

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dengan SPSS V25 dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya terkait dengan Faktor-faktor dan Persepsi Dalam Menggunakan *Mobile Banking* terhadap Minat Nasabah, maka kesimpulan akan disampaikan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dikarenakan keefesienan yang dialami oleh nasabah ketika bertransaksi menggunakan Mbanking.
2. Persepsi Kemanfaatan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dikarenakan manfaat yang didapatkan dari aplikasi Mbanking tersebut masih kurang berguna dalam membantu aktivitas perbankan.
3. Keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dikarenakan tingkat sekuritas data yang masih kurang sehingga mudah diretas oleh pihak *scamming*.
4. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dikarenakan pelayanan dari pihak perbankan yang masih baik, reputasi atau sejarah bank yang masih baik, dan rekomend dari orang sekitarnya.
5. Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah

6. dikarenakan keempat hal tersebut merupakan golongan utama dalam mendukung minat nasabah.

5.2 Saran

Terkait dengan kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka adapun saran yang dapat disampaikan dalam penyempurnaan penelitian ini yang pada masa mendatangnya khusus bagi mahasiswa prodi akuntansi adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dirancang dalam menambah wawasan yang berhubungan dengan Faktor - faktor dan persepsi dalam menggunakan mobile banking terhadap minat nasabah untuk melihat keterkaitan hubungan antara keduanya.
2. Penelitian ini hanya menerapkan sistem kuisioner dalam rangka mendapat sumber data. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperoleh sumber data melalui wawancara sebagai instrumen penelitian.
3. Untuk penelitian lebih lanjut disarankan untuk menambah variabel yang lebih berkaitan dalam mempengaruhi Faktor – faktor dan Persepsi dalam Menggunakan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah.