

Visionist

Vol. 8, Nomor 2–September 2019

ANALISIS PENGARUH KOMPETENSI PENGURUS BUMKAM DAN PENYERTAAN MODAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI KAMPUNG <i>Aan Zeni, Andala R P Barusman dan Defrizal</i>	1-8
ANALISIS PERILAKU NASABAH DENGAN ADANYA LAYANAN <i>MOBILE BANKING</i> DI BANK SINARMAS TELUK BETUNG LAMPUNG <i>Ayu Tiara, Marzuki Noor dan Habibburahman</i>	9-14
ANALISIS PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DI DINAS BINA MARGA PROVINSI LAMPUNG <i>Devi Agustiana, A. Suharyo dan V. Saptarini</i>	15-21
ANALISIS PENGARUH PEMBERIAN KOMPENSASI DAN DISIPLIN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT <i>Dodi Irwansyah, Andala R P Barusman dan M. Oktavianur</i>	22-29
HUBUNGAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA (ABK) DAN PENGAWASAN FUNGSIONAL DENGAN AKUNTABILITAS KEUANGAN PADA BAGIAN UMUM SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN PESAWARAN <i>Meutia Yurisca, Haninun dan Hendri Dunan</i>	30-34
HUBUNGAN KEPEMIMPINAN DENGAN BUDAYA ORGANISASI PADA BPK PERWAKILAN PROVINSI LAMPUNG <i>Rendra, Yusuf S Barusman dan M. Oktavianur</i>	35-38
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI PEGAWAI DI KECAMATAN METRO PUSAT KOTA METRO <i>Rohim, Agus Wahyudi dan Marzuki Noor</i>	39-45
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL PADA MEREK KARTU AS DI BANDAR LAMPUNG <i>Sri Nur F, Andala R P Barusman dan Iskandar A</i>	46-50

Jurnal Manajemen Visionist	Volume 8	Nomor 2	Halaman 1 – 50	Bandar Lampung Sept 2019	ISSN 1411 – 4186
-------------------------------	----------	---------	-------------------	-----------------------------	---------------------

ISSN 1411 – 4186

Jurnal Manajemen

Visionist

Volume 8, Nomor 2 – September 2019

DEWAN PENYUNTING

Penyunting Ahli

Sudarsono (Ketua)
Sri Utami Kuntjoro
Sinung Hendratno
Agus Wahyudi
Abdul Basit

Penyunting Pelaksana

Budhi Waskito
Ardansyah
Eka Kusmayadi
Zainal Abidin

Alamat:

Jl. Z.A. Pagar Alam No. 89, Bandar Lampung
Tel. 0721- 789825; Fax. 0721 - 770261
Email: visionist@ubl.ac.id

Diterbitkan oleh:

Program Studi Manajemen (S2)
Program Pascasarjana Universitas Bandar Lampung

Analisis Perilaku Nasabah Dengan Adanya Layanan *Mobile Banking* Di Bank Sinarmas Teluk Betung Lampung

Ayu Tiara Meriza¹, Marzuki Noor², Habibburahman³
Program Studi Magister Manajemen Universitas Bandar Lampung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan resiko terhadap sikap dalam menggunakan *mobile banking*, Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*, Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan resiko terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 150 orang responden, yang merupakan nasabah Bank Sinarmas Teluk Betung Lampung.

Analisis dilakukan dengan menggunakan software SPSS dan Amos. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk niat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh sikap menggunakan *mobile banking*, sedangkan sikap menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh konstruk persepsi kemudahan serta persepsi manfaat dan persepsi resiko.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko

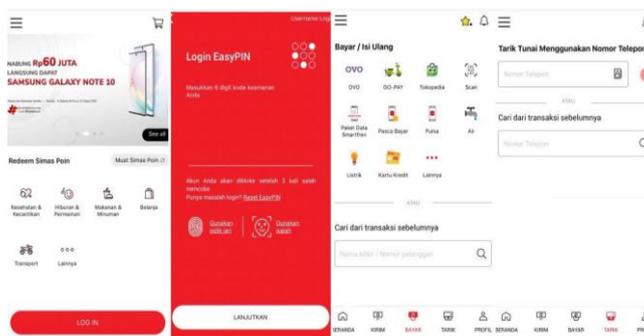
Pendahuluan

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan online banking. *Online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah.

Bentuk layanan perbankan berbasis online adalah *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *electronic banking (e-banking)* (Padjaitan dan Ahmad, 2017). Bank Indonesia membagi layanan *e-banking* menjadi 4 kategori, yaitu *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking* dan *SMS banking*. Akan tetapi perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat keempat layanan tersebut semakin sulit untuk dibedakan. (Tirtana dan Sari, 2014). Saat ini layanan perbankan sudah merupakan kebutuhan masyarakat, transaksi perbankan merupakan suatu keharusan untuk memudahkan transaksi perbankan, ditawarkan suatu produk yang berfungsi mendukung berbagai kegiatan nasabah perbankan yaitu *Mobile Banking*. Salah satunya bank yang menggunakan *mobile banking* yaitu Bank Sinarmas. Bank Sinarmas merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan bank swasta yang didirikan pada 18 Agustus 1989 ,sebagai bank yang berkembang di dunia perbankan terdapat beberapa layanan yang memudahkan berbagai nasabahnya untuk bertransaksi.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), selaku regulator industri jasa keuangan di Indonesia mengumumkan bahwa jumlah nasabah pengguna *e-banking (SMS banking, phone banking, mobile banking, dan internet banking)* meningkat sebesar 270%, dari 13,6 juta nasabah menjadi 50,4 juta nasabah pada 2018. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169% , dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2014 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2018. Data tersebut menunjukkan bahwa tren perubahan menuju era *digital banking* sedang terjadi di Indonesia. *Simobiplus mobile banking* dari bank Sinarmas adalah sebuah aplikasi yang membantu nasabah secara individual untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial perbankan serta informasi umum berupa informasi produk dan layanan dari Bank Sinarmas.

Melalui aplikasi Sinarmas Mobile Banking (SIMOBI) maka kegiatan transaksi dan laporan mutasi keuangan rekening Nasabah individu yang seharusnya dilakukan di Kantor Bank Sinarmas dapat dilakukan dimanapun selama nasabah memiliki Telepon seluler / perangkat elektronik yang mendukung terhadap aplikasi *Simobi Plus*



Gambar 1. Tampilan Mobile Banking Sinarmas (SimobiPlus Mobile Banking)

Sumber : www.banksinarmas.com

Beberapa keuntungan dalam menggunakan *Simobi Plus* adalah :

- ✓ Penarikan tunai menggunakan *M-Banking* pada mesin ATM
- ✓ Login mudah dengan menggunakan easy pin, Face ID atau finger scan.
- ✓ Layanan transfer yang bisa dijadwalkan
- ✓ Penempatan Deposito Online
- ✓ Informasi Reksadana
- ✓ Informasi terupdate
- ✓ Penukaran Simas Poin untuk e-voucher pada merchant yang bekerjasama dengan Bank Sinarmas.
- ✓ Transfer gratis antar bank via SKN

pertumbuhan jumlah nasabah yang mendownload *simobi plus* dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan dari 4,6% menjadi 2,8%. Secara rata-rata pertumbuhan selama 2 tahun hanya sebesar 15,1% pada jumlah transaksi yang menggunakan *Simobi Plus* sebagai sarana transaksi. Bank Sinarmas secara rata-rata menetapkan pertumbuhan transaksi dengan menggunakan *Simobi Plus* diatas 40% setiap tahunnya. Selama tahun 2018 jumlah transaksi yang pada *Simobi Plus* cenderung fluktuatif dengan rata-rata pertumbuhan perbulan pada tahun 2018 hanya sebesar 5,4%. Belum tercapainya target transaksi dengan menggunakan *Simobi Plus* diindikasikan bahwasabagai nasabah pengguna *Simobi Plus* belum merasa puas dan mudah menggunakan *simobiplus* sehingga tingkat pemakaian masih dibawah target. Nasabah pengguna *Simobi Plus* selama tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 1,8%. Pertumbuhan jumlah nasabah yang baik tidak diikuti dengan pertumbuhan jumlah nasabah yang menggunakan mobile banking tersebut. Selama tahun 2018 transaksi dengan menggunakan *Simobi Plus* hanya tumbuh 5,4%.

Jika memperhatikan data transaksi per bulan selama tahun 2018, cenderung mengalami fluktuasi. Hal ini diduga salah satu faktor penyebabnya adalah *Simobi Plus* masih menjadi keluhan seperti kemudahan untuk system mendaftar m-banking tersebut yang terlalu rumit sehingga nasabah malas untuk memulai menggunakan m-banking tersebut, di berbagai kalangan usia pun menjadi permasalahan. beberapa generasi yaitu generasi Baby Boomers yang merupakan generasi yang lahir pada tahun 1946-1960, pada kolom generasi X merupakan generasi yang lahir tahun 1961-1980, untuk kolom generasi Y yang lahir pada tahun 1981-1994 dan kolom generasi Z yang merupakan lahir pada tahun 1995-2010. Pada Tabel 1.2 nasabah yang mendownload mobile banking saat ini banyak digunakan oleh generasi Y dan generasi Z, generasi ini berarti sudah mempercayai dan selalu menggunakan mobile banking yang dihadirkan oleh Bank Sinarmas. Pada Generasi Baby boomers dan generasi X masih sedikit dibanding generasi lanjutannya. Bank Sinarmas secara rata-rata menetapkan pertumbuhan transaksi dengan menggunakan *Simobi Plus* diatas 40% setiap tahunnya. Selama tahun 2018 jumlah transaksi yang pada *Simobi Plus* cenderung fluktuatif dengan rata-rata pertumbuhan perbulan pada tahun 2018 hanya sebesar 5,4% sehingga belum tercapainya target transaksi untuk penggunaan mobile banking.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Shiffman dan Kanuk (2012), Barusman & Mihdar (2014), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas perilaku konsumen dapat diartikan sebagai tingkah laku atau proses dari konsumen yang ditunjukkan dengan pencarian membeli, pemilihan, memperbaiki, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa demi memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Pemahaman perilaku konsumen secara tepat, menyebabkan perusahaan mampu memberikan kepuasan secara tepat dan lebih baik kepada pelanggannya.

Setiadi (2006), Prihastuti (2016), mendefinisikan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Barusman (2014), Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan

guna melanjutkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. Menurut Simamora (2008), keputusan pembelian adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator.

Perusahaan dalam hal ini adalah bank harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabah, agar nasabah dapat merasa puas dan percaya. Untuk itulah, perusahaan perlu menilai apa saja yang di butuhkan para nasabah untuk selalu menggunakan mobile banking. Suatu model penerimaan pada system informasi seperti mobile banking untuk para nasabah meliputi Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan juga Persepsi Resiko lalu ada Sikap untuk menggunakan mobile banking dengan adanya layanan yang dimiliki pihak perbankan seperti mobile banking *dari* dimensi-dimensi itulah yang akan mempengaruhi niat untuk menggunakan mobile banking

Metodologi

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian ini memerlukan pengujian dengan statistik. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan statistic (Indriantoro dan Supomo. 2002). Serta tergolong dalam jenis penelitian explanatory (penjelasan). ukuran sampel yang diperlukan cukup antara 100 hingga 150. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 150 sampel, yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi. . Metode analisis yang dipilih untuk menganalisis data adalah The Structural Equation Model (SEM), untuk menguji hipotesis alat analisis yang dipakai adalah Structural Equation Model dari paket statistik AMOS Versi 20.0.

Hasil dan Pembahasan

Pengujian 3 hipotesis penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai Critical Ratio (CR) dari suatu hubungan kausalitas dari hasil pengolahan SEM sebagaimana pada tabel berikut.

Regression Weight Structural Equational Model

Tabel 4.13
Regression Weight Structural Equational Model

Keterangan		Estimate	S.E.	C.R.	P
Sikap	<--- Persepsi	0,371	,222	2,974	0,026
Niat Menggunakan	<--- Persepsi	0,339	,175	2,225	0,022
Niat Menggunakan	<--- Sikap	0,948	,154	6,166	0,000

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa semua nilai CR berada di atas 1,96 atau dengan probabilitas yang lebih kecil dari 0,05 dengan demikian semua Hipotesis dapat diterima.

Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi hubungan antara persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) terhadap sikap untuk menggunakan mobile banking diperoleh sebesar 0,371. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R = 2,974 dengan probabilitas =0,026 ($p < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan mobile banking, dengan demikian hipotesis 1 diterima.

Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi hubungan antara persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) terhadap niat menggunakan mobile banking diperoleh sebesar 0,339. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R = 2,225 dengan probabilitas =0,022 ($p < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) terhadap niat menggunakan mobile banking, dengan demikian hipotesis 2 diterima.

Pengujian Hipotesis 3

Parameter estimasi hubungan antara sikap untuk menggunakan mobile banking terhadap niat menggunakan mobile banking diperoleh sebesar 0,948. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R = 6,166 dengan probabilitas =0,000 ($p < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh sikap untuk menggunakan mobile banking terhadap niat menggunakan mobile banking, dengan demikian hipotesis 3 diterima.

Persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan mobile banking,

Dari hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) terhadap sikap untuk menggunakan mobile banking. Hasil ini didukung dengan adanya Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R = 2,974 dengan probabilitas = 0,026 ($p < 0,05$) Hasil Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu Dewantara (2018) bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh positif terhadap sikap untuk menggunakan mobile banking. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti Yudhi dan Novi (2015), Ratnaningrum (2013), Putri dan Suprapti (2016) yang menjelaskan bahwa apabila suatu teknologi mudah untuk digunakan, maka seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut. Hal ini berarti bahwa semakin mudah penggunaan suatu sistem dalam hal ini mobile banking untuk kebutuhan konsumen dalam hal bertransaksi perbankan maka akan meningkatkan sikap positif konsumen terhadap layanan mobile banking. Di situasi pembelian, konsumen mencari keuntungan tertentu dari solusi produk, dan lihat produk sebagai kumpulan atribut yang memberikan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2003). Baru-baru ini, dalam mempelajari mobile banking, telah disarankan pelanggannya. Pembelian produk meliputi evaluasi kognitif dan efektif, selain itu konsumen menilai nilainya terhadap produk dengan membandingkan manfaat yang dirasakan dan pengorbanan yang dirasakan. Manfaat yang dirasakan ditemukan sebagai faktor penting dalam memahami perbankan online. Lee (2009) mengetahui bahwa Niat untuk menggunakan perbankan online terutama dan signifikan terpengaruh oleh manfaat yang dirasakan. Dan Laforet dan Li (2005) menemukan kekurangannya Mencapai manfaat ini merupakan hambatan penting.

Persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) terhadap niat menggunakan mobile banking

Dari hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara persepsi (kemudahan, manfaat dan resiko) terhadap niat untuk menggunakan mobile banking. Hasil ini didukung dengan adanya pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C. Parameter estimasi hubungan antara sikap untuk menggunakan mobile banking terhadap niat menggunakan mobile banking diperoleh sebesar 0,948. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R = 2,225 dengan probabilitas = 0,022 ($p < 0,05$). Menurut Lee (2003) menemukan risiko psikologis tidak didukung dengan masalah ini terhadap adopsi mobile banking. Selain itu, penelitian terdahulu berpendapat bahwa dirasakan biaya keuangan (Luarn dan Lin, 2005), masalah keamanan (Luarn dan Lin, 2005), risiko yang terkait dengan kinerja (Featherman dan Pavlou, 2003) adalah hal yang penting variabel dalam menentukan adopsi layanan mobile banking.

Pengaruh sikap untuk menggunakan mobile banking terhadap niat menggunakan mobile banking

Dari hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara sikap untuk menggunakan mobile banking terhadap niat menggunakan mobile banking. Hasil ini didukung dengan adanya perbandingan nilai CR sikap untuk menggunakan mobile sebesar 6,616 lebih besar dari 1,96. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasri & Charfeddine (2012) dan Kurniawan et al., (2013) yang menyatakan bahwa sikap pengguna menjadi variabel yang signifikan mempengaruhi minat individu dalam menggunakan layanan mobile banking. Semakin positif sikap pengguna terhadap keberadaan layanan mobile banking maka semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan layanan mobile banking.

Venkatesh, et. al. (2002) mengintegrasikan model TAM dengan memasukkan faktor intrinsik dan ekstrinsik sebagai variabel eksternal yang mempengaruhi penggunaan sistem. Faktor intrinsik berarti muncul dari dalam individu pengguna, sedangkan faktor ekstrinsik berarti karena faktor lingkungan yang mendorong pengguna menggunakan sistem informasi.

Kesimpulan dan Implikasi

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan hasil penelitian, maka diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan, manfaat dan resiko berpengaruh positif terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking*.
2. Sikap untuk menggunakan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*
3. Persepsi kemudahan, manfaat dan resiko berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*.

Implikasi

Implikasi yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Bagi Bank Sinar Mas Teluk Betung Lampung.

1. Meningkatnya nilai manfaat perlu juga kiranya pihak Bank Sinar Mas Teluk Betung Lampung terus berupaya untuk terus meningkatkan keamanan dan kenyamanan produk mobile banking, hal ini diperlukan karena perkembangan teknologi yang terus meningkat serta dibarengi dengan peningkatan modus-modus kejahatan di dunia maya (*Cyber Crime*), sehingga ditingkatkan untuk fasilitas segi keamanan pengguna *mobile banking* tersebut.
2. Merubah sistem kemudahan untuk nasabah yang baru mendaftar mobile banking pada simobiplus, sehingga dapat merubah sikap nasabah terhadap niat untuk menggunakan m-banking tersebut khususnya untuk kalangan baby boomers dan generasi X yang lebih menyukai kemudahan.
3. Pemasaran mobile banking semestinya di lakukan melalui telepon , khususnya melalui telpon resmi Bank Sinarmas Teluk Betung Lampung jangan menggunakan no handphone dikarenakan maraknya penipuan, sehingga banyak nasabah yang takut untuk mempercayai berbagai promosi digital melalui nomor yang tidak di kenal.
4. Seiring perkembangan dalam dunia perbankan, terutama dari sisi transaksi perbankan secara elektronik (*e-banking*) maka diperlukan penyempurnaan fitur dan penambahan fitur-fitur baru layanan internet banking yang dapat mendukung proses transaksi elektronik sehingga kemudahan yang di dapatkan dapat dirasakan oleh para nasabah.
5. Sekiranya juga perlu penyempurnaan tampilan mobile banking yang disertai penambahan informasi mengenai fitur yang ada serta tata cara penggunaan, sehingga faktor kemudahan juga akan mengefiseinsikan waktu selama mengakses layanan tersebut dan lebih menyosialisasikan kepada nasabah sehingga seluruh nasabah terinformasikan serta dapat diberikan promo atau hadiah bagi yang sering menggunakan mobile banking sehingga dapat menarik minat nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*.
6. Kemudahan dalam bertransaksi juga perlu terus dikembangkan sehingga tidak hanya nasabah millennials yang tertarik untuk menggunakan mobile banking, tetapi seluruh nasabah dapat bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*.
7. Implikasi bagi penelitian, ruang lingkup studi ini difokuskan pada nasabah Bank Sinarmas Teluk Betung Lampung berdampak pada generalisasi studi yang terbatas. Keterbatasan ini mengisyaratkan perlunya studi-studi lanjutan untuk menggeneralisasi hasil-hasil yang diperoleh pada konteks yang berbeda dan lebih luas, sehingga konsep- konsep yang diuji dalam model dapat ditingkatkan validitas eksternalnya.
8. Pada penelitian selanjutnya diharapkan penelitian dapat mengembangkan peneliltian dengan mengevaluasi pernyataan kuesioner, responden dengan tempat yang berbeda, dan variabel yang berbeda.

Bagi Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya dibidang pemasaran dan memberikan tambahan informasi kepada peneliti di bidang manajemen pemasaran lainnya sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian tentang niat menggunakan.

Daftar Pustaka

- Barusman, Andala Rama Putra dan Mihdar, Fauzi. 2014. *The Effect of Job Satisfacation and Organaziotional Justice on Organizational Citizenship Behavior with Organization Commitment as the Moderator*. International Journal of Humanities and Social Science Vol. 4, No:9, pp 118-126.
- Barusman, Andala Rama Putra, Yoshua. 2014. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Bubur Gabe Bandar Lampung. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol, 4, No, 2.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2010), *Principles of Marketing*, 10th ed., Pearson Education International, Upper Saddle River, NJ.

Lee al. 2010. *Investigating the on-line shopping intentions of Vietnamese students: an extension of the theory of planned behaviour*. World Transactions on Engineering and Technology Education Vol.8, No.4.

Pandjaitan, D dan Ahmad, . 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Pusaka Media, Bandar Lampung

Prihastuti, Endang Siswati. 2016. *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Honda Lampung Raya di Bandar Lampung (Studi Kasus Pada Merk Mobil Honda Mobilio)*. Penelitian Universitas Bandar Lampung

Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2012. *Consumer Behaviour*. USA : New Jersey Prentice Hall

Setiadi. 2006. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Suparno .,2002 , *Understanding the Key Mobile Advertising Options*, Classic Guide to Mobile Advertisingpp:11-13 .

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung. Swastha dan Handoko.2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.

Tirtana, Irwan., dan Shinta Permata Sari. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Jurnal Akuntansi. ISBN: 978 602-70429- 2-6.