

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking*, Persepsi Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking*, Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking*, serta Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat yang Dirasakan, dan Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking* dengan objek penelitian yaitu Mahasiswa rumpun Ilmu Akuntansi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 179 mahasiswa kemudian dilakukan *Stratified Random Sampling* dengan kriteria-kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel sebanyak 124 mahasiswa. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Niat menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat yang Dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi.

4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara serentak variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat yang Dirasakan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil pengujian dan kesimpulan di atas, terdapat beberapa implikasi penting yang dapat diambil dari penelitian ini terkait dengan niat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi:

1. Persepsi Kemudahan

Implikasi dari hasil pertama adalah bahwa variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ini bisa menunjukkan bahwa walaupun kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* mungkin penting, faktor ini tidak menjadi pendorong utama bagi mahasiswa Akuntansi dalam memutuskan untuk mengadopsi layanan tersebut. Implikasi ini mungkin mengindikasikan bahwa aspek kemudahan dalam penggunaan perlu ditingkatkan atau bahwa adanya faktor-faktor lain memiliki pengaruh yang lebih besar dalam membentuk niat penggunaan *mobile banking*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji mengenai faktor lain dalam niat penggunaan *mobile banking* sehingga bisa ditemukan hasil lain yang mengungkap hubungan antara variabel terkait, dan mampu dipergunakan selaku bahan informasi serta bahan pengembangan penelitian berikutnya.

2. Persepsi Manfaat yang Dirasakan

Implikasi dari hasil kedua adalah bahwa variabel persepsi manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa Akuntansi cenderung menggunakan *mobile banking* jika mereka merasa bahwa layanan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi mereka, seperti kemudahan akses ke informasi keuangan, efisiensi transaksi, atau fitur-fitur lainnya yang bermanfaat.

3. Kepercayaan

Implikasi dari hasil ketiga adalah bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan, integritas, dan reliabilitas layanan *mobile banking* memiliki dampak yang kuat dalam membentuk niat mereka untuk menggunakannya. Implikasi ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kepercayaan terhadap layanan *mobile banking* dapat mempengaruhi adopsi oleh mahasiswa Akuntansi.

4. Pengaruh Serentak antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan.

Implikasi dari hasil keempat adalah bahwa secara bersama-sama, ketiga

variabel yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ini mengindikasikan bahwa adopsi *mobile banking* oleh mahasiswa Akuntansi dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor ini. Implikasi ini menekankan pentingnya menggabungkan aspek kemudahan, manfaat yang dirasakan, dan upaya untuk membangun kepercayaan guna meningkatkan adopsi layanan *mobile banking*.

5. Peran edukasi dan komunikasi yang efektif artinya penelitian ini sebagai upaya komunikasi dan mengedukasi kepada masyarakat mengenai layanan *mobile banking* yang penggunaannya dapat memberikan manfaat yang banyak dan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, dalam hal ini transaksi non tunai.
6. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi manajemen Bank sebagai penyedia layanan *mobile banking* guna mempertahankan serta mengembangkan layanan *mobile banking* secara kreatif, efektif dan efisien serta sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menilai penerimaan konsumen atas aplikasi *mobile banking* agar dapat mendorong niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Tentunya, setiap penelitian memiliki keterbatasan yang perlu diakui agar hasilnya dapat diinterpretasikan dengan benar. Dalam konteks penelitian niat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi, berikut

adalah dua keterbatasan yang mungkin ada:

1. Populasi dan Sampel yang terbatas

Keterbatasan dalam generalisasi menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Penelitian ini mungkin hanya dilakukan pada populasi tertentu, yaitu mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi..

2. Keterbatasan dalam Pengumpulan Data

Penelitian ini mungkin menggunakan metode pengumpulan data tertentu, seperti kuesioner, dan wawancara. Metode-metode ini memiliki keterbatasan tersendiri, misalnya, dalam hal validitas jawaban atau subjektivitas interpretasi. Selain itu, penelitian mungkin juga hanya mengandalkan data yang diperoleh dari responden tanpa mendapatkan data tambahan dari sumber lain, seperti catatan transaksi sebenarnya atau pengalaman pengguna lain.

3. Variabel dan Indikator yang digunakan terbatas

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada peneliti yang ingin melanjutkan studi tentang niat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi:

1. Penelitian dengan Sampel yang Lebih Representatif

Penelitian selanjutnya dapat mengamplifikasi cakupan sampel dengan melibatkan mahasiswa Akuntansi dari berbagai universitas atau institusi.

Dengan melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam, rekomendasi yang dihasilkan dapat lebih umum dan dapat memberikan wawasan yang

lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan *mobile banking*, seperti kemudahan dalam penggunaan, manfaat yang dirasakan, kompleksitas, kepercayaan, kenyamanan, daya guna, resiko, kemampuan akses dan lain sebagainya. Dengan demikian, kesimpulan yang diambil memiliki relevansi yang lebih besar dan bisa lebih luas dalam pengaplikasiannya.

2. Menganalisis Perilaku Aktual Penggunaan

Selain mengukur niat penggunaan, penelitian selanjutnya dapat lebih fokus pada perilaku aktual penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Akuntansi. Misalnya, pengumpulan data mengenai frekuensi penggunaan, jenis transaksi yang dilakukan, dan interaksi dengan fitur-fitur tertentu akan memberikan pemahaman yang lebih detail tentang bagaimana penggunaan sebenarnya terjadi. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan menggunakan metode campuran atau menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Hal ini akan memungkinkan peneliti untuk membandingkan antara niat dan perilaku sebenarnya, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perbedaan diantara keduanya. Sehingga, interpretasi hasil penelitian bisa menjadi lebih kaya dan akurat.

3. Gunakan variabel yang lebih banyak dan terbaru

Variabel dan indikator yang digunakan sebaiknya lebih jelas, terbaru, dan diperbanyak guna memberikan gambaran yang lebih luas dan spesifik terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan

mobile banking. Misalnya, faktor kompleksitas, kemudahan dalam penggunaan, manfaat yang dirasakan, kepercayaan, kenyamanan, daya guna, resiko, kemampuan akses dan lain sebagainya.

4. Pentingnya Faktor Psikologis dalam Menggagas Adopsi *Mobile Banking*

Hasil menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan secara berpengaruh dalam membentuk niat penggunaan *mobile banking*. Ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek psikologis seperti persepsi dan keyakinan individu memiliki peran yang krusial dalam membentuk sikap dan keputusan penggunaan layanan perbankan digital. Sehingga, bagi peneliti berikutnya sebaiknya membahas mengenai bagaimana penyedia layanan perbankan digital harus berfokus pada merancang antarmuka yang intuitif, menyajikan manfaat yang jelas, dan memberikan rasa aman yang kuat dalam transaksi keuangan.

5. Pentingnya meningkatkan kemampuan literasi digital

Hasil Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya guna komunikasi dan mengedukasi kepada mahasiswa mengenai kemudahan akses, manfaat yang diperoleh, dan rasa kepercayaan terhadap *mobile banking* akan memiliki dampak positif terhadap niat penggunaan. Sehingga, di penelitian selanjutnya perlu membahas lebih dalam terkait cara bagaimana penyedia layanan perbankan perlu mengkomunikasikan secara efektif terkait penggunaan *mobile banking* yang dapat membantu dalam aktivitas keuangan sehari-hari, menghemat waktu dan biaya, serta memberikan akses mudah kepada informasi keuangan.

6. Pentingnya Keamanan dan Integritas

Hasil yang menunjukkan pengaruh signifikan dari faktor kepercayaan terhadap niat penggunaan *mobile banking* sehingga hal ini juga menegaskan pentingnya membangun dan mempertahankan tingkat keamanan dan integritas yang tinggi dalam layanan ini. Penelitian selanjutnya mungkin mungkin lebih memperdalam terkait dengan penyedia layanan perbankan digital harus terus meningkatkan sistem keamanan, menjaga privasi pengguna, dan menjalankan praktik terbaik untuk membangun kepercayaan yang kuat dari pengguna.

7. Pentingnya Pengalaman Pengguna yang Positif

Hasil pengujian secara serentak menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi niat penggunaan *mobile banking*. Oleh karena itu, sebaiknya penelitian selanjutnya membahas terkait bagaimana penyedia layanan perbankan perlu terus berinovasi untuk memberikan pengalaman pengguna yang positif, intuitif, dan memberikan manfaat nyata. Penggunaan teknologi yang canggih dan fitur-fitur yang relevan akan membantu meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat niat penggunaan layanan ini.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi ini, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan studi yang lebih komprehensif dan mendalam tentang niat dan perilaku penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa rumpun ilmu Akuntansi. Hal ini akan memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam pemahaman tentang adopsi teknologi di kalangan mahasiswa serta membantu pengembangan strategi yang lebih tepat untuk mendorong adopsi *mobile banking* yang lebih luas.

