

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari keamanan, brand equity, dan inovasi fitur terhadap keputusan penggunaan *m-banking* BSI Mobile. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 71 responden di kampus IAIN Kudus. Peneliti kemudian menganalisis data tersebut melalui program SPSS versi 29 dimana memperoleh beberapa hasil pengujian. Sehingga, hasil pengujian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* BSI Mobile. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian parsial (uji t) yang memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,530 > 1,99601$  dan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,014 < 0,05$  dan kedua nilai tersebut bernilai positif. Semakin tinggi persepsi keamanan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking*, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan BSI Mobile.
2. Variabel *brand equity* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* BSI Mobile. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian parsial (uji t) yang memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,034 > 1,99601$  dan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan kedua nilai tersebut bernilai positif. Strategi branding yang efektif, termasuk kampanye promosi yang konsisten dan pemberian layanan yang berkualitas, dapat membantu membangun persepsi positif terhadap merek bank dan meningkatkan keputusan penggunaan aplikasi.
3. Variabel inovasi fitur tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* BSI Mobile. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian parsial (uji t) yang memperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,316 < 1,99601$  dan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,193 > 0,05$ . Meskipun BSI Mobile terus memperkenalkan fitur-fitur baru yang inovatif, hal ini tidak menjadi faktor penentu dalam memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun inovasi fitur merupakan aspek penting dalam pengembangan aplikasi perbankan, namun dalam konteks mahasiswa IAIN Kudus, keputusan penggunaan BSI Mobile tidak dipengaruhi oleh inovasi fitur.

4. Variabel keamanan, *brand equity* dan inovasi fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *m-banking* BSI Mobile. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian simultan (uji F) yang memperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $27,167 > F_{tabel} 2,74$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa bersamaan atau simultan ada pengaruh antara variabel keamanan, *brand equity* dan inovasi fitur terhadap keputusan penggunaan *m-banking* BSI Mobile (Y).

## B. Saran

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan yang telah disajikan pada bagian sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Saran yang peneliti berikan meliputi hal-hal berikut ini:

1. Bagi bank BSI diharapkan temuan penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan pengembangan fitur aplikasi *mobile banking* dan memastikan bahwa semua fitur yang ditawarkan berfungsi dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna.
2. Peneliti berikutnya diharapkan untuk menyertakan variabel-variabel yang belum dipertimbangkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, diharapkan dapat menghasilkan temuan dan wawasan yang lebih menyeluruh.
3. Selain itu, peneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan penelitian untuk mencakup sampel yang lebih luas atau menggali pandangan dari segmen pengguna yang berbeda.