

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil hipotesis pertama diketahui bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Pengaruh tersebut disebabkan kemudahan yang akan diperoleh nasabah dari penggunaan *internet banking*. Sehingga, semakin meningkatnya kemudahan maka akan meningkatkan minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat KCU Kediri.
2. Hasil hipotesis kedua diketahui bahwa kenyamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Pengaruh tersebut disebabkan kenyamanan nasabah terhadap pengaksesan dari penggunaan *internet banking*. Sehingga, semakin meningkatnya kenyamanan maka akan meningkatkan minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat KCU Kediri.
3. Hasil hipotesis ketiga diketahui bahwa efisien memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Pengaruh tersebut disebabkan adanya keuntungan pada efisiensi waktu dalam penggunaan *internet banking*.

Sehingga, semakin meningkatnya efisien maka akan meningkatkan minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat KCU Kediri.

4. Hasil hipotesis keempat diketahui bahwa risiko memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Pengaruh tersebut disebabkan terhadap keamanan dan kerahasiaan sistem *internet banking*. Sehingga, semakin meningkatnya risiko maka akan semakin menurun minat penggunaan *internet banking* di Bank Muamalat KCU Kediri.
5. Hasil hipotesis kelima diketahui bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Pengaruh fitur layanan tersebut disebabkan adanya pengembangan berupa inovasi terhadap kelengkapan fitur pada *internet banking*. Sehingga, semakin meningkatnya fitur layanan maka akan meningkatkan minat penggunaan *internet banking* di bank Muamalat KCU Kediri.
6. Secara bersama-sama atau simultan dapat diketahui dengan Uji F bahwa variabel kemudahan, kenyamanan, efisien, risiko, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Pengaruh tersebut dikarenakan sebelum nasabah minat terhadap penggunaan *internet banking* nasabah akan mempertimbangkan persepsi mereka terhadap kenyamanan apakah kenyamanan yang akan diperoleh dari penggunaan *internet banking* tersebut lebih banyak atau tidak. Tingkat efisien akan mempengaruhi pula minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* atas penghematan waktu dan

tenaga yang dikeluarkan. Tingkat risiko akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* atas keamanan dan kerahasiaan yang diperoleh. Dan fitur layanan yang menjadi pertimbangan nasabah dalam penggunaan atas teknologi *internet banking* sebagai alat transaksinya.

B. Saran

Peneliti di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan beberapa masukan mengenai beberapa hal diantaranya:

1. Bagi Lembaga Bank

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau sebagai sumber informasi bagi lembaga bank dalam menentukan strategi pemasaran untuk menjadikan produk-produk dalam bank sebagai produk yang dapat bersaing dengan produk-produk bank lain dengan cara memberikan kualitas lebih terhadap produk yang dimilikinya, khususnya produk *internet banking* agar lebih diminati para nasabah.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk memperdalam mengenai ilmu manajemen pemasaran. Khususnya referensi bagi mahasiswa di FEBI IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Peneliti berkeinginan dari hasil penelitiannya bisa memberikan tambahan pemahaman mengenai manajemen pemasaran pada *internet*

banking. Peneliti menyarankan kepada peneliti lanjutan untuk dapat lebih mengembangkan kembali mengenai penelitian yang bertemakan pemasaran *internet banking*. Pengembangan ini dapat dilakukan dengan menambah periode penelitian, jumlah sampel, mengganti objek penelitian pada kelembagaan tertentu, mengganti proksi yang digunakan, dan menambah variabel penelitian yang berhubungan mengenai aspek perbankan serta ekonomi sekarang, sehingga dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada pada penelitian ini.