

BAB VI

Kesimpulan

6.1.1 Penemuan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap nilai efektifitas dan efisiensi dari aplikasi mobile banking di Indonesia dalam hal ini Bank daerah Nusa Tenggara Timur selaku objek penelitian dengan menggunakan model UTAUT2 mengemukakan bahwa :

1. Dari ke empat hipotesis yakni Performance Expectancy, Price value , Facilitating Conditions, dan Effort Expectancy yang di relasikan dengan nilai efektifitas dan efisiensi memiliki pengaruh yang positif meningkatkan keinginan pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi mobile banking tersebut.
2. Dari ke tiga hipotesis yang direlasikan dengan perilaku pengguna yakni Hedonic Motifations, Hobit, dan social influence, hanya social influence yang menunjukan nilai positif atau berpengaruh terhadap perilaku pengguna.
3. Dalam penelitian yang di lakukan di Indonesia khususnya bank daerah Nusa Tenggara Timur menunjukan bahwa nilai harga dan fasilitas merupakan poin yang paling memberikan dampak terhadap pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi *M-banking*.

4. Sementara nilai efisiensi dan efektivitas sendiri memiliki menunjukkan nilai positif atau berpengaruh pada perilaku pengguna untuk kembali menggunakan atau ikut menggunakan aplikasi mobile banking tersebut.

6.1.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap penggunaan aplikasi mobile banking bagi nasabah atau pengguna adalah:

1. Mempublikasikan nilai efektivitas, efisiensi serta keamanan dalam bertransaksi kepada nasabah sehingga dapat mempengaruhi nasabah lain untuk ikut menggunakan aplikasi mobile banking.
2. Terus berinovasi dalam pengembangan fasilitas dalam aplikasi tersebut sehingga benar-benar sesuai dengan tingkat kebutuhan nasabah.
3. Mengemas tampilan mobile banking sehingga mudah dipelajari oleh pengguna,
4. Mengoptimalkan tingkat kepuasan pengguna sehingga pengguna merasa perlu untuk merekomendasikan penggunaan aplikasi tersebut kepada nasabah lain yang belum menggunakan.

6.1.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti menyarankan :

1. Dalam penelitian berikut dapat pula menambahkan beberapa factor lain seperti Nilai Kepercayaan dan kegelisahan karena nilai kepercayaan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan keinginan pengguna untuk kebalik menggunakan aplikasi tersebut, sedangkan nilai kegelisahan merupakan factor resiko yang perlu dipertimbangkan untuk ikut di masukan dalam penelitian berikut karenan dalam menjalankan aplikasi pengguna juga pernah mengalami permasalahan yang di sebabkan oleh jaringan atau perangkat keras yang di gunakan.
2. Dengan menggunakan metode UTAUT2 peneliti lain dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan dalam menganalisa aplikasi lain seperti E-Tol, E-money maupun mobile wallet atau penelitian lainnya yang mengutamakan kepuasan pelanggan.
3. Seiring dengan perkembangan teknologi, peluang untuk dilakukan pengembangan terhadap aplikasi sangat mungkin untuk terjadi, oleh karena itu perlu untuk dilakukan kajian kembali sehingga dapat lebih jelas mengetahui titik dan arah pengembangan aplikasi yang lebuah baik. Selain itu dengan adanya kajian selanjutnya dapat membantu perusahaan dalam menyukseskan penerapan aplikasi tersebut.

Referensi

- Abdallah, A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). International Journal of Information Management Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers : Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Acheampong, P., Zhiwen, L., Boateng, F., Boadu, A. B., & Acheampong, A. A. (2017). Determinants of Behavioral Intentions of “ Generation - Y ” Adoption and use of Computer-Mediated Communication Tools in Ghana. *British Journal of Interdisciplinary Research*, 8(1).
- Ángel, San Martín, H., & Garcia-De los Salmones, M. del M. H. (2017). Explaining the adoption of social networks sites for sharing user-generated content: A revision of the UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 71, 209–217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.007>
- Argañaraz, À. A., Maçada, A. C. G., Albanese, D. E., & López, M. de los Á. (2013). Impacto de las inversiones en TI en la eficiencia de los bancos argentinos. *Revista de Administração*, 48(1), 128–144. <https://doi.org/10.5700/rausp1078>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Boonsiritomachai, W., & Pitchayadejanant, K. (2017). Determinants affecting mobile banking adoption by generation Y based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model modified by the Technology Acceptance Model concept. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.10.005>

- Chaouali, W., Souiden, N., & Ladhari, R. (2017). Explaining adoption of mobile banking with the theory of trying, general self-confidence, and cynicism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35(September 2016), 57–67.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.11.009>
- Fenu, G., & Pau, P. L. (2015). An analysis of features and tendencies in mobile banking apps. *Procedia Computer Science*, 56(1), 26–33. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.177>
- Hsu, C.-L., Yu, C.-C., & Wu, C.-C. (2014). Exploring the continuance intention of social networking websites: an empirical research. *Information Systems and E-Business Management*, 12(2), 139–163. <https://doi.org/10.1007/s10257-013-0214-3>
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods* 1, 130–149. <https://doi.org/10.1037//1082-989X.1.2.130>
- Macedo, I. M. (2017). Predicting the acceptance and use of information and communication technology by older adults: An empirical examination of the revised UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 75, 935–948. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.013>
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2017). Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective. *Proceedings - 2016 2nd International Conference on Science and Technology-Computer, ICST 2016*, (October), 11–16. <https://doi.org/10.1109/ICSTC.2016.7877340>
- Mohammadi, H. (2015). Computers in Human Behavior A study of mobile banking loyalty in Iran. *COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR*, 44, 35–47.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.015>
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine

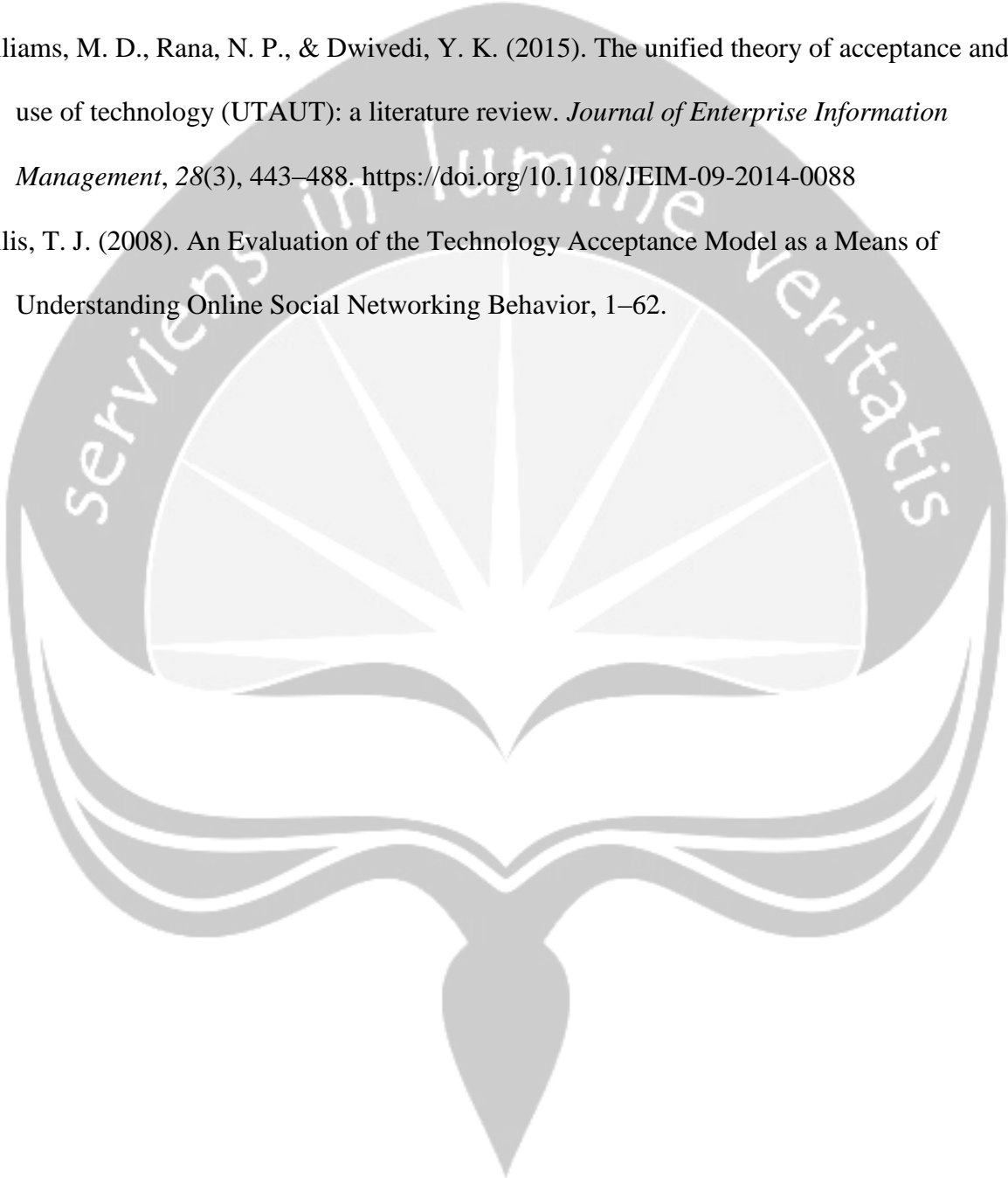
- consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. NY: McGraw-Hill.
- Oliveira, T., Faria, M., & Abraham, M. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption : When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34, 689–703. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Shareef, M. A., Baabdullah, A., Dutta, S., Kumar, V., & Dwivedi, Y. K. (2018). Consumer adoption of mobile banking services: An empirical examination of factors according to adoption stages. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43(December 2017), 54–67. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.03.003>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Source: MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376.

Wang, I. K., Qian, L., & Lehrer, M. (2017). From technology race to technology marathon : A behavioral explanation of technology advancement. *European Management Journal*, 1–11.

<https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.01.006>

Williams, M. D., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(3), 443–488. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2014-0088>

Willis, T. J. (2008). An Evaluation of the Technology Acceptance Model as a Means of Understanding Online Social Networking Behavior, 1–62.



KUESIONER

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI MOBILE BANKING BANK DAERAH NUSA TENGGERA TIMUR MENGGUNAKAN UTAUT2 TAHUN 2018

Biodata:

1. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
2. Umur :Tahun

Pengalaman menggunakan menggunakan aplikasi *mobile banking*:

3. Apakah anda pernah menggunakan aplikasi *mobile banking*?
 - a Ya.
 - b Tidak.
4. *Mobile banking* bank apa yang pernah anda gunakan (*Mobile banking* bank NTT atau bank Lain) ?
5. Berapa kali anda menggunakan *mobile banking* dalam sebulan?
 - a Tidak pernah.
 - b Kurang dari 6 kali.
 - c 6 – 10 kali
 - d 11 – 15 kali.
 - e Lebih dari 15 kali.
6. Seberapa besar tingkat pemahaman anda tentang *mobile banking* ?

Tidak paham 1 2 3 4 5 Sangat paham.

Pernyataan :

Silahkan beri tanda centang pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan pilihan: STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

R = Ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Ekspektasi Pengguna		STS	TS	R	S	SS
1	Saya merasa <i>mobile banking</i> berguna dalam hidup saya					
2	<i>Mobile banking</i> membantu menyelesaikan pekerjaan saya lebih cepat					
3	<i>Mobile banking</i> meningkatkan produktifitas saya					
Ekspektasi Upaya		STS	TS	R	S	SS
1	Saya yakin <i>mobile banking</i> akan sangat mudah untuk dipelajari					
2	<i>Mobile banking</i> sangat jelas dan mudah dipahami					

3	<i>Mobile banking</i> sangat mudah digunakan					
4	Saya akan bisa trampil menggunakan <i>mobile banking</i>					
Pengaruh Sosial		STS	TS	R	S	SS
1	Orang-orang yang dekat dengan saya merasa perlu agar saya menggunakan <i>mobile banking</i>					
2	Orang-orang yang berpengaruh dalam hidup saya merasa perlu agar saya menggunakan <i>mobile banking</i>					
3	Orang-orang yang penting dalam hidup saya merasa perlu agar saya menggunakan <i>mobile banking</i>					
Kondisi Fasilitas		STS	TS	R	S	SS
1	Saya memiliki fasilitas untuk menggunakan <i>mobile banking</i>					
2	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan <i>mobile banking</i>					
3	<i>Mobile banking</i> cocok dengan perangkat teknologi/ <i>smartphone</i> yang saya gunakan					
4	Saya mudah mendapat bantuan dari orang lain ketika saya menemukan kesulitan untuk menggunakan <i>mobile banking</i>					
Motivasi Hedonis		STS	TS	R	S	SS
1	Saya merasa senang menggunakan <i>mobile banking</i>					
2	Saya menikmati menggunakan <i>mobile banking</i>					
3	Saya merasa terhibur menggunakan <i>mobile banking</i>					
Nilai Harga		STS	TS	R	S	SS

1	Harga akses <i>mobile banking</i> terjangkau					
2	<i>Mobile banking</i> akan berharga untuk digunakan					
3	<i>Mobile banking</i> memberikan fungsi yang sepadan sesuai dengan harganya					
Nilai Perilaku		STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan terus menggunakan <i>mobile banking</i>					
2	Saya akan selalu berusaha menggunakan <i>mobile banking</i> dalam kehidupan sehari-hari					
3	Saya berencana untuk menggunakan <i>mobile banking</i> sesering mungkin					
Nilai Efektifitas dan efisiensi						
1	Nilai efektifitas dan efisiensi yang di rasakan dari aplikasi <i>M-banking</i>					
2	Ketergantungan atas nilai efektifitas dan efisiensi dari aplikasi <i>Mobile banking</i>					

Terima Kasih Banyak ☐☐

Paulus Haba Lena