**BAB V**

**SIMPULAN DAN SARAN**

1. **Simpulan**

Simpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention to use* melalui *consumer attitude* pada *Mobile Banking* Bank Mandiri dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer attitude*. Hal ini berarti semakin pengguna merasakan kegunaan atau manfaat daripenggunaan *mobile banking* Mandiri, maka semakin positif sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut.
2. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini berarti apabila aplikasi Mobile Banking Mandiri dipersepsikan berguna oleh pengguna, tidak akan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut sekalipun diikuti oleh sikap positif konsumen.
3. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *consumer attitude*. Hal ini berarti semakin aplikasi Mobile banking Mandiri mudahdigunakan dan dipahami, maka semakin positif sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut.
4. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini berarti semakin aplikasi *mobile banking* Mandiri mudah digunakan dan dipahami, maka semakin tinggi minat perilaku pengguna untuk menggunakannya, apalagi jika diiringi oleh pembentukan sikap positif pengguna.
5. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer attitude*. Hal ini berarti semakin pengguna nyaman dan senang dengan layanan *mobile banking* Mandiri, maka semakin positif sikap atau perasaan suka penggunaterhadap aplikasi.
6. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*. *Perceived enjoyment* tidak berpengaruh secara langsung namun berpengaruh secara tidak langsung terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini berarti jika konsumen merasa senang dan puas dalam menggunakan aplikasi *mobile* *banking* Mandiri tidak akan langsung menciptakan minat konsumen untukmenggunakan. Namun, tergantung pada penilaian atau evaluasi suka dan tidak sukanya konsumen terhadap suatu sistem.
7. *Consumer attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini berarti semakin positif sikap pengguna terhadap *mobile banking* Mandiri, maka akan meningkatkan minat perilaku untuk menggunakan aplikasi tersebut.
8. **Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Mandiri
2. Bank Mandiri diharapkan untuk meningkatkan layanan dan terus memberikan informasi terkait dengan kegunaan *mobile banking* Mandiri seperti fitur yang tersedia, agar nasabah dapat membentuk dan meningkatkan sikap positif terhadap aplikasi itu sendiri.
3. Bank Mandiri perlu lebih memperkenalkan dan mensosialisasikan kepada seluruh nasabah tentang manfaat positif yang akan didapatkan jika menggunakan *mobile banking* Mandiri, agar nasabah tetap mau menggunakan mobile bankingMandiri.
4. Bank Mandiri disarankan untuk terus memperhatikan dan meningkatkan kemudahan sistem *mobile banking* Mandiri seperti cara *log in*, penempatan fitur, cara akses dan lain-lain, agar nasabah dapat meningkatkan sikap positif dan mau terus menggunakan layanan *mobile banking*nya.
5. Bank Mandiri disarankan untuk menerima setiap keluhan nasabah dan mengutamakan keinginan nasabah, agar nasabah dapat membentuk dan meningkatkan sikap positif terhadap aplikasi itu sendiri.
6. Bank Mandiri harus bisa menciptakan kenyamanan bagi para pengguna mobile banking, karena jika pengguna tidak memiliki penilaian positif terhadap sistem mobile banking itu sendiri mereka tidak akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakannya. Bank Mandiri harus bisa membentuk sikap positif nasabah, salah satu faktor pembentukan sikap yaitu pengalaman. Pengalaman akan sangat diingat oleh suatu individu dan sangat berdampak untuk keputusan nasabah untuk tetap dan melajutkan penggunaan *mobile banking* Mandiri.
7. Bank Mandiri disarankan untuk terus meningkatkan membentuk sikap positif konsumen dengan berbagai cara mulai dari memberikan pengalaman pribadi yang menyenangkan, promosi lewat media masa mengenai layanan mobile banking Mandiri, dan lain-lain. Sehingga dengan sikap positif yang tinggi, nasabah mau dan tetap menggunakan aplikasi mobile banking Mandiri.
8. **Bagi Penelitian selanjutnya**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Consumer Attitude* dan *Behavioral Intention to Use*. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan *behavioral intention to use*, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain seperti *Perceived* *Risk, Trust, Privacy, Security, Social Norms*, dan lain-lain agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.