

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong . Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong . Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil peneitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Perceived Ease Of Use* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong . Artinya peran *Perceived Ease Of Use* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong .
2. *Perceived Usefulness* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong . Artinya peran *Perceived Usefulness* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap Keputusan

Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang .

3. *Trust* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang . Artinya peran *Trust* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang .
4. *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* mempunyai pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang . Artinya peran ketiga variable dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang .

5.2. Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* dan Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang .
2. Variabel yang diteliti masih dirasa belum cukup untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang , sehingga untuk penelitian lebih lanjut perlu menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang .

5.3. Implikasi

Saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi Bank Jateng KCP Gombong yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Jateng KCP Gombong diharap untuk memperhatikan *Perceived Ease Of Use* pada pengguna *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong. Kemudahan yang harus ditingkatkan dalam penggunaan *mobile banking* seperti yang kecepatan dalam bertransaksi, tingkatkan dalam upaya meminimalisir gangguan trobel sistem pada *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong.
2. Bagi Bank Jateng KCP Gombong diharap untuk memperhatikan *Perceived Usefulness* pada pengguna *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong , sehingga mampu meningkatkan kinerja pekerjaannya. Upaya yang seharusnya dilakukan Bank Jateng KCP Gombong dengan cara meningkatkan Performa pada aplikasi *mobile banking* dengan cara menambah fitur untuk meningkatkan aktifitas pada saat bekerja.

3. Bagi Bank Jateng KCP Gombong diharap untuk memperhatikan *Trust* pada pengguna *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombong , sehingga mampu meningkatkan kepercayaan terhadap aplikasi *Mobile Banking*. Upaya yang seharusnya dilakukan Bank Jateng KCP Gombong dengan cara meningkatkan Performa keamanan pada aplikasi *mobile banking* sehingga nasabah merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* untuk meningkatkan aktifitas pada saat bekerja.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombong Cabang Kebumen.

Menurut Davis, et al (2017), mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkatan seseorang percaya diri bahwa dengan menggunakan sistem tertentu, itu dapat menuntut mereka lebih sedikit usaha atau dengan kata lain memudahkan pekerjaannya. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *Perceived Ease Of Use* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmani (2023), hasil penelitian membuktikan bahwa *Perceived Ease Of Use* memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan Keputusan Menggunakan *mobile banking*. Artinya *Perceived Ease Of Use* mempunyai hubungan untuk meningkatkan Keputusan Menggunakan *mobile banking* pada Bank Jateng KCP Gombang.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombang . Menurut Alalwan (2016), *Perceived Usefulness* adalah seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *Perceived Usefulness* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombang, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maulidiyah (2017), hasil penelitian membuktikan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan Keputusan Menggunakan *mobile banking*. Artinya *Perceived Usefulness* mempunyai hubungan untuk meningkatkan Keputusan Menggunakan *mobile banking*.

3. Pengaruh *Trust* terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombong.

Kepercayaan terhadap objek, atribut, dan manfaat menunjukkan persepsi konsumen dan karena itu, umumnya kepercayaan seseorang konsumen berbeda dengan konsumen lainnya. Kepercayaan tersebut mewakili asosiasi yang konsumen bentuk di antara objek, atribut, dan manfaat didasarkan pada atas proses pembelajaran kognitif (Mulyadi et al., 2018). Hubungan pengaruh variabel *trust* terhadap keputusan menggunakan mobile banking dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hisyam (2022), hasil penelitian membuktikan bahwa *Trust* memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan Keputusan Menggunakan *mobile banking*.

