

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, kesimpulan penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*) vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung dan pengaruh tersebut tidak signifikan.
2. Kebaikan hati (*benevolence*) vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung dan pengaruh tersebut tidak signifikan.
3. Integritas (*Integrity*) vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung dan pengaruh tersebut signifikan.

4. Kepercayaan (*trust*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung dan pengaruh tersebut signifikan.
5. Kemampuan (*ability*) vendor mempunyai pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung, dan pengaruh tersebut tidak signifikan.
6. Kebajikan hati (*benevolence*) vendor mempunyai pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung, dan pengaruh tersebut tidak signifikan.
7. Integritas (*integrity*) vendor mempunyai pengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung, dan pengaruh tersebut signifikan.

5.2. Saran

Hasil penelitian ini masih mengandung keterbatasan-keterbatasan, oleh karena itu masih perlu adanya penyempurnaan pada penelitian berikutnya. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, ternyata hanya variabel integritas vendor yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung. Padahal sesuai dengan teori dasar dimensi *trust* oleh Mayer *et al.* (1995) dua variabel lain, yaitu variabel *ability* dan *benevolence*, diharapkan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.

Selain itu, variabel-variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *participation* pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung hanya variabel *integrity* vendor dan *trust* pelanggan, padahal ada dua variabel lain yang ikut mempengaruhi *participation* yaitu *ability* dan *benevolence* vendor.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari banyak keterbatasan, baik dalam penulisan dan pemilihan kata, terbatasnya sumber atau bahan pustaka, dan kajian ilmu ekonomi lainnya. Berdasarkan hasil di atas, pada penelitian berikutnya dapat ditambahkan variabel dan/atau indikator baru untuk memperkaya model yang digunakan pada penelitian ini. Antara lain menambahkan indikator baru yang belum diteliti saat ini, misalnya : kualitas layanan (*service quality*), kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), loyalitas nasabah (*customer loyalty*).

Dengan demikian, hasil penelitian berikutnya dapat lebih sempurna dan kesimpulan yang diperoleh dapat berbeda atau tetap sama dengan hasil penelitian ini. Jika memang terbukti hasilnya sama, berarti model yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai konsistensi yang tinggi untuk diterapkan.