

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dijawab oleh 75 responden terdapat hasil analisa penelitian yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile. Dengan hasil  $t$  hitung(0,425) <  $t$  tabel(1,994) dengan nilai signifikansi  $0,672 > 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa budaya tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile. Dengan adanya perkembangan budaya yang terjadi tidak berpengaruh terhadap keputusan customer dalam melakukan transaksi melalui BSI Mobile
2. Sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile. Dengan hasil  $t$  hitung(0,635) <  $t$  tabel(1,994) dengan nilai signifikansi  $0,527 > 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa sosial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile.. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan customer tidak bergantung pada faktor sosial(rekan, kerabat, dan keluarga) yang ada.
3. Pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile dengan hasil  $t$  hitung(3,208) <  $t$  tabel(1,994) dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile.. Dengan demikian dapat diartikan bahwa yang menjadi keputusan customer dalam bertransaksi merupakan faktor pribadi yang terdapat pada diri individu masing-masing.
4. Psikologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile dengan hasil  $t$  hitung(0,608) <  $t$  tabel (1,994) dengan hasil signifikansi  $0,545 > 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa psikologi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile.. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa psikologi tidak menjadi pengaruh terhadap keputusan bertransaksi melalui BSI Mobile oleh customer.

5. Budaya, sosial, pribadi, psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan customer dalam bertransaksi melalui BSI Mobile sebesar 65,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## **B. Saran**

Berdasarkan dengan adanya penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menyatakan saran kepada pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel independen sebab sebesar 34,6% terdapat pengaruh pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

