Februari 2020 pukul 12:50 WIB
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* Di Kota Denpasar". *vol. 5*. Diakses pada 2 Februari 2020 pukul 09:30 WIB
- Fadlan, A., & 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 (JAB)*, vol. 62. Diakses pada 23 Januari 2020 pukul 12:45 WIB
- Laksana, G. (2015). "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)". *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, vol. 26. Diakses pada 25 Februari 2020 pukul 15:00 WIB

Rahayu, I. S. (2016). "Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)". *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, volume. 5. Diakses pada 25 Februari 2020 pukul 15:35 WIB

Abdul Muhid, Analisis Statistik SPSS for Windows: Cara Praktis Melakukan Analisis Statistik, Surabaya: CV Duta Aksara, 2010.

Arifin, J. (2017). SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi. Jakarta: Kelompok Gramedia.

Jogianto. (2008). *Sistem Teknologi Informasi Edisi III*. Yogyakarta: Andi.

Amijaya, G.R. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Manajemen*. Universitas Diponegoro.

Website: <https://www.doesenpendidikan.co.id/pengertian-populasi-menurut-para-ahli/>. Diakses pada 03 Maret 2020 pukul 15:45

Website: <https://Sharingvision.com/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia/>. Diakses Pada 06 Juni 2020 pukul 16:30