

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah ditentukan oleh penulis yang berjudul persepsi kemudahan, manfaat dan risiko terhadap minat pengguna produk *internet banking* pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan hasil analisis sebagai berikut:

1. Secara simultan ketiga variabel (persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna produk *internet banking* Studi Kasus Pada Bank PT BRI Kantor Cabang A.Rivai Palembang. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 32.761 lebih besar daripada F_{tabel} 2.700, hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko berpengaruh signifikan secara bersama-sama/simultan terhadap minat pengguna produk *internet banking* pada nasabah bank PT BRI Kantor Cabang A.rivai Palembang.
2. Dari ketiga variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat pengguna produk *internet banking* Studi Kasus pada Bank PT BRI Kantor Cabang A.Rivai Palembang adalah hanya variabel kemudahan dan variabel risiko (X_3) hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien regresi yang nampak senilai koefisien 0.05% yaitu masing-masing senilai X_1 sebesar 0.025 dan sebesar X_3 0.000.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka dapat diberikan beberapa saran berikut:

1. Bagi Bank

Bank diharapkan untuk selalu memperbaharui perawatan maupun pertahanan (*maintenance*) sistem *internet banking* yang digunakan baik dari

segi jenis transaksi maupun tampilan sistem (*interface*) agar semakin memberikan manfaat langsung, mengurangi tingkat kesulitan maupun kerumitan transaksi dan mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi menggunakan *internet banking*. Bank juga diharapkan mampu meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan pada bisnis perbankan *online* dengan memperkuat ketahanan sistem sehingga nasabah merasakan manfaatnya seperti keamanan dan privasinya dapat terjaga ketika menggunakan *internet banking*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memberikan informasi bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko memberikan sumbangan sebesar 51,7% sisanya terhadap Penggunaan *Internet Banking*. Sedangkan 48,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Daya Guna, Kepercayaan dan sebagainya Terhadap Minat Pengguna Produk *Internet Banking*. Selain itu, hasil survei yang dilakukan pada Bank BRI Kantor Cabang A.Rivai menunjukkan bahwa faktor Keamanan dan Privasi merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Oleh karena itu, hendaknya dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel Keamanan dan Privasi yang terkait dengan Penggunaan *Internet Banking*. Penelitian yang selanjutnya juga disarankan untuk mengkategorikan responden dengan lebih spesifik, yaitu nasabah aktif pengguna *internet banking* yang kegiatannya membutuhkan ketersediaan layanan perbankan yang tidak terbatas pada jam operasional kerja bank sehingga hasil penelitian dapat lebih fokus dan spesifik.