



PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DAN POTENSI RISIKO TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Annisa Rizki Pratiwi¹, Syahamah Nur Amalia², Parapat Gultom³

^{1,2,3}Universitas Sumatera Utara

¹annisarizki866@gmail.com, ²syahamahliasb1@gmail.com, ³parapat@usu.ac.id

Abstrak

Studi ini menggunakan literasi keuangan sebagai variabel moderasi untuk menyelidiki bagaimana kemungkinan bahaya yang terkait dengan mobile banking memengaruhi kepercayaan nasabah. Pendekatan deskriptif kuantitatif adalah metodologi yang digunakan, dan data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh sekitar 308 responden. Perangkat lunak SmartPLS 3.0 selanjutnya akan digunakan untuk menganalisis data menggunakan partial least squares. Menurut temuan studi, kepercayaan nasabah memengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel penggunaan mobile banking, memengaruhi secara positif dan signifikan oleh potensi risiko memengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, dan memengaruhi secara positif dan signifikan oleh potensi risiko. Dampak mobile banking terhadap kepercayaan nasabah tidak bisa dikurangi oleh variabel literasi keuangan. Kemungkinan ancaman terhadap kepercayaan nasabah tidak bisa dikurangi oleh variabel literasi keuangan. Variabel kepercayaan nasabah dapat mencakup 59,5% dari variabel independen, menurut hasil uji R Square, dan sisanya 40,5% dalam penelitian lain dengan menggunakan variabel yang lainnya.

Kata Kunci: *Penggunaan Mobile Banking, Potensi Risiko, Kepercayaan Nasabah, Literasi Keuangan*

Abstract

This study uses financial literacy as a moderating variable to investigate how potential harms associated with mobile banking affect customer trust. The quantitative descriptive approach is the methodology used, and data were collected through questionnaires filled out by approximately 308 respondents. SmartPLS 3.0 software will then be used to analyze the data using partial least squares. According to the study findings, customer trust is positively and significantly influenced by the variable of mobile banking usage, positively and significantly influenced by potential risks, positively and significantly influenced by financial literacy, and positively and significantly influenced by potential risks. The impact of mobile banking on customer trust cannot be reduced by the variable of financial literacy. The potential threats to customer trust cannot be reduced by the variable of financial literacy. The variable of customer trust can cover 59.5% of the independent variables, according to the results of the R Square test, and the remaining 40.5% in other studies using other variables.

Keywords: *Mobile Banking Usage, Potential Risks, Customer Trust, Financial Literacy*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan operasional keuangan di sektor perbankan senantiasa memberikan dampak terhadap kegiatan perekonomian suatu negara (Simatupang, 2019). Di era digital saat ini, kondisi sektor perbankan Indonesia juga mengalami sejumlah perubahan. Sektor perbankan pun turut terdampak oleh semakin meluasnya era digital yang menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Hadirnya era perbankan digital tidak lepas dari hadirnya internet, salah satu kemajuan teknologi yang memberikan dampak besar (Joshi et al., 2022).

Karena tujuan layanan ini adalah untuk membantu pengguna dalam bertransaksi, transaksi *mobile banking* pun tak luput dari perkembangan teknologi informasi. Melalui sistem perbankan yang lebih efisien dibandingkan perbankan konvensional, penerapan teknologi informasi akan mendorong pendapatan sekaligus meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas. Industri perbankan tidak akan mampu memanfaatkan *mobile banking* jika teknologi informasi tidak berkembang (Agustina & Soelistya, 2018).

Pengembangan teknologi digital dapat berkontribusi pada teori ekonomi yang menguraikan bagaimana kemajuan teknologi ini memengaruhi daya produksi dan mengurangi kemampuan bisnis. Bisnis yang produktif dan efisien akan menaikkan kemampuan mereka untuk menghasilkan uang dan memuaskan nasabah. Namun, dalam praktiknya, setiap bank memiliki beberapa masalah terkait urgensi fenomena perbankan digital. Hal ini sebenarnya memengaruhi operasi sehari-hari mereka ketika bank menganggap strategi digital sebagai strategi krusial. Penerapan sistem perbankan digital di bank-bank Islam masih agak kurang jika dibandingkan dengan bank-bank konvensional. Teknologi perbankan digital dapat berfungsi sebagai fungsi penting bank sebagai penasihat keuangan dan penyedia layanan serta informasi keuangan bagi para nasabahnya (Azizah et al., 2020).

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penggunaan *Mobile Banking*

Nasabah yang menginginkan pelayanan yang mungkin diakses dari mana saja dan bisa kapan saja, khususnya melalui telepon seluler, mungkin dapat memenuhi kebutuhan mereka melalui fasilitas *mobile banking*. Melihat saldo, ubah 10 transaksi terakhir, *transfer* uang ke bank lain, seperti Bank Syariah BNI atau BSM, bayar tagihan, kustomisasi menu, dan masih banyak lagi hanyalah beberapa dari sekian banyak fungsi yang ditawarkan *mobile banking* (Rahayu, 2016).

Salah satu layanan yang ditawarkan bank kepada pelanggannya adalah *mobile banking*, yang memudahkan pelanggan untuk bertransaksi tanpa harus pergi ke bank karena mobilitas pelanggan yang tinggi. Akibatnya, pelanggan hobi sering menggunakan *mobile banking* saat ini karena mereka memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja mereka inginkan.



Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, menggunakan transaksi keuangan, dan memperoleh informasi secara daring. Aktivitas *internet banking* terbagi menjadi tiga kategori: transaksional, komunikatif, dan informatif. Nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara daring dalam bentuk internet banking yang bersifat informasional tanpa benar-benar menyelesaikan transaksi apa pun.

Mobile banking, biasanya disebut sebagai *SMS banking* atau *mobile banking*, yaitu sejenis terminal yang dipergunakan untuk berbagai keperluan, termasuk membayar, melihat saldo, dan melakukan transaksi mata uang, menggunakan *mobile banking* dan perangkat seluler lainnya. Banyak tugas *mobile banking* saat ini dapat diselesaikan via SMS atau internet seluler. Produk-produk seperti *SMS banking*, *phone banking*, dan sebagainya termasuk dalam layanan *mobile banking*. Layanan *internet banking* merupakan evolusi dari layanan perbankan internet, yang menggunakan internet untuk menyambungkan bank dengan pelanggan dengan jarak jauh (Fitria et al., 2021).

Aplikasi perbankan yang dapat diakses melalui perangkat seluler, seperti telepon pintar (*Android*, *Blackberry*, dan *iPhone*), dikenal sebagai *mobile banking*. Ini melayani tujuan yang sama dengan perbankan online, yaitu untuk memfasilitasi transaksi perbankan bagi klien. *Mobile banking* bertujuan pada layanan keuangan dan perbankan yang disediakan melalui perangkat seluler. Layanan ini menyediakan setiap kenyamanan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas perbankan, termasuk pembayaran tagihan dan transfer dana (Akob & Sukarno, 2022).

2.2 Potensi Risiko

Pengguna teknologi yang menggunakan teknologi, seperti *mobile banking*, akan menggunakannya dengan hati-hati dan mempertimbangkan sejumlah pertimbangan. *Mobile banking* lebih rentan karena potensi risiko seperti penggelapan data, kerugian uang konsumen, ketersediaan internet yang tidak menentu, dan lain-lain. Menurut teori ini, nasabah lebih bersedia menggunakan layanan *mobile banking* karena mereka menyadari kemungkinan risiko yang terlibat. Nasabah akan mempunyai tingkat kepercayaan yang begitu tinggi kepada layanan perbankan digital jika mereka berpikir bahwa *mobile banking* akan membuat hidup mereka lebih mudah dan risikonya minimal (Vallerand et al., 1992).

2.3 Kepercayaan Nasabah

Menurut (Gefen, 2002), kepercayaan adalah kapasitas individu untuk bertindak sesuai dengan nilai dan kewajibannya. Definisi lain dari kepercayaan adalah keyakinan orang lain terhadap harapan mereka, yang memungkinkan individu yang dipercaya untuk tidak terlalu berbakti. Karena transaksi komersial yang melibatkan dua belah pihak atau lebih hanya bisa terjadi apabila masing-masing pihak siap untuk dipercaya, kepercayaan merupakan komponen penting dalam bisnis, menurut Rofiq (2007).

Keyakinan seseorang tentang teknologi informasi dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan institusional yang berinteraksi dengan mereka, serta faktor-faktor individu

(Lewis & Agarwal, 2003). Dalam hubungan pembeli-penjual, kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan satu pihak atas keandalan pihak lain dan kesediaan pihak terakhir untuk memenuhi kewajibannya sebagai imbalan atas kepercayaan tersebut. Kepercayaan juga didefinisikan sebagai harapan pihak-pihak didalam transaksi, serta resiko yang bersangkutan dengan anggapan dan kepribadian yang berkaitan dengan kesempatan tersebut.

Variabel kepercayaan menentukan kecenderungan pelanggan *Mobile Banking* untuk mempercayai keuntungan produk Bank. Dengan kata lain, kepercayaan ialah keyakinan satu pihak kepada pihak lain dengan hubungan bisnis berdasarkan keyakinan yakni pihak yang dapat dipercayainya bisa menjalankan segala kewajibannya. Proses diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan pihak bank. Dalam penelitian ini, kepercayaan pada kemampuan dan kredibilitas layanan perbankan online difokuskan pada beberapa faktor: sistem keamanan dan kerahasiaan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan, dan kompensasi kerugian karena keamanan dan kerahasiaan.

2.4 Literasi Keuangan

Pengetahuan seseorang dalam pengendalian keuangan disebut literasi keuangan (Yasin et al., 2021). Studi sebelumnya (Riski, 2019) menemukan bahwa pengetahuan, kepercayaan, dan kemampuan seseorang berdampak pada literasi keuangan mereka. Meskipun demikian, penelitian (Fauziah & Tenrypada, 2021 dan Romadon & Nurhapsari, 2020) meneliti bagaimana fitur, kemudahan, kepercayaan, dan keunggulan memengaruhi penggunaan *mobile banking*. Temuan penelitian membuktikan bahwa ketersediaan fitur, kemudahan, kepercayaan, dan keunggulan semuanya mempunyai efek besar kepada penggunaan *mobile banking*. Untuk keputusan bertransaksi, QRIS berperan menjadi variabel dependen, sedangkan kemudahan dan literasi keuangan berperan menjadi faktor independen (Palupi et al., 2022; Pinotoan, 2013; Riski, 2019). Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor kemudahan dan pengetahuan keuangan memengaruhi pilihan bertransaksi secara signifikan dan positif.

Aspek Literasi Keuangan

Menurut Byrne (2007) kurangnya pemahaman keuangan dapat mengakibatkan konsep keuangan yang buruk dan bias dalam mencapai kesejahteraan di luar usia di mana seseorang tidak lagi produktif. Chen & Volpe (1998) mengidentifikasi empat komponen literasi keuangan:

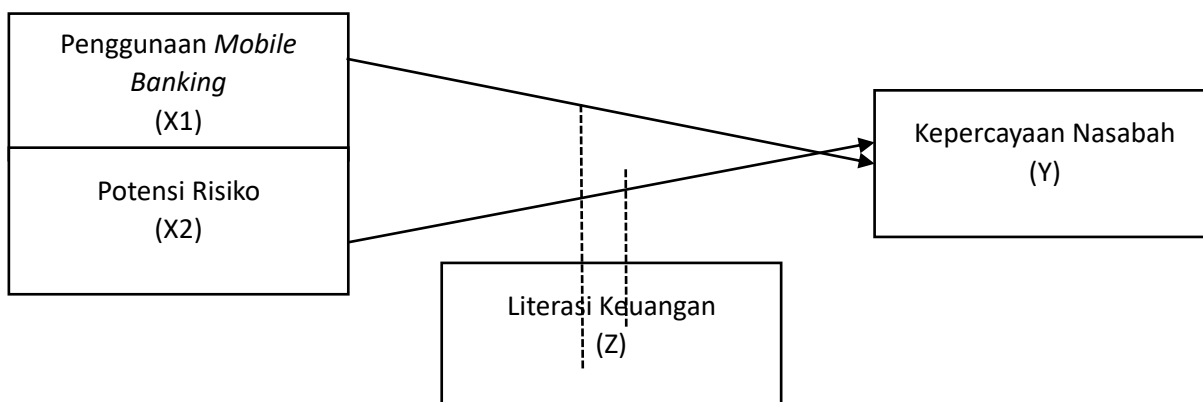
- 1) Proses mengatur dan mengawasi keuangan seseorang atau keluarga disebut manajemen keuangan pribadi, atau keuangan pribadi.
- 2) Ada berbagai bentuk tabungan di bank, termasuk giro (tabungan bank yang dapat digunakan sebagai pembayaran), sertifikat deposito (deposito berjangka yang bukti tabungannya dapat diperjualbelikan), deposito berjangka (tabungan yang hanya dapat ditarik dalam jangka waktu tertentu), dan tabungan (uang sebagian

orang yang tidak digunakan disimpan sebagai cadangan untuk kebutuhan jangka pendek).

- 3) Pengalihan resiko dari satu pihak kepada pihak lain dalam hal ini, perusahaan asuransi adalah asuransi menjadi metode pengendalian resiko. Dengan kata lain, asuransi adalah pengalihan resiko dari satu pihak kepada pihak lain.
- 4) Investasi adalah metode mengalokasikan pendapatan untuk menghasilkan profit di masa depan, atau laba, yang akan mungkin melampaui pemodal awal.

Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada kajian pustaka dan hasil dari penelitian terdahulu, maka variabel independen dalam penelitian ini adalah Penggunaan *Mobile Banking* (X1) dan Potensi Risiko (X2). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (Z), dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepercayaan Nasabah (Y). Ilustrasi kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini diberikan di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Gambar tersebut mengilustrasikan variabel dependen, yang akan mencakup potensi risiko dan penggunaan *mobile banking*, literasi keuangan sebagai variabel moderator, dan kepercayaan nasabah sebagai variabel dependen. Garis yang menghubungkan penggunaan *mobile banking* dengan kemungkinan bahaya menunjukkan pola hubungan langsung. Namun, hubungan antara potensi risiko dan penggunaan *mobile banking* dimoderasi oleh pengetahuan keuangan, seperti yang ditunjukkan oleh pola putus-putus.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis berikut didasarkan pada pernyataan masalah dan kerangka konseptual penelitian:

- H₁ : Penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah
- H₂ : Potensi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah
- H₃ : Hubungan antara kepercayaan nasabah dan penggunaan *Mobile Banking* dimoderasi secara signifikan oleh literasi keuangan

H₄ : Hubungan antara Potensi Risiko dan Kepercayaan Nasabah dimoderasi secara signifikan oleh Literasi Keuangan

3. METODOLOGI

Data primer dan data sekunder ialah sumber dan kategori data yang digunakan didalam penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan data utamanya dari kuesioner tertutup yang dibagikan kepada responden di Kota Medan, subjek penelitian. Ini disebabkan fakta bahwa sebagian besar orang di kota tersebut telah menggunakan mobile banking, sebuah teknologi perbankan yang mempermudah transaksi.

Penelitian ini melibatkan 4226 mahasiswa/i FEB Universitas Sumatera Utara, dengan 308 sampel yang dipilih. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, yang mengumpulkan data primer dengan melalui kuesioner. Skala interval, dengan Sangat Tidak Setuju (STS) pada urutan pertama dan Sangat Setuju (SS) pada urutan keempat, digunakan untuk mengukur pendapat responden untuk setiap variabel.

Dalam penelitian ini, kepercayaan nasabah adalah variabel dependen. Penggunaan *mobile banking* adalah variabel independen pertama, dan potensi risiko adalah variabel independen kedua. Satu variabel moderasi adalah literasi keuangan.

Skala likert sebagai skala pengukuran atau survei atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. PLS dan SEM (*Structural Equation Model*) digunakan dalam analisis penelitian ini. Ketika berhadapan dengan masalah data termasuk data yang hilang, distribusi data yang tidak normal, atau sampel data yang pendek, PLS memungkinkan berbagai solusi regresi (Abdillah & Hartono, 2015).

Definisi Operasional Variabel

Definisi berikut berlaku untuk variabel yang diperiksa pada penelitian ini:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Indikator	Indikator
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	Kemudahan penggunaan transaksi online, mudah di pahami, efisiensi waktu dan penggunaan fleksibel (Nasution, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya yakin bahwa transaksi internet dapat dipermudah dengan memanfaatkan <i>mobile banking</i>. 2. Menurut pandangan saya, tampilan <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan dipahami. 3. Transaksi keuangan dapat diselesaikan dengan cepat dengan menggunakan <i>mobile banking</i>. 4. Saya memanfaatkan <i>mobile banking</i> sesuai dengan yang saya inginkan.
Potensi Risiko	Identifikasi dan pengukuran ancaman atau kerugian,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya rasa tidak banyak risiko yang terlibat dalam transaksi yang dilakukan menggunakan mobile banking.

	gangguan operasional, atau risiko keamanan (Vianney, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> Informasi tentang transaksi <i>mobile banking</i> saya akan diketahui orang lain. Sangat sedikit gangguan pada layanan <i>mobile banking</i>. Bank memastikan bahwa klien yang menggunakan <i>mobile banking</i> akan mendapatkan pemenuhan kebutuhan mereka.
Literasi Keuangan	Pengetahuan umum tentang keuangan, tabungan & pinjaman, asuransi dan investasi (Nasution, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> Saya memiliki pengetahuan pada produk keuangan. Saya mampu mengelola keuangan saya sendiri. Saya secara konsisten menyisihkan uang untuk tabungan. Saya mempertimbangkan segala hal sebelum mengambil pinjaman. Saya menyadari bahwa asuransi adalah upaya untuk saling mendukung. Saya menyadari perlunya asuransi diri. Saya terus-menerus menyisihkan uang untuk investasi. Saya mengetahui barang-barang investasi.
Kepercayaan Nasabah	Sistem keamanan, kepercayaan, tidak merasa dibohongi, dan menepati janji (Nasution, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> Sistem <i>mobile banking</i> memberi saya jaminan keamanan. Saya menerima layanan sesuai dengan apa yang dikatakan bank tentang <i>mobile banking</i>. Fitur dan keuntungan <i>mobile banking</i> belum membuat saya merasa tertipu. Menurut saya, <i>mobile banking</i> adalah aplikasi yang aman. Aplikasi <i>mobile banking</i> menawarkan banyak keuntungan bagi penggunaanya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Responden

Studi ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh mahasiswa berdasarkan empat kriteria responden: jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan, dan waktu yang dihabiskan untuk menggunakan perbankan seluler. Berikut adalah ringkasan responden penelitian:

a. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin



Tabel 2 berikut menunjukkan identitas responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	111	36%
Perempuan	197	64%
Total	308	100%

Sumber: Diolah dengan menggunakan Ms Excel

Menurut identitas responden yang ditunjukkan pada Tabel 2, lebih banyak perempuan daripada laki-laki. Jumlah perempuan adalah 197 orang, atau 64% dari 308 responden, sedangkan jumlah laki-laki adalah 111 orang, atau 36% dari 308 responden.

b. Kriteria responden berdasarkan usia

Tabel 3 berikut menunjukkan responden berdasarkan usia:

Tabel 3. Kriteria responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18 tahun		
19 tahun	204	66%
20 tahun		
21 tahun		
22 tahun	84	27%
23 tahun		
24 tahun		
25 tahun	20	6%
26 tahun		
Total	308	100%

Sumber: Diolah dengan menggunakan Ms Excel

Untuk Tabel 3, hasil responden untuk usia menunjukkan bahwa usia 18-20 tahun adalah yang paling banyak, dengan 204 responden atau 66%; usia 21-23 tahun adalah 84 responden atau 27%; dan usia 24-26 tahun adalah 20 responden atau 6%.

c. Kriteria responden berdasarkan jenjang pendidikan

Tabel berikut menunjukkan berdasarkan jenjang pendidikan:

Tabel 4. Kriteria responden berdasarkan jenjang pendidikan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Diploma 3 (D3)	100	32%
Strata 1 (S1)	200	65%
Strata 2 (S2)	8	3%
Total	308	100%

Sumber: Diolah dengan menggunakan Ms Excel

Pada hasil responden dari berbagai jenjang pendidikan, Tabel 4 menunjukkan bahwa jenjang Strata 1 (S1) memiliki jumlah responden terbesar, yaitu 200 atau 65%. Jenjang Diploma 3 (D3) memiliki jumlah responden terbesar, yaitu 100 atau 32%. Jenjang Strata 2 (S2) memiliki jumlah responden terkecil, yaitu 8 atau presentase 3%.

d. Kriteria responden berdasarkan lama menggunakan *mobile banking*

Tabel berikut menunjukkan berdasarkan lama menggunakan *mobile banking*:

Tabel 5. Kriteria responden berdasarkan lama menggunakan *mobile banking*

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase
<1 tahun	106	34%
1-2 tahun	128	42%
3-4 tahun	49	16%
>4 tahun	25	8%
Total	308	100%

Sumber: Diolah dengan menggunakan Ms Excel

Menurut tabel 5 diatas menjelaskan hasil responden yang memakai *mobile banking* dengan jangka waktu kurang dari 1 tahun ialah 106 responden, atau 34%, dan 128 responden, atau 42%, dengan jangka waktu 1-2 tahun. Hasil menunjukkan perbedaan yang signifikan antara rentang waktu tersebut; 49 responden, atau 16%, dari rentang waktu 3-4 tahun, dan 25 responden, atau 8%, dari rentang waktu lebih dari 4 tahun. Dapat disimpulkan bahwa jangka waktu yang digunakan responden untuk menggunakan *mobile banking*.

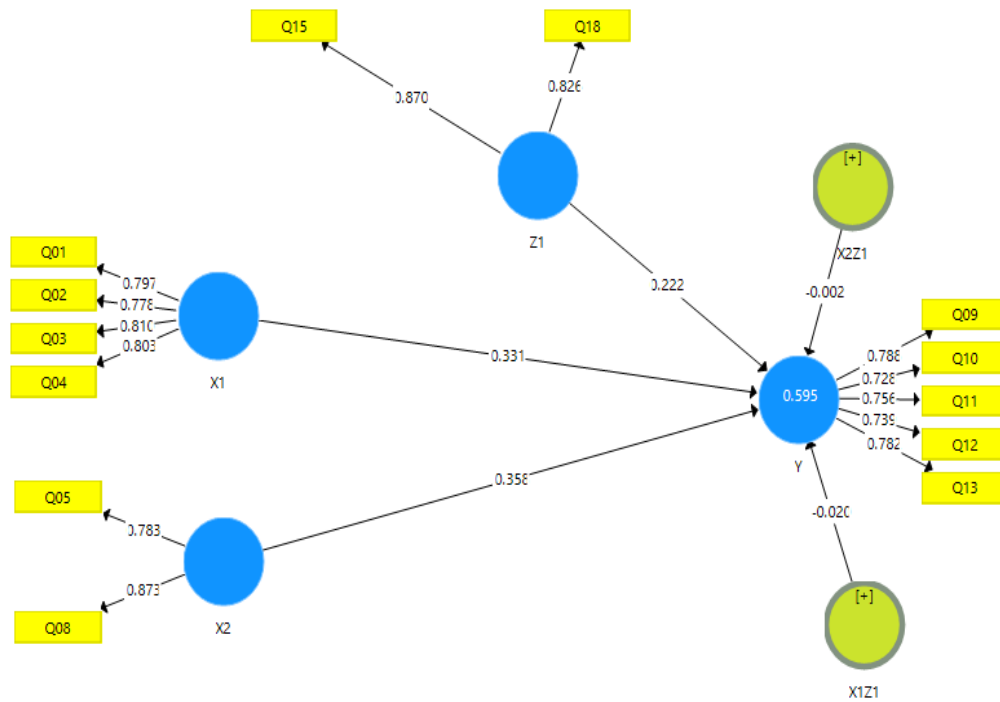
4.1.2 Hasil Analisis Data

Dua pengujian dilakukan dalam pengujian PLS. Data yang dihasilkan dari SmartPLS 3.0 adalah sebagai berikut:

a. Outher Model

Sesuai dengan metodologi pengukuran penelitian ini, variabel laten yang gagal memenuhi kriteria data dikeluarkan dari kumpulan data. Oleh sebab itu, penelitian menggunakan metode pemrosesan data sekunder, seperti yang terlihat dalam Gambar 2 di bawah ini:





Sumber Data : Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Gambar 2. Model Struktur sudah FIT

Indikator validitas yang ditunjukkan oleh nilai faktor penambahan dapat dinilai dengan validitas konvergen. Ini terjadi jika nilai faktor penambahan lebih besar dari 0,7.

Tabel 6. Hasil Nilai Convergen

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Penggunaan Mobile Banking	X ₁ -1	0.797	Valid
	X ₁ -2	0.778	Valid
	X ₁ -3	0.810	Valid
	X ₁ -4	0.803	Valid
Potensi Resiko	X ₂ -2	0.783	Valid
	X ₂ -4	0.873	Valid
Kepercayaan Nasabah	Y-1	0.788	Valid
	Y-2	0.728	Valid
	Y-3	0.756	Valid
	Y-4	0.739	Valid
	Y-5	0.782	Valid
Literasi Keuangan	Z-2	0.870	Valid
	Z-5	0.826	Valid

Sumber Data : Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Untuk menilai validitas discriminant, setelah nilai faktor penambahan telah

dipenuhi, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dapat dibandingkan. Nilai AVE harus lebih besar dari 0,5, yang berarti hasil AVE memiliki konvergen validitas yang bagus.

Tabel 7. Hasil Nilai Convergent Validity Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	0.636	Valid
Potensi Risiko	0.688	Valid
Kepercayaan Nasabah	0.576	Valid
Literasi Keuangan	0.720	Valid

Sumber Data : Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Pengujian ini menilai validitas dan reliabilitas menggunakan reliabilitas komposit dan *Alpha Cronbach*. Jika nilai gabungan reliabilitas dan *Cronbach Alpha* sama dengan 0,7, variabel dianggap reliabel.

Tabel 8. Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Penggunaan <i>Mobile banking</i>	0.809	0.875	Valid
Potensi Risiko	0.552	0.815	Valid
Kepercayaan Nasabah	0.816	0.871	Valid
Literasi Keuangan	0.613	0.837	Valid

Sumber Data : Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Nilai-nilai variabel yang tertera dalam Tabel 8 menjelaskan bahwa nilai reliabilitas komposit lebih dari 0.70, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut menghasilkan nilai reliabilitas yang baik yang memenuhi batas nilai yang ditetapkan. Namun, nilai literasi keuangan dan potensi risiko *Cornbach's Alpha* kurang dari 0.70.

b. Inner Model

Pengujian pada model dalam, juga dikenal sebagai koefisien determinasi, dilakukan setelah pengujian pada model luar selesai. Hasil uji *R-Square* adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Pengujian R Square

	R Square
Kepercayaan Nasabah	0.595

Sumber Data : Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Menurut hasil Tabel 9, variabel kepercayaan nasabah dapat bertanggung jawab atas penggunaan *mobile banking* dan potensi risiko sebagai variabel independen sebesar 59,5%. Selain itu, nilai *R-Square* kepercayaan nasabah sebesar 0,595 menunjukkan bahwa variabel ini juga dapat bertanggung jawab atas variabel

independen penggunaan *mobile banking*. Jumlah sisa, atau 40.5%, disebabkan oleh penelitian lain dengan berbagai variabel.

4.2 Pembahasan

Tabel 10. Hasil Pengujian Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Literasi Keuangan -> Kepercayaan Nasabah	0.222	0.222	0.059	3.758	0.000
Penggunaan <i>Mobile Banking</i> -> Kepercayaan Nasabah	0.331	0.339	0.078	4.243	0.000
Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Literasi Keuangan -> Kepercayaan Nasabah	-0.020	-0.023	0.067	0.303	0.762
Potensi Resiko -> Kepercayaan Nasabah	0.358	0.352	0.060	5.983	0.000
Potensi Resiko Literasi Keuangan -> Kepercayaan Nasabah	-0.002	-0.001	0.071	0.032	0.975

Sumber Data : Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Dalam menguji hipotesis, software SmartPLS digunakan dengan perhitungan *bootstrapping* pada sampel. Hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah

Hipotesis pertama adalah bahwa kepercayaan pelanggan dipengaruhi oleh *mobile banking*. Nilai t-statistik adalah 4.243 dan nilai p-value adalah 0.000; nilai t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu 1.96, dan nilai p-value kurang dari 0.05. Karena ada bukti bahwa *mobile banking* memiliki dampak positif yang signifikan

terhadap kepercayaan pelanggan, hipotesis pertama tentang dampak *mobile banking* terhadap kepercayaan pelanggan diterima.

Studi sebelumnya (A. Madaniah & E. Suprayitno, 2022) menemukan hasil penggunaan *mobile banking* berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Studi tersebut tidak searah dengan temuan penelitian lain (Muhammad & Wulandari, 2024) yang menemukan bahwa penggunaan *e-banking* tidak dipengaruhi kepercayaan nasabah.

b. Potensi Risiko berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah

Pada hipotesis kedua, kemungkinan risiko memengaruhi kepercayaan pelanggan. Hipotesis perlindungan pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan diperoleh karena nilai *p-value* kurang dari 0.05 dan nilai *t-statistik* lebih besar dari 1.96.

Penelitian ini searah dengan penelitian sebelumnya (Muhammad & Wulandari, 2024) yang menemukan bahwasannya risiko potensial berdampak pada kepercayaan pelanggan.

c. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah

Pada hipotesis ketiga menyatakan bahwa pengetahuan keuangan pelanggan memengaruhi kepercayaan mereka. Ada nilai *p-value* 0,000 dan nilai *t-statistik* 3,758. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan, akibatnya nilai *p-value* kurang dari 0.05 dan nilai *t-statistik* lebih besar dari 1.96.

Penelitian ini searah dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa literasi keuangan memengaruhi kepercayaan nasabah (Maulana, 2020).

d. Literasi Keuangan memperkuat pengaruh Penggunaan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah secara signifikan

Pada hipotesis keempat, literasi keuangan menunjukkan kemampuan untuk mengontrol penggunaan perbankan seluler terhadap kepercayaan nasabah; ada nilai *p-value* sebesar 0.762 dan nilai *t-statistik* sebesar 0.303, dengan nilai *p-value* yang lebih besar dari 0,05 dan nilai *t-statistik* yang lebih rendah dari 1,96. Hasilnya menunjukkan bahwa, meskipun tidak signifikan, hipotesis memiliki efek positif. Hipotesis keempat ditolak karena literasi keuangan tidak dapat mengontrol dampak penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah.

Temuan penelitian ini menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak mengurangi pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman nasabah tentang keuangan atau ketidakmampuan mereka dalam mengelola keuangan secara efektif. Akibatnya, literasi keuangan tidak mengurangi pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepercayaan nasabah.

Studi sebelumnya (A. Madaniah & E. Suprayitno, 2022) menunjukkan bahwa keahlian finansial tidak meningkatkan dampak penggunaan *e-banking* terhadap

kepercayaan nasabah. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian terdahulu (Muhammad & Wulandari, 2024) yang menunjukkan bahwa keahlian finansial mengurangi dampak buruk penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah.

e. Literasi Keuangan memperkuat pengaruh Potensi Resiko terhadap Kepuasan Nasabah secara signifikan

Hipotesis kelima mengatakan bahwa pengetahuan keuangan dapat menurunkan dampak potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah. Ada nilai t-statistik 0,032 dan nilai *p-value* 0,975. Nilai *p-value* lebih dari 0,05 dan nilai t-statistik kurang dari 1,96. Hasilnya menunjukkan bahwa, meskipun tidak signifikan, hipotesis memiliki efek positif. Hipotesis kelima ditolak karena literasi keuangan tidak dapat mengontrol dampak potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah.

Menurut penelitian lain yang tidak searah (Muhammad & Wulandari, 2024) dimana mereka mengatakan bahwa literasi keuangan dimoderasikan positif potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan selanjutnya diperoleh dari hasil yang diperoleh:

1. Penggunaan *mobile banking* berdampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah.
2. Potensi risiko berdampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah.
3. Literasi keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah.
4. Hubungan antara kepercayaan nasabah dan penggunaan *mobile banking* tidak mampu dimoderasi secara signifikan oleh literasi keuangan.
5. Hubungan antara potensi risiko dan kepercayaan nasabah tidak mampu dimoderasi secara signifikan oleh literasi keuangan.

6. REFERENSI

- A. Madaniah, & E. Suprayitno. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1205–1213. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (2015th ed.). Penerbit Andi.
- Agustina, H., & Soelistya, D. (2018). Analisis Struktur Kepemilikan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. *Business and Finance Journal*, 3(2), 85–94. <https://doi.org/10.33086/bfj.v3i2.634>
- Akob, R., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269–283. <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i9.480>
- Azizah, S. N., Azhari, A. R., & Wahyudi, R. (2020). Covid-19 Outbreak: Islamic

- Banking Challenges in Indonesia. *Jurnal Islam in World Perspectives Symposium*, 1(1), 134–141.
- Byrne, A. (2007). Employee Saving and Investment Decisions in Defined Contribution Pension Plans: Survey Evidence from the UK. *Department of Accounting and Finance*, 11(1), 1–30. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeo.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Fauziah, A., & Tenrypada. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan E-Banking(Survei pada Nasabah BRI Syariah di Kota Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.40.74-81>
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal of the Association for Information Systems*, 3(1), 27–53. <https://doi.org/10.17705/1jais.00022>
- Joshi, R., Pavithra, N., & Singh, C. K. (2022). Internet an Integral Part of Human Life in 21st Century: A Review. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 41(36), 12–18. <https://doi.org/10.9734/cjast/2022/v41i363963>
- Lewis, W., & Agarwal, R. (2003). Sources of Influence on Beliefs About Information Technology Use: an Empirical Study of Knowledge Workers. *MIS Quarterly*, 27(4), 657–678.
- Maulana, D. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Pada Produk Perbankan Syariah. *Syntax Idea*, 04(2), 305–322.
- Muhammad, F. R., & Wulandari, E. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Potensi Risiko Terhadap Kepercayaan Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Literasi Keuangan (Studi Pada Komunitas Traveler Emak-Emak New RM). *Management & Accounting Expose E-ISSN*, 7(1), 94–105.
- Nasution, A. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (Vol. 8, Issue 02). <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>
- Palupi, A., Hartati, T., & Sofa, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Qris Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada UMKM. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis & MICE X, Vol 10,1*, 1–9. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snr/b/article/view/5607>
- Pinotoan, W. (2013). Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA, Vol.1 No.4(4)*, 192–201.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah*

- Indonesia*), 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Riski, D. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Kompetensi Individu Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Syariah (Studi Pada Masyarakat Pesisir Di Kota Banda Aceh). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rofiq, A. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). In *Universitas Brawijaya*.
- Romadon, A. S., & Nurhapsari, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada Bni 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2847>
- Simatupang, H. (2019). Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 6(2), 136–146. <https://doi.org/10.62214/jaw.v1i2.138>
- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J. P., Pelletier, L. G., & Mongeau, C. (1992). Ajzen and Fishbein's Theory of Reasoned Action as Applied to Moral Behavior: A Confirmatory Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 98–109. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.1.98>
- Vianney, G. (2022). Kuesioner Penelitian “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking.” In *Universitas Katolik Soegijapranata Semarang* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>