

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di BSM Semarang yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara shared value, komunikasi dan oportunistikk behavior terhadap variabel kepercayaan nasabah pengguna internat banking, oleh karenanya BSM sebagai penyedia layanan internet banking harus selalu mengawasi semua transaksi pada internet banking. Secara hasil uji statistik menunjukkan sebagai berikut:

- 1) Hasil analisa mendapatkan nilai koefisien regresi, nilai ini menggambarkan bahwa antara variabel X dan Y yaitu (shared value, komunikasi dan oportunistikk behavior terhadap variabel kepercayaan nasabah pengguna internat banking) dengan besar 0,703 atau 70,3 %. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa antara variabel shared value, komunikasi dan oportunistikk behavior terhadap variabel kepercayaan nasabah pengguna internat banking terdapat hubungan yang erat dan sifatnya positif atau searah dengan keeratan hubungan 70,3%. Nilai pada *Adjusted R Square* didapatkan koefisien determinasi yang telah disesuaikan antara

variabel X dan Y sebesar 0,468 atau 46,8%. Artinya variabel kepercayaan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel shared value, komunikasi dan oportunistikk behavior sebesar 46,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan kata lain, kontribusi atau pengaruh variabel independen (shared value, komunikasi dan oportunistikk behavior) terhadap variabel dependen (variabel kepercayaan nasabah pengguna internat banking) adalah sebesar 46,8% sedangkan 53,2 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

- 2) Hasil perhitungan *Analysis of Variance* (ANOVA) diketahui bahwa model yang terbentuk mempunyai nilai $F = 10,756$ dengan signifikansi 0,000. Pengujian dengan membandingkan $F_{tabel} = 2,710$ dan $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan demikian diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,756 > 2,710$), serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%). Oleh karena itu bisa dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Jadi dapat ditarik kesimpulan dari uji ini bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel shared value, komunikasi dan oportunistikk behavior terhadap variabel kepercayaan nasabah pengguna internat banking.
- 3) Pengujian variabel X1 dengan membandingkan $T_{tabel} = 1,690$ dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan diketahui bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $4,856 > 1,690$, serta nilai signifikansi $0,008 < 0,05$ (5%). Oleh karena itu bisa dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Dan dikatakan bahwa

ada pengaruh positif dan signifikan antara shared value dengan kepercayaan konsumen, tingkat pengaruhnya sebesar 36,3%.

Adapun pengujian variabel X2 dengan membandingkan $T_{tabel} = 1,690$ dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan diketahui bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu **4,060** $> 1,690$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%). Oleh karena itu bisa dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_1 . Maka dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel komunikasi dengan kepercayaan konsumen. Dengan tingkat pengaruhnya sebesar 34,4%.

Sedangkan pengujian variabel X3 dengan membandingkan $T_{tabel} = 1,690$ dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan diketahui bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu **3,920** $> 1,690$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%). Oleh karena itu bisa dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_1 . Maka dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel oportunistik behaviour dengan kepercayaan konsumen. Dengan tingkat pengaruhnya sebesar 24,4%.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil pengolahan data dan pembahasan, saran-saran yang dapat penulis berikan :

1. Untuk saat ini memang benar bahwa perkembangan teknologi informatika sangat berkembang pesat. Hal ini tidak terlepas dari

meningkatnya perekonomian Negara yang bergerak positif dan cenderung naik. Indonesia merupakan salah satu dari tiga Negara di kawasan Asia yang sanggup mempertahankan perekonomiannya dikala terjadi krisis keuangan global akhir 2008 lalu. Maka diperlukan pengembangan produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dimana tingkat mobilitas mereka sangat tinggi.

2. Seiring makin maraknya kejahatan *cyber*, para nasabah dituntut untuk semakin waspada terhadap kejahatan pada wilayah ini karena begitu rapi dan terorganisasi dengan baik oleh para pelaku kejahatan.
3. Bank Syari'ah Mandiri diharapkan meningkatkan profesionalismenya dengan berlandaskan ketentuan syari'ah. Karena dua hal inilah yang melatar belakangi nasabah semakin solid. Peningkatan kualitas teknologi yang baik akan meningkatkan kinerja BSM yang semakin dipercaya oleh konsumen baik dalam negeri maupun luar negeri.