

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT *MOBILE*
BANKING DI BANK JABAR BANTEN KANTOR CABANG
PEMBANTU CISAAT MENGGUNAKAN METODE *ANALYTICAL*
HIERARCHY PROCESS
(AHP)**

SKRIPSI

CINDY YULIA AGUSTIN

20190080093



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
AGUSTUS 2023**

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT *MOBILE BANKING* DI
BANK JABAR BANTEN KANTOR CABANG PEMBANTU CISAAT
MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu syarat Dalam Menenpuh gelar Sarjana Di

Program Studi Manajemen

CINDY YULIA AGUSTIN

20190080093



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
AGUSTUS 2023**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : Preferensi Konsumen Terhadap Kemudahan, Kepercayaan
Dan Manfaat *Mobile Banking* Di Bank Jabar Banten Kantor
Cabang Pembantu Cisaat Menggunakan Metode *Analytical
Hierarchy Process* (AHP).

NAMA : Cindy Yulia Agustin

NIM : 20190080093

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.



Sukabumi, 6 Agustus 2023

Materai

CINDY YULIA AGUSTIN

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : Preferensi Konsumen Terhadap Kemudahan, Kepercayaan Dan Manfaat *Mobile Banking* Di Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Cisaat Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

NAMA : Cindy Yulia Agustin

NIM : 20190080093

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada sidang skripsi tanggal 6 Agustus 2023. Menurut pandangan kami, skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen. Sukabumi, 6 Agustus 2023

Dosen Pembimbing 1

Dr. Gustian Djuanda

NIDN. 0317086202

Ketua Penguji

Bagja Rahma Putra, M.M.

NIDN. 0424108603

Dosen Pembimbing 2

Kharisma, MBA.

NIDN. 0412118403

Ketua Program Studi

Agung Maulana, M.A.

NIDN. 0412089501

PLH. Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

C.S.A Teddy Lesmana, S.H, M.H.

NIDN. 0414058705

ABSTRAK

Di era digital ini secara tidak langsung melahirkan ide-ide baru di tengah masyarakat dalam bertransaksi, terutama dalam transaksi keuangan. Oleh karena itu sektor perbankan memanfaatkan perkembangan ini sebagai peluang bisnis dengan menghadirkan produk baru pada bidang teknologi, yaitu produk pelayanan *mobile banking* yang saat ini bisa digunakan oleh semua masyarakat, dan memungkinkan para nasabah dapat menikmati layanan perbankan 24 jam tanpa harus mendatangi kantor cabang bank. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Akumulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner dan menggunakan teknik slovin. Hasil dari penelitian ini menunjukkan faktor pada minat konsumen yang menjadi prioritas utama adalah faktor kemudahan dengan bobot 61%, Manfaat 30%, dan Kepercayaan 9%.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Mobile Banking, Pengambilan Keputusan, Analytical Hierarchy Process dan Software Super Decisions.

ABSTRACT

In this digital era, indirectly giving birth to new ideas in the community in transactions, especially in financial transactions. Therefore, the banking sector takes advantage of this development as a business opportunity by presenting new products in the technology sector, namely mobile banking service products that can currently be used by all people, and allows customers to enjoy 24-hour banking services without having to visit a bank branch office. The type of data used in this research is quantitative data. The accumulated data used in this study are primary data from questionnaires and using the slovin technique. The results of this research show that the factor in consumer interest which is the main priority is the convenience factor with a weight of 61%, 30% benefits, and 9% trust.

Keywords: Consumer Preference, Mobile Banking, Decision Making, Analytical Hierarchy Process and Software Super Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Preferensi Konsumen Terhadap Kemudahan, Kepercayaan dan Manfaat *Mobile Banking* di Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Cisaat Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta saran dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Kurniawan S.T., M.Si., MM. Selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak C.S.A. Teddy Lesmana, M.H. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Humaniora Universitas Nusa Putra.
3. Bapak Anggy Pradiftha J, S.Pd. M.T. Selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak Agung Maulanan, M.A. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Dr. Gustian Djuanda. Selaku Pembimbing satu yang selalu memberikan arahan, motivasi dan bimbingan agar proses penyelesaian skripsi bisa berjalan dengan lancar dan tepat waktu.
6. Bapak Kharisma, MBA. Selaku Pembimbing dua yang selalu memberikan arahan, motivasi dan bimbingan agar proses penyelesaian skripsi bisa berjalan dengan lancar dan tepat waktu.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi
8. Dua orang paling berjasa dalam hidup saya, Ayahanda Dede Herdi dan Ibunda Devi Damayanti yang telah memberikan kasih sayang yang luar biasa, pengorbanan, cinta, dukungan tiada duanya, juga semangat dan doa yang tak henti-hentinya. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. I love you more.

9. Kepada cinta kasih ketiga saudara peneliti, M.Ibda Alfaiza, Irsal Nazila Mahesa dan Muhamad Firaz Alfarezi. Terimakasih atas segala doa, dukungan, usaha, motivasi yang telah diberikan kepada kaka pertama ini.
10. Yang terkasih Muhamad Abdul Roban, S.T. Yang telah kebersamai penulis selama penyusunan dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.
11. Diri sendiri yang telah sangat berjuang menyusun skripsi ini secara mandiri mulai dari nol hingga skripsi ini selesai dan pantang menyerah untuk memahami mengenai konsep, isi, penggunaan metode, dan pengolahan hasil penelitian yang merupakan lintas bidang keahlian penulis.
12. Oppa Kimboem, Terima kasih telah datang dan menghibur masa sulit bagi penulis. Tto bwayo hyeong.
13. Teman-teman seperjuangan di Prodi Manajemen 2019, terimakasih karena senantiasa kebersamai dalam kondisi terburuk sekalipun.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berdoa semoga pihak-pihak yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, menjadi amal ibadah dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Tentunya skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Besar harapan penulisan karya yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca, Aamiin.

Sukabumi, 6 Agustus 2023

Cindy Yulia Agustin

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindy Yulia Agustin
NIM : 20190080093
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non- exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT *MOBILE BANKING* DI BANK JABAR BANTEN KANTOR CABANG PEMBANTU CISAAT MENGGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 6 Agustus 2023

Yang Menyatakan

Cindy Yulia Agustin

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terkait	6
2.2 Preferensi Konsumen	11
2.2.1 Perilaku Konsumen	12
2.2.2 Faktor Faktor Perilaku Konsumen	13
2.2.3 <i>Mobile Banking</i>	17
2.2.4 Manfaat <i>Mobile Banking</i>	17
2.2.5 Pengambilan Keputusan	19
2.2.6 <i>Software Super Decisions</i>	20
2.2.7 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	20
2.2.8 Prinsip-Prinsip <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.2.1 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26

3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	28
3.5 Kerangka Pemecahan Masalah	28
3.6 Bagan Alir	30
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Pembahasan Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Bank BJB	34
4.1.2 Profile Bank BJB KCP Cisaat	34
4.1.3 Struktur Organisasi Bank BJB KCP Cisaat	35
4.1.4 Fungsi dan Tugas Struktur Organisasi Bank BJB KCP Cisaat	36
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1 Menghitung Matriks Berpasangan Kriteria dan Alternatif	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.2 Prinsip Penetapan Prioritas.....	22
Tabel 2.3 Prinsip Penetapan Prioritas.....	23
Tabel 2.4 Indeks Random Konsistensi (RI).....	24
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Pengguna Baru Mobile Banking Tahun 2022	27
Tabel 3.2 Jumlah Staff Bank BJB KCP Cisaat	28
Tabel 3.3 Elemen Dan Atribut Dalam Preferensi Konsumen.....	31
Tabel 4.1 Matriks Berpasangan Perbandingan Kriteria (Staff Bank BJB)	38
Tabel 4.2 Matriks Berpasangan Perbandingan Alternatif Kemudahan.....	38
Tabel 4.3 Matriks Berpasangan Perbandingan Alternatif Kepercayaan.....	38
Tabel 4.4 Matriks Berpasangan Perbandingan Alternatif Manfaat.....	39
Tabel 4.5 Matriks Berpasangan Perbandingan Kriteria (Nasabah Bank BJB)	39
Tabel 4.6 Matriks Berpasangan Perbandingan Alternatif Kemudahan.....	39
Tabel 4.7 Matriks Berpasangan Perbandingan Alternatif Kepercayaan.....	40
Tabel 4.8 Matriks Berpasangan Perbandingan Alternatif Manfaat.....	40
Tabel 4.9 Analisis Kriteria Staff	46
Tabel 4.10 Analisis Kriteria Nasabah.....	46
Tabel 4.11 Analisis Alternatif Kemudahan (Staff).....	47
Tabel 4.12 Analisis Alternatif Kemudahan (Nasabah).....	48
Tabel 4.13 Analisis Alternatif Kepercayaan (Staff)	49
Tabel 4.14 Analisis Alternatif Kepercayaan (Nasabah)	50
Tabel 4.15 Analisis Alternatif Manfaat (Staff)	51
Tabel 4.16 Analisis Alternatif Manfaat (Nasabah).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Susunan Hirarki	20
Gambar 3.1 Bagan Alir.....	30
Gambar 3.2 Susunan Hirarki Metode AHP	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	35
Gambar 4.2 Hubungan Cluster dan Nude.....	41
Gambar 4.3 Perbandingan antara cluster berdasarkan Kriteria (Staff)	41
Gambar 4.4 Perbandingan Kemudahan berdasarkan alternative (Staff).....	42
Gambar 4.5 Perbandingan kepercayaan berdasarkan alternative (Staff).....	42
Gambar 4.6 Perbandingan manfaat berdasarkan alternative (Staff)	43
Gambar 4.7 Perbandingan berdasarkan Kriteria (Nasabah).....	43
Gambar 4.8 Perbandingan Kemudahan berdasarkan alternative (Nasabah)	44
Gambar 4. 9 Perbandingan kepercayaan berdasarkan alternative (Nasabah)	44
Gambar 4. 10 Perbandingan Manfaat Berdasarkan Alternative (Nasabah).....	45
Gambar 4.11 Hasil Perangkingan Perhitungan Aplikasi.....	53



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini lembaga perbankan sudah tidak asing lagi, hadirnya era digital telah membawa perubahan besar pada perilaku masyarakat terutama pada perilaku nasabah bank dalam bertransaksi di perbankan, dimana nasabah bank kini menggunakan bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan uang, menabung dan meminjam kredit. Namun saat ini nasabah menggunakan bank sebagai sarana transaksi keuangan (*investasi*), dan bentuk investasi perbankan ini dapat dilakukan melalui produk simpanan (*deposito*) yang menawarkan tingkat bunga lebih tinggi dari tabungan biasa. Pemanfaatan teknologi di sektor perbankan sangat penting untuk mempercepat pemulihan ekonomi. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (*OJK*) dan Bank Indonesia (*BI*) terus mendorong perbankan nasional untuk menyeimbangkan perilaku nasabah yang telah memasuki era digital.

Di era digital ini secara tidak langsung melahirkan ide-ide baru di tengah masyarakat dalam bertransaksi, terutama dengan adanya ide perkembangan dalam transaksi keuangan. Oleh karena itu sektor perbankan memanfaatkan perkembangan ini sebagai peluang bisnis dengan menghadirkan produk baru pada bidang teknologi, yaitu produk pelayanan *mobile banking* yang saat ini bisa digunakan oleh semua masyarakat, baik masyarakat yang tinggal di perkotaan maupun di perdesaan. Layanan *mobile banking* sangat membantu kebutuhan nasabah yang memiliki mobilitas dan kesibukan yang cukup tinggi. *Mobile banking* memungkinkan para nasabah dapat menikmati layanan perbankan 24 jam tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk melakukan transaksi secara konvensional (Yudin, 2021).

Mengutip dari buku (Otoritas Jasa Keuangan, 2015 : 13-14), *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada Subscriber Service Data (SIM), Unstructured Supplementary Service Data (USSD).

Selintas layanan *mobile banking* ini serupa dengan layanan sms banking, namun pada kenyataannya *mobile banking* memiliki lebih banyak fitur dibandingkan dengan sms banking. Fitur layanan *mobile banking* antara lain adanya layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga dan lokasi cabang atau Automated Teller Machine (ATM) terdekat, dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian pulsa, tiket dan berbagai fitur lainnya.

Kemudahan adalah faktor pertama yang diperhatikan oleh nasabah dalam memilih menggunakan layanan *mobile banking*, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan *mobile banking* dikarenakan sistem yang rumit sehingga nasabah masih cenderung lebih memilih menggunakan layanan ATM untuk cek saldo, transfer, dan membayar tagihan melalui ATM.

Selain faktor kemudahan, kepercayaan juga merupakan faktor penting yang diperhatikan oleh nasabah. Adanya kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking* dapat meningkatkan aktivitas penggunaan *mobile banking*. Menjaga keberlangsungan penggunaan *mobile banking* di era modernisasi merupakan persaingan antar bank. Industri perbankan harus memiliki kepercayaan dari nasabahnya agar aplikasinya dapat bertahan di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat setiap harinya (Lieny, 2021).

Faktor Manfaat juga sangat berpengaruh positif dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Pada dasarnya sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada penggunanya pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *mobile banking* bermanfaat maka fasilitas perbankan tersebut akan sering digunakan (Nurdin et al., 2021).

Supervisor Bank BJB KCP Cisaat mengungkapkan faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan *Mobile Banking* adalah faktor Kemudahan, karena bisa bertransaksi dimana saja dan kapan saja serta memiliki akses selama 24 jam. Dan permasalahan di bidang layanan *mobile banking* yaitu adanya kejahatan *mobile banking* dengan cara menelpon nasabah mengatas namakan Bank BJB, dengan imbalan akan memberikan hadiah. Dan masalah yang paling umum adalah kesalahan sistem

jaringan, lupa kode PIN, lupa kode login dan human eror. Akibatnya, bank sering mencoba menghubungi nasabah (bersosialisasi) untuk mencegah atau mengantisipasi penyimpangan dan kejahatan dalam layanan *mobile banking*.

Namun demikian, kecanggihan teknologi informasi dan komputer dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mencari keuntungan pribadi. Sama hal nya dengan *mobile banking* terdapat resiko finansial baik bagi bank maupun nasabah karena hacker dapat menembus firewall dari *mobile banking* suatu bank.

Menurut *kontan.co.id* berdasarkan hasil riset nya, pada tahun 2022 Bank Indonesia mencatat volume transaksi *mobile banking* mencapai 3,2 m sejak awal tahun hingga mei 2022. Nilai itu mengalami pertumbuhan 67,87% yoy dari tahun lalu yang sebesar 1,90 miliar kali transaksi. Secara nilai, transaksi *mobile banking* sejak awal tahun hingga Mei 2022 mencapai Rp 3.888,09 triliun. Mengalami pertumbuhan 43,76% yoy dari posisi yang sama tahun lalu sebanyak Rp 2.704,61 triliun. Berkat kenaikan paling tinggi pada transaksi pembayaran yang melesat 57,31% yoy menjadi Rp 221,56 triliun. Sedangkan, nilai transaksi yang paling besar datang dari transaksi intra bank yang mengalami pertumbuhan 48,15% yoy menjadi Rp 2.632,76 triliun. Adapun transaksi antar bank naik 31,40% yoy menjadi Rp 1.033,76 triliun.

Maka dari penjelasan di atas diperlukan pendukung keputusan yang tepat untuk memperoleh hasil keputusan yang objektif dan efektif berdasarkan kriteria yang diharapkan. Salah satu metode yang menggunakan sistem pengambilan keputusan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) Thomas L. Saaty, yang digunakan untuk memecahkan masalah yang kompleks dan dapat membuat pilihan keputusan yang rasional di antara berbagai alternatif. AHP merupakan metode untuk memecahkan masalah yang kompleks dengan membangun hierarki kriteria (*indikator*) dan mempertimbangkan bobot atau prioritas yang berbeda (Mulyadi & Marpaung, 2019).

Metode AHP digunakan untuk menimbang setiap kriteria dan subkriteria untuk menentukan prioritas strategis mana yang paling mempengaruhi keputusan. Keunggulan metode AHP yaitu dapat menghitung hasil yang lebih konsisten

dibandingkan dengan metode lain serta memiliki sistem yang mudah dipahami dan digunakan Ariska Dian Novianti (2022).

Oleh karena itu peneliti mengangkat judul “**Preferensi Konsumen Terhadap Kemudahan, Kepercayaan dan Manfaat *Mobile Banking* di BANK JABAR BANTEN KANTOR CABANG PEMBANTU Cisaat Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*”**, dengan mengambil sampel sebanyak 98 responden yang terdiri dari 95 nasabah dan 3 orang staff yaitu Supervisor, Costumer Service, dan AO Konsumer sebagai konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, apakah kemudahan, kepercayaan dan manfaat *mobile banking* dapat meningkatkan preferensi dari nasabah dan staff di Bank BJB KCP Cisaat?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini membahas mengenai kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Pada penelitian ini hanya dilakukan di Bank BJB KCP Cisaat dan responden penelitian hanya pada nasabah dan staff bank BJB. Dalam proses penelitian digunakan metode AHP.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana kemudahan, kepercayaan dan manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Bank BJB KCP Cisaat.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian yang akan dilakukan ini diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu :

1. Manfaat Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan tentang *mobile banking*, menambah pengetahuan khususnya dibidang perbankan, dan penulis memahami tentang masalah cara pengambilan keputusan dari suatu permasalahan.

2. Manfaat Bagi Universitas

Hasil penelitian yang diangkat oleh penulis semoga dapat bermanfaat bagi Universitas Nusa Putra khususnya Program Studi Manajemen dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan informasi bagi manajemen perbankan khususnya bagi Bank BJB KCP Cisaat dalam pengambilan keputusan tentang penggunaan *mobile banking*, sehingga pihak bank dapat meningkatkan pelayanan jasa *mobile banking*.



1.6 Sistematika Penulisan

- BAB I : PENDAHULUAN**, mencakup uraian tentang Topik, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Sistematika Penulisan.
- BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**, menguraikan tentang Landasan Teori dan Penelitian Terkait.
- BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**, membahas tentang Metode Pengumpulan Data, Lokasi penelitian, Bagan Alir Penelitian dan Jadwal Penelitian.
- BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**, berisi hasil dan pembahasan proses dan implementasi system data.
- BAB V : PENUTUP**, berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran untu pengembangan penelitian lebih lanjut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

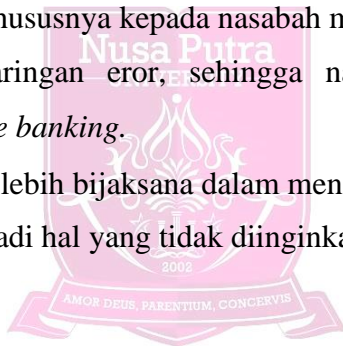
Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode AHP terhadap minat konsumen dalam menggunakan *mobile banking* di Bank BJB KCP Cisaat dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ketertarikan konsumen dalam menggunakan *mobile banking* diprioritaskan pada faktor kemudahan dengan nilai sebesar (61%), faktor manfaat (30%) dan faktor kepercayaan sebesar (9%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena faktor kemudahan.
2. Subfaktor pada kriteria kemudahan yang paling berpengaruh adalah mudah digunakan dengan nilai (52%), subfaktor mudah dipelajari sebesar (40%), dan subfaktor keterampilan sebesar (8%). Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena subfaktor mudah digunakan.
3. Subfaktor pada kepercayaan yang paling berpengaruh adalah kredibilitas dengan nilai (68%), subfaktor kepedulian sebesar (21%), dan subfaktor kehandalan sebesar (11%). Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena subfaktor kredibilitas.
4. Subfaktor pada manfaat yang paling berpengaruh adalah mempermudah transaksi dengan nilai (50%), subfaktor hemat waktu sebesar (29%), subfaktor efektivitas sebesar (14%) dan subfaktor produktivitas sebesar (7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena subfaktor mempermudah transaksi.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti setelah melakukan penelitian mengenai minat konsumen terhadap penggunaan *mobile banking* diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi para peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan lebih luas dan lebih dalam lagi untuk menentukan sistem pengambilan keputusan ini dapat ditingkatkan dengan menambahkan kriteria dan alternatif, yang lebih banyak dan lebih bervariasi dengan melengkapi dan menambahkan cluster beserta node pada Super Decision untuk media penyampaian informasi di masa mendatang.
2. Bagi Bank BJB KCP Cisaat diharapkan meningkatkan kepercayaan terhadap nasabah agar tingkat kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* lebih meningkat.
3. Lebih ditingkatkan lagi untuk pemasaran aplikasi layanan *mobile banking* kepada nasabah, khususnya kepada nasabah muda. Dan lebih diperhatikan lagi tentang sistem jaringan eror, sehingga nasabah merasa nyaman dalam penggunaan *mobile banking*.
4. Bagi nasabah agar lebih bijaksana dalam menggunakan *mobile banking* sehingga tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 66.
- Ariska Dian Novarianti & Gustian Djuanda. (2022). Prioritas Strategi Pemasaran Berdasarkan Persepsi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (Ahp). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1762>
- Astuti, P. (2016). Pemilihan Supplier Bahan Baku dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process Study Kasus: PT. Nara Summit Industry, Cikarang. *Indonesian Jurnal on Computer and Information Technology Nusa Mandiri*, 1(2), 27–36.
- Azzat, N. N., & Nafisah, M. U. (2019). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk Menentukan Supplier Ikan Teri (Studi Kasus di PT. Urchindize Indonesia). *Jurnal Disprotek*, 10(2), 86–94. <https://doi.org/10.34001/jdpt.v10i2.1054>
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115–125. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>
- Geebren, A., Jabbar, A., & Luo, M. (2021). Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: Evidence from mobile banking services. *Computers in Human Behavior*, 114(September 2020). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106584>
- Gitleman, L. (2014). Definisi Mobile Banking. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–18.

- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–20.
- Kusinantini, T., & Diantoro, A. K. (2012). Analisis Supply Chain Management dengan Metode Analytic Hierarchy Process Untuk Menentukan Pemasok yang Efektif Studi kasus Industri Prosiding Pemberdayaan IKM dalam Ekonomi Kreatif. *Prosiding Pemberdayaan IKM Dalam Ekonomi Kreatif*, 24–37.
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking di BCA Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan, STIE-IBEK*, 8(2), 56–62. www.stie-ibek.ac.id
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2014). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren Android. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2012, 22–43.
- Mulyadi, D., & Marpaung, D. R. (2019). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Untuk Penentuan Kolektor Terbaik Pada Pt. Anugrah Argon Medica Bogor. *Teknois : Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Dan Sains*, 8(1), 61–77. <https://doi.org/10.36350/jbs.v8i1.21>

- M. Pranoto, R. Setianegara (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Jurnal Keunis*.
<https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>
- Nurdin, N., Musyawah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87– 104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Octrina, F., & Pratidina, R. (2021). Productivity of Conventional Commercial Banks in Indonesia Using the Malmquist Productivity Index (Case Studies in BUKU I and BUKU II 2016-2019). *EProceedings of Management*, 8(5), 4783–4794.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Bijak Ber-ebanking. *Bijak Ber-Ebanking*, 6. https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitaif,Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10. In *Alfabeta* (Issue 465).
- richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Saaty. (2008). Proses Pengambilan Data Pada Ahp (Analytical Hierarchy Process) Menggunakan Prinsip Closed Loop Control System. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 6(1), 55–64.

- Sudradjat, A., Sodikin, M., & Komarudin, I. (2020). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Terhadap Pemilihan Merek CCTV. *Jurnal Infortech*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.31294/infortech.v2i1.7660>
- Syafirullah, L. (2014). Penerapan Analityc Hierarchy Process (AHP) Dalam Pemilu Pilpres Ri 2014. *Bianglala Informatika*, 2(2), 37–43. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/Bianglala/article/view/549/441>
- Syafirullah, L., & Mulyanto, J. D. (2014). Penerapan Analityc Hierarchy Process (Ahp) Dalam Memilih Gadget Smartphone. *Evolusi:Jurnal Sains Dan Manajemen*, II(1), 46–51.
- Yudin, A. (2021). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya.*
- Yustiar, M. H., Daniati, E., Andriyanto, T., Informasi, S., Teknik, F., Nusantara, U., & Kediri, P. (2020). *Pemilihan Ruko Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP).*3

