

BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan dari studi ini setelah melakukan serangkaian pengujian dan analisis, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. *Perceived Ease of Use* Memiliki pengaruh signifikan kepada *Perceived Usefulness* menunjukkan bahwa nasabah bank jatim merasa jconnect mobile banking bank jatim mudah digunakan, maka nasabah merasa bahwa layanan mobile banking bank jatim berguna bagi mereka.
2. *Perceived Usefulness* berpengaruh Signifikan kepada *Attitude Toward Using* menunjukkan jika kegunaan layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan dampak sikap yang positif bagi nasabah bank jatim.
3. *Perceived Ease of Use* Mempunyai pengaruh yang signifikan kepada *Attitude Toward Using* sehingga memberikan gambaran jika kemudahan dalam layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan dampak yang positif bagi nasabah bank jatim.

4. *Perceived Usefulness* Tidak mempunyai pengaruh kepada *Behavioral Intention* menunjukkan bahwa beberapa nasabah merasa kegunaan pada jconnect mobile banking bank jatim masih belum terpenuhi dan mempengaruhi pada minat penggunaan jconnect mobile banking bank jatim.
5. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan pada *Behavioral Intention* menunjukkan bahwa nasabah merasa kemudahan pada layanan jconnect mobile banking bank jatim maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk terus menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim.
6. *Attitude Toward Using* Mempunyai pengaruh signifikan ada *Behavioral Intention* menunjukkan bahwa sikap positif nasabah bank jatim maka akan mempengaruhi minat penggunaan layanan jconnect mobile banking bank jatim.
7. *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* menunjukkan bahwa nasabah merasa bahwa layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan manfaat yang membuat nasabah menikmati sehingga akan yakin dan terus menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim.
8. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan kepada *Behavioral Intention* melalui *Attitude Toward Using* menunjukkan bahwa nasabah

merasa bahwa layanan jconnect mobile banking bank jatim memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang membuat nasabah menikmati sehingga akan yakin dan terus menggunakan layanan jconnect mobile banking bank jatim.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penulis mengharapkan agar Bank Jatim di wilayah Surabaya dapat meningkatkan kualitas layanan dari aplikasi mobile banking JConnect. Hal ini diharapkan dapat menjaga tingkat kepuasan nasabah, sehingga mereka tetap tertarik dan aktif menggunakan layanan dari mobile banking JConnect..
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar model yang dipakai dalam studi ini dapat diperluas lebih lanjut. Penulis diharapkan dapat mempertimbangkan penambahan variabel selain *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, yang mungkin mempunyai pengaruh pada Y nasabah Bank Jatim di Surabaya..

4.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti berusaha untuk mengikuti prosedur ilmiah yang benar, namun mempunyai beberapa keterbatasan. Salah satunya adalah ketidakmendapatkan izin dari pihak Bank Jatim untuk mengakses data jumlah nasabah yang terdaftar di JConnect Mobile Banking, karena hal tersebut dianggap sebagai informasi privasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. K., Hassan, H. A., Asif, J., Ahmed, B., Hassan, F., & Haider, S. S. (2018). Integration of TTF, UTAUT, and ITM for mobile Banking Adoption. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 4(5), 375–379. <https://doi.org/10.22161/ijaems.4.5.6>
- Adhiputra, M. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta, Bali*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. Pw. P. R., & Warshaw, P. R. (1989). *Use acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models*. 982–1003.
- Driediger, F., & Bhatiasevi, V. (2019). Online grocery shopping in Thailand: Consumer acceptance and usage behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 224–237. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.02.005>
- Faisal, M., & Kraugusteeliana. (2019). *Analisis Behavioral Intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja)*. 1–11.
- Fatmawati, D., Soebandhi, S., & Baktiono, A. (t.t.). *PENGARUH RELEVANCE, PERCEIVE USEFULNESS, PERCEIVE EASE OF USE PADA SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN LAYANAN SISTEM INFORMASI E-DISHUB SURABAYA*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis. Exploratory data analysis in business and economics*.
- Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Hussein, Z. J. P. C. S. (2017). *Leading to intention: The role of attitude in relation to technology acceptance model in e-learning*. 159–164.
- I Gnj, A. W., & Gakg, S. (t.t.). *THE ROLE OF ATTITUDE TOWARD USING MEDIATES THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE OF USE ON BEHAVIORAL INTENTION TO USE*. <https://www.merdeka.com/events/pejuang-di-bali-jadi-suspicious-korupsi-dana-upacara->
- Imam Ghozali. (2008). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (1st ed.)*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*.
- Juliani, G., Taruna, N., Sibarani, M. A., & Yenny, Y. (2021). Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology