

## BAB 5

### KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan. Dengan demikian, diketahui bahwa persepsi manfaat mampu memberikan pengaruh terhadap pengguna *mobile banking*. Hal ini berarti Ketika pengguna *mobile banking* memiliki persepsi manfaat yang tinggi maka pengguna *mobile banking* akan meningkatkan penggunaannya, sehingga H1 diterima
- b. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan. Dengan demikian diketahui bahwa persepsi kemudahan mampu memberikan pengaruh terhadap pengguna *mobile banking*. Hal ini berarti Ketika pengguna *mobile banking* memiliki persepsi kemudahan yang tinggi maka pengguna *mobile banking* akan meningkatkan penggunaannya, sehingga H2 diterima.

#### 5.2 Keterbatasan

- 1) Pada penelitian ini ditemukan keterbatasan yaitu nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) yang cukup tinggi yaitu 0,603 atau 60,3%. Artinya bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan tidak hanya variabel yang ada dalam penelitian ini, masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan.
- 2) Penelitian ini menggunakan *google form* untuk pengambilan data sehingga tidak bisa mengisi kondisi data sebenarnya.
- 3) Penelitian ini tidak mengelompokkan responden berdasarkan jangkauan wilayah penelitian sehingga responden tidak mewakili masing-masing wilayah.

- 4) Penelitian ini tidak memperhatikan jenis *mobile banking* yang digunakan oleh responden

### **5.3 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diusulkan untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan dapat menambahkan variabel bebas di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini, karena masih banyak faktor-faktor lain seperti persepsi keamanan (Rahmawati dan Yuliana, 2020; Pitura, Rachma, dan Rahman, 2022; Harminingtyas dan Susetyarsi 2023); promosi (Latief dan Dirwan, 2020; dan Widiyanti, 2020); resiko (Ningsih, Sasmita, dan Sari, 2021); kenyamanan (Dirwan, 2022).

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)* Volume 4 Nomor 2
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, [online] 13(3), hal 319-340. Tersedia di <https://www.jstor.org/stable/249008>
- Dirwan, D. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323-332.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program (IBM SPSS 25)*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, W. P. P. (2023). The UTAUT Implementation Model in Defining the Behavioral Intention of Mobile Banking Users. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(2), 361-377.
- Harminingtyas, R., & Susetyarsi, T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Pengguna E-Wallet Pada Masyarakat Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(3), 390-395.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2016), “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e Global Edition*. England. Pearson.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 1-9.

- Pitura, R. C., & Rachma, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopeepay Di Kalangan Generasi Millenial (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(25).
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157-168.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670-680.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2020. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54-68.
- Widyawati, F., & Handayani, W. P. P. (2022). Analisis Niat Untuk Menggunakan Aplikasi Bella Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Surakarta Management Journal*, 4(2), 93-100.
- Widjana, Mahardika Aditya. (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya. Thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
- Tjiptono, Fandy, 2020. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta