

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, PERSEPSI
MANFAAT DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGGUNAAN
BANK DIGITAL DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA MALANG
TAHUN 2026**



Oleh

PUTRI YULIA SALSABILLA

NIM : 220501110002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, PERSEPSI
MANFAAT DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGGUNAAN
BANK DIGITAL DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA MALANG
TAHUN 2026**

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Negeri (UIN)

Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh

PUTRI YULIA SALSABILLA

NIM : 220501110002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat dan Lierasi
Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital dengan Kepercayaan Sebagai
Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Malang Tahun 2026**

Oleh

Putri Yulia Salsabilla

NIM : 220501110002

Telah Disetujui Pada Tanggal 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

NIP. 198907102019031009

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Malang Tahun 2026

Oleh

Putri Yulia Salsabilla

NIM : 220501110002

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 27 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Penguji I

Dr. Maretha Ika Prajawati, M.M

NIP. 198903272018012002



2 Penguji II

Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

NIP. 199109272019032023



3 Penguji III

Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

NIP. 198907102019031009



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Setiani, M.M

NIP. 199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Yulia Salsabilla
NIM : 220501110002
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat dan Lierasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Malang Tahun 2026 adalah hasil karya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya, apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 12 Februari 2026

Hormat saya,



Putri Yulia Salsabilla

NIM : 220501110002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya berupa kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari kegelapan menuju cahaya kebenaran.

Penelitian ini penulis persembahkan kepada keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua penulis, Saiful Rofiqin dan Niswatin, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Semoga seluruh kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

HALAMAN MOTTO

“Berproses tidak selalu mudah, tetapi selalu bermakna.”

وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

“Dan apa pun kebaikan yang kamu kerjakan, sungguh Allah Maha Mengetahuinya.”

(QS. Al-Baqarah: 215)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang ku harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat, dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Bank Digital dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang.” Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan dalam menjalani setiap aspek kehidupan.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Setiani, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Feri Dwi Riyanto, M.E., CPM., CFP selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, ilmu, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih atas kesabaran, perhatian, dan dedikasi yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Niswatin dan Bapak Saiful rofiqin atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak terhingga.

7. Kepada keluarga besar The Big Familylly Apak Terima kasih atas segala kekuatan yang tercurahkan, terima kasih atas segala keyakinan yang tersampaikan, terima kasih atas segala kasih sayang yang tersiratkan, dan terima kasih atas segala tawa bersama kita pertahankan. Walau tak bisa berjumpa setiap saat, keberadaan kalian tetap berdampak dan menenangkan.
8. Kepada Grup Belajar Tadi Mesra yang telah menjadi wadah belajar bersama selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan, kerja sama, serta semangat saling membantu yang terjalin dalam grup ini memberikan kontribusi yang sangat berarti, baik dalam bentuk diskusi, pertukaran ide, maupun motivasi yang terus menguatkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
9. kepada Farin dan Izza sebagai teman sekaligus rekan seperjuangan dalam menempuh perkuliahan. Kebersamaan, dukungan moral, serta semangat yang diberikan selama proses akademik hingga penyusunan skripsi ini menjadi bagian penting dalam perjalanan peneliti.
10. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman kos Ahli Surga yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta menciptakan lingkungan yang kondusif dan penuh kebersamaan selama proses penyusunan skripsi. Kehadiran dan perhatian yang diberikan sangat membantu peneliti dalam menjaga semangat dan fokus selama menyelesaikan tugas akhir ini.
11. kepada teman-teman dalam circle Kopi Weekend dan Kawah Ijen yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, serta pengingat di setiap proses yang dijalani. Kebersamaan dan dukungan yang konsisten dari lingkaran pertemanan ini menjadi penyemangat tersendiri bagi peneliti dalam menghadapi berbagai tahapan penyusunan skripsi. Serta, kepada rekan kerja yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta pengertian selama peneliti membagi waktu antara pekerjaan dan penyusunan skripsi. Bantuan dan dukungan tersebut sangat berarti dalam menjaga kelancaran proses penyelesaian penelitian ini.
12. kepada seluruh responden, partisipan, serta semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah memberikan

kontribusi dalam pengumpulan data maupun kelancaran proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.

13. Terakhir, peneliti mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Putri Yulia Salsabilla, yang telah berusaha dengan sungguh-sungguh, bertahan dalam setiap proses, serta tidak menyerah hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Setiap langkah, usaha, dan ketekunan yang dilalui menjadi bagian penting dari pencapaian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, setiap proses yang dilalui dalam penyusunannya telah menjadi pembelajaran yang berharga. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah mendukung, membantu, dan menyemangati di setiap tahapnya. Meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, setiap perhatian dan kebaikan yang diberikan sangat berarti dan takkan terlupakan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, serta menjadi langkah kecil yang berarti dalam perjalanan ilmu dan kehidupan.

Malang, 05 Februari 2026

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
الملخص.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Kajian Teoritis	32
2.3 Kerangka Konseptual	55
2.4 Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	65
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	65
3.2 Lokasi Penelitian	65
3.3 Populasi dan Sampel	66
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	68
3.5 Data dan Jenis Data	70
3.6 Teknik Pengumpulan Data	71
3.7 Definisi Operasional Variabel	72

3.8	Skala Pengukuran.....	77
3.9	Analisis Data	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		84
4.1	Hasil Penelitian	84
4.2	Pembahasan.....	128
BAB V PENUTUP		151
5.1	Kesimpulan	151
5.2	Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA.....		154
LAMPIRAN.....		164

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. 2 Persamaan Perbedaan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 <i>Proportionate Stratified Random Sampling</i>	70
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	72
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	77
Tabel 3. 4 Kategori Penilaian R-Square.....	82
Tabel 3. 5 Kategori Penilaian F-Square	82
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	85
Tabel 4. 2 Karakteristik usia responden	86
Tabel 4. 3 Karakteristik Jumlah Responden	86
Tabel 4. 4 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Penggunaan Bank Digital (Y).....	87
Tabel 4. 5 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X1)	90
Tabel 4. 6 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat (X2)	92
Tabel 4. 7 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Literasi Keuangan (X3)	95
Tabel 4. 8 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (Z)	99
Tabel 4. 9 Outer Loading	102
Tabel 4. 10 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	103
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)	104
Tabel 4. 12 Discriminant Validity Fornell-Lacker Criterion.....	106
Tabel 4. 13 Discriminant Validity Cross Loading.....	107
Tabel 4. 14 Heterotrait Monotrait Ration (HTMT)	109
Tabel 4. 15 Assess the Structural Model for Collinearity Issues (VIF)	110
Tabel 4. 16 Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)	112
Tabel 4. 17 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....	115
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi (R^2).....	118
Tabel 4. 19 Effect size (f^2)	119

Tabel 4. 20 Predictive Relevance (Q2)	120
Tabel 4. 21 SRMR	121
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital	121
Tabel 4. 23 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digital	122
Tabel 4. 24 Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital	123
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan	123
Tabel 4. 26 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan	124
Tabel 4. 27 Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan	125
Tabel 4. 28 Uji Hipotesis Langsung Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital	125
Tabel 4. 29 Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan	126
Tabel 4. 30 Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan	127
Tabel 4. 31 Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Bank Digital.....	3
Gambar 2. 1 Diagram Tam.....	33
Gambar 2. 2 Model TPB.....	35
Gambar 2. 3 Model TRA	37
Gambar 2. 4 Model UTAUT	39
Gambar 2. 5 Kerangka Konseptual.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	164
Lampiran 2 Jawaban Responden	168
Lampiran 3 Hasil Olah Data	189
Lampiran 4 Bebas Plagiasi.....	201
Lampiran 5 Jurnal Bimbingan	202
Lampiran 6 Biodata	204

ABSTRAK

Salsabilla, Yulia Putri. 2026. Skripsi. Judul: “Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat, dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Bank Digital dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang”

Pembimbing : Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat, dan Literasi Keuangan, Bank Digital, Kepercayaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan transaksi, persepsi kegunaan, dan literasi keuangan terhadap penggunaan perbankan digital, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi di kalangan mahasiswa Generasi Z di Kota Malang. Studi ini menerapkan metode kuantitatif berbasis desain asosiatif. Pengumpulan data dilakukan via kuesioner survei dengan skala Likert 5 tingkat, melibatkan 157 responden dari lima perguruan tinggi unggulan di Malang. Analisis data memanfaatkan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) pada aplikasi SmartPLS. Temuan mengungkap bahwa persepsi kemudahan transaksi serta persepsi kegunaan dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan perbankan digital. Selain itu, variabel-variabel ini juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

Kepercayaan terbukti memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap adopsi perbankan digital, sekaligus berperan sebagai mediator penting dalam menghubungkan persepsi kemudahan transaksi, persepsi kegunaan, literasi keuangan, dengan tingkat penggunaan perbankan digital. Dengan ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan, manfaat, dan literasi keuangan, baik secara langsung maupun melalui pembentukan kepercayaan, berperan sebagai faktor kunci dalam mendorong adopsi perbankan digital di kalangan mahasiswa Generasi Z.

ABSTRACT

Salsabilla, Yulia Putri. 2026. Thesis. Title: *“The Effect of Perceived Ease of Transaction, Perceived Benefits, and Financial Literacy on the Use of Digital Banking with Trust as a Mediating Variable among Generation Z Students in Malang City”*

Pembimbing : Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

Kata Kunci : *Perceived Ease, Perceived Usefulness, Financial Literacy, Trust, Digital Banking*

This study aims to analyze the effect of perceived ease of transaction, perceived usefulness, and financial literacy on digital banking usage, with trust as a mediating variable among Generation Z students in Malang City. This research employs a quantitative approach with an associative research design. Data were gathered via a 5-point Likert-scale survey administered to 157 participants from five prominent universities in Malang City. Analysis employed Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS software. The results indicate that perceived ease of transaction, perceived usefulness, and financial literacy have a positive and significant effect on digital banking usage.

Furthermore, these variables also have a positive and significant effect on trust. Trust is proven to have a positive and significant effect on digital banking usage and significantly mediates the relationship between perceived ease of transaction, perceived usefulness, financial literacy, and digital banking usage. In summary, the results indicate that perceived ease of use, benefits, and financial literacy either directly or via trust-building serve as key drivers in promoting digital banking uptake among Generation Z students.

المخلص

سالسابيللا، يوليا بوتري. عام ألفين وستة وعشرين. رسالة جامعية

العنوان: تأثير إدراك سهولة المعاملات، وإدراك المنفعة، ومحو الأمية المالية على استخدام البنوك الرقمية في مدينة مالانج Z مع الثقة كمتغير وسيط لدى طلاب الجيل

المشرف: فري دوي رياننوتو، ماجستير في الاقتصاد، محترف معتمد في إدارة المخاطر، مخطط مالي معتمد

الكلمات المفتاحية: إدراك سهولة المعاملات، إدراك المنفعة، محو الأمية المالية، البنوك الرقمية، الثقة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير إدراك سهولة المعاملات، وإدراك المنفعة، ومحو الأمية المالية على في مدينة مالانج. اعتمدت الدراسة Z استخدام البنوك الرقمية، مع اعتبار الثقة متغيراً وسيطاً لدى طلاب الجيل المنهج الكمي باستخدام تصميم بحث ترابطي، من أجل فهم العلاقة بين المتغيرات المدروسة بشكل علمي ومنهجي.

تم جمع البيانات من خلال استبيان باستخدام مقياس ليكرت المكوّن من خمس نقاط، وشارك في الدراسة مائة وسبعة وخمسون طالباً من خمس جامعات في مدينة مالانج. وتم تحليل البيانات باستخدام نموذج المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية من خلال برنامج سمارت بي إل إس.

وأظهرت نتائج الدراسة أن إدراك سهولة المعاملات، وإدراك المنفعة، ومحو الأمية المالية تؤثر تأثيراً إيجابياً، ودالاً إحصائياً على استخدام البنوك الرقمية. كما ثبت أن الثقة تؤثر بشكل إيجابي على استخدام البنوك الرقمية وتؤدي دوراً وسيطاً في العلاقة بين المتغيرات المستقلة واستخدام البنوك الرقمية، مما يدل على أهمية الثقة Z. في تعزيز استخدام البنوك الرقمية لدى طلاب الجيل.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era kemajuan teknologi digital kian semakin pesat, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem keuangan, mencakup aspek operasional, model bisnis, hingga cara interaksi antara lembaga keuangan dengan nasabah. Digitalisasi telah mendorong lembaga keuangan untuk menggantikan sistem manual dan konvensional dengan sistem berbasis teknologi yang lebih efisien, *real-time*, dan terintegrasi. Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi cara transaksi, tetapi juga mengubah lanskap persaingan, struktur kelembagaan, dan perilaku konsumen dalam mengakses layanan keuangan. Disrupsi teknologi mendorong industri di Indonesia untuk mengambil langkah adaptif dan responsif secara cepat perbankan tengah mengalami pergeseran menuju era yang serba digital. Pergeseran ini ditandai dengan munculnya inovasi baru dalam layanan perbankan digital. Dalam beberapa tahun terakhir, industri teknologi keuangan (*FinTech*), yang bekerja sama dengan berbagai teknologi lain, telah menjadi pendorong utama untuk inovasi layanan perbankan digital (Batubara & Anggraini, 2022). Perbankan memegang peran krusial dalam perekonomian suatu negara, karena turut mendukung pemerintah dalam menjaga stabilitas ekonomi, moneter, dan sistem keuangan melalui kebijakan bank sentral (Tarigant et al., 2022).

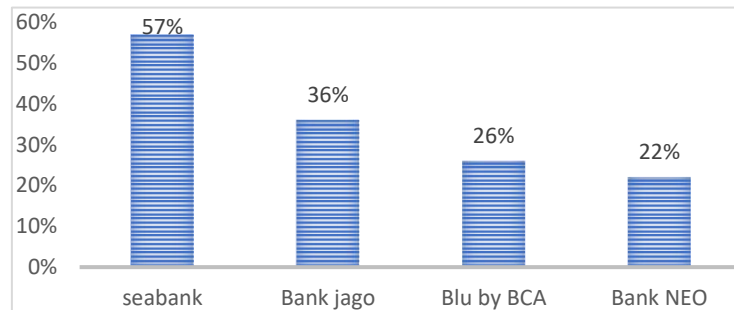
Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), total nilai transaksi perbankan digital pada bulan Mei 2024 tercatat sebesar Rp 5.570,49 triliun dengan peningkatan tahunan sebesar 10,82%. Sebuah penelitian oleh Populix yang berjudul "Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi Bank Digital di Indonesia" menunjukkan bahwa pertumbuhan perbankan digital didorong oleh berbagai faktor. Beberapa alasan tersebut termasuk keamanan data dan transaksi yang penting sebesar 31 persen, kemudahan akses aplikasi sebesar

12 persen, kelengkapan fitur dalam aplikasi sebesar 12 persen, keterhubungan dengan layanan keuangan lainnya sebesar 11 persen, serta promo khusus sebesar 10 persen yang menjadi hal-hal yang dicari dari aplikasi bank digital. Menurut Peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2018, Layanan perbankan digital adalah layanan yang disediakan melalui media elektronik dan dirancang untuk memaksimalkan penggunaan data nasabah (Didenko & Buckley, 2021).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan bank digital terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pengguna, khususnya dikalangan generasi z. Menurut Cecchetti & Schoenholtz, (2023) bank digital biasanya bisa melakukan semua kegiatan perbankan seperti membuka akun, melakukan transfer, menyimpan uang, dan menutup akun hanya dengan menggunakan ponsel atau alat elektronik, tanpa harus pergi ke bank secara langsung. Selain itu, bank digital biasanya tidak mempunyai cabang kantor fisik (kecuali kantor pusat) atau hanya memiliki sedikit kantor fisik. Hal ini mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12 Tahun 2021.

Perbankan digital makin maju karena dukungan besar dari anak muda, yang jadi kelompok paling banyak di Indonesia sekarang. Gen Z, yang sudah akrab sama internet dan teknologi dari kecil, punya peran besar dalam membentuk ekonomi digital (Rithmaya et al., 2024). Kemajuan dalam teknologi informasi, bersamaan dengan meningkatnya persaingan antara bank, telah mendorong munculnya ide-ide baru untuk menawarkan berbagai pilihan layanan perbankan yang aman, cepat, efisien, dan mendunia. Salah satu inovasi yang banyak diterapkan di lembaga keuangan saat ini adalah konsep perbankan digital, yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan aman tanpa harus hadir secara langsung di bank. Bank digital yang sering digunakan pada saat ini yakni Seabank, Bank Jago, Blue by BCA dan Bank NEO.

Gambar 1. 1
Penggunaan Bank Digital



Sumber: Detikfinance (2024)

Grafik ini menunjukkan pilihan penggunaan bank digital oleh pengguna, dengan Seabank berada di peringkat teratas 57 persen, yang didorong oleh penawaran *cashback* dan integrasinya yang kuat dengan platform *e-commerce* seperti Shopee. Posisi kedua diisi oleh Bank Jago 36 persen, yang menarik pengguna dengan fitur investasi dan kemampuan berintegrasi dengan aplikasi keuangan lain. Blue by BCA memiliki angka 26 persen, namun, meskipun didukung oleh BCA, penggunaannya masih lebih rendah jika dibandingkan dengan kompetitornya. Bank Neo berada di urutan terendah 22 persen, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya daya tarik branding, fitur yang masih dianggap tidak mencolok, atau target pasar yang lebih sempit.

Penggunaan bank digital di Indonesia semakin menguat, didorong oleh Gen Z dan Milenial yang merupakan kelompok pengguna paling aktif. Kedua generasi ini secara rutin melakukan berbagai transaksi harian, mulai dari transfer, top-up *e-wallet*, pembayaran QRIS, menabung, hingga pembayaran tagihan dengan frekuensi yang tinggi, yakni 1 hingga 10 kali per bulan (Dio Prasasti, 2025).

Penelitian ini berfokus pada lima universitas terbesar di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), Universitas Negeri Malang (UM), Politeknik Negeri Malang (POLINEMA), dan Universitas Muhammadiyah

Malang (UMM), yang secara keseluruhan untuk populasinya sebesar 192,754. Preferensi ini dipengaruhi oleh kemudahan dalam bertransaksi, rendahnya biaya administrasi, serta program promosi dan *cashback*. Seabank semakin diuntungkan karena koneksinya dengan ekosistem *e-commerce* yang mendorong pengguna untuk bertransaksi dengan lebih sering, menjadikannya pilihan utama bagi mereka yang memiliki perilaku konsumtif tinggi. Di sisi lain, bank digital lainnya masih memiliki kesempatan untuk tumbuh dengan memperbaiki strategi pemasaran dan menawarkan fitur layanan yang lebih menarik bagi generasi muda. Persepsi terhadap kemudahan dipahami sebagai keyakinan individu bahwa semakin mudah sebuah teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan orang akan menggunakannya. Kemungkinan sistem tersebut dimanfaatkan secara optimal dalam perilaku penggunaan teknologi informasi.

Menurut Jogiyanto (2015) Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa mengoperasikan sebuah teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa banyak hambatan. Oleh karena itu, apabila konsumen merasa jika sebuah sistem informasi dianggap mudah untuk dioperasikan, maka pengguna cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk memanfaatkannya. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian temuan Noviyanti & Erawati (2021) kemudahan dan efektivitas secara positif dan signifikan berkontribusi pada meningkatnya minat individu untuk bertransaksi melalui teknologi finansial (*financial technology*). Diperkuat oleh Mawardani & Dwijayanti (2021) Tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem pembayaran dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas harian. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap minat individu untuk menggunakannya. Hal ini terbukti juga oleh Pradini & Susanti (2021) terdapat pengaruh positif yang signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat dan perilaku penggunaan *Mobile banking*. Sejalan oleh Mun et al. (2017) persepsi kemudahan penggunaan terbukti menjadi pendorong utama minat

masyarakat Malaysia dalam menggunakan *Mobile payment*. Dengan ini persepsi kemudahan penggunaan tidak hanya signifikan, tetapi juga memainkan peran kunci dalam mendukung kesuksesan adopsi layanan finansial teknologi dan sistem pembayaran elektronik.

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan dapat menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk memanfaatkan QRIS. Mengacu pada Teori TAM (*Technology Acceptance Model*), *Perceived Ease of Use*, atau kemudahan dalam menggunakan teknologi, menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan saat individu memutuskan untuk mengadopsi suatu inovasi teknologi. Ketika individu merasa bahwa QRIS mudah digunakan, maka mereka cenderung menjadikannya sebagai salah satu alternatif dalam melakukan transaksi. Sikap positif yang muncul karena kemudahan ini turut mendorong peningkatan penggunaan QRIS di kalangan masyarakat, bahkan hingga terintegrasi dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, Semakin besar tingkat kemudahan yang dipersepsikan oleh individu, semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan teknologi. Temuan ini didukung oleh berbagai studi sebelumnya dari Adinda (2022), Altwairesh et al. (2021), Wardhani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan memang memainkan peran penting dalam mendorong keputusan penggunaan QRIS.

Meskipun pengguna merasakan kemudahan dalam penggunaan, hal tersebut ternyata tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan bank digital syariah. Salah satu penyebabnya adalah tidak adanya layanan fisik atau kantor cabang pada bank digital syariah, yang menimbulkan kekhawatiran terkait keamanan data dan transaksi. Akibatnya, perhatian pengguna lebih terfokus pada aspek keamanan dibandingkan dengan kemudahan penggunaan (Cupian et al., 2022). Penelitian sebelumnya mengenai *Mobile banking* juga mengindikasikan bahwa pandangan terhadap kemudahan penggunaan memberikan dampak yang lebih kecil dibandingkan dengan persepsi terhadap keamanan atau kredibilitas. Namun dengan Euglezyano & Murtiasih (2025) menunjukkan

bahwa persepsi kemudahan tidak signifikan terhadap minat dalam menggunakan *Mobile banking* pada era modern saat ini dipengaruhi oleh tingkat pemahaman nasabah terhadap teknologi.

Selain faktor kemudahan penggunaan, persepsi manfaat juga menjadi variabel penting yang memengaruhi sejauh mana individu bersedia menggunakan layanan bank digital. Dalam konteks penggunaan bank digital oleh generasi muda, persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem informasi akan meningkatkan kinerja atau hasil yang dicapainya. Berdasarkan konsep ini, persepsi kemanfaatan pada dasarnya merupakan kepercayaan konsumen yang menjadi fondasi dalam pengambilan keputusan (Widyasanti et al. 2023). Pandangan ini diperkuat oleh Venkatesh & Bala (2008) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi.

Dengan ini manfaat yang dirasakan dari teknologi keuangan digital tercermin pada kemampuan layanan tersebut signifikan dalam memberikan keuntungan nyata bagi penggunanya, termasuk generasi muda yang akrab dengan inovasi digital (Keni, 2020). Hal ini diperkuat dengan Ramadhan & Tamba (2022) membuktikan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hal ini sejalan oleh Nelyumna et al. (2022) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan *FinTech* sebagai sarana pembayaran digital. Hasil penelitian Syahri & Setyawati (2023) persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk minat penggunaan QRIS pada *BCA Mobile*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna pada dasarnya akan terdorong untuk mengadopsi layanan pembayaran digital jika mereka memandang teknologi tersebut berguna dan mampu meningkatkan efisiensi. Namun, terdapat hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat penggunaan *FinTech* (Aisyiah et al., 2023). Hal ini sejalan dengan Pratiwi

& Sofwan (2022) menyatakan variabel persepsi manfaat tidak berdampak signifikan terhadap niat penggunaan (*behavioral intention*) layanan *FinTech*.

Aspek lain yang turut memengaruhi perilaku penggunaan bank digital adalah literasi keuangan, yang berkaitan erat dengan pemahaman serta keterampilan dalam pengelolaan keuangan pribadi, literasi keuangan berperan memengaruhi sikap individu terhadap pemanfaatan layanan perbankan digital. Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, kemampuan, serta kepercayaan diri seseorang untuk menangani urusan finansial secara efektif (Putri et al., 2023). Kemampuan untuk mengatur keuangan pribadi dan membuat pilihan finansial yang tepat dikenal sebagai literasi keuangan. Ini termasuk pemahaman mengenai pendapatan, pengelolaan uang, menabung, investasi, pengeluaran, dan kredit. Berdasarkan Survei Literasi Keuangan Internasional, literasi keuangan dapat dinilai melalui beberapa aspek seperti manajemen keuangan umum, pinjaman dan tabungan, investasi, serta perlindungan asuransi. Kebiasaan mahasiswa dalam hal keuangan terlihat dari cara mereka membayar tagihan tepat waktu, membuat anggaran pribadi, serta menabung untuk keperluan di masa depan. Di samping itu, faktor budaya dan lokasi geografis juga mempengaruhi cara seseorang mengelola keuangannya. Tingkat pemahaman keuangan memengaruhi kebiasaan menabung dan berhubungan negatif dengan masalah finansial siswa. Pembelajaran di kampus meningkatkan perilaku keuangan melalui pengaruh sikap, sementara konsistensi dan perhatian terhadap manajemen keuangan mendukung perkembangan keterampilan finansial (Susilowati et al., 2020).

Terdapat beberapa studi yang membahas tentang literasi keuangan terhadap bank digital. Tingkat literasi keuangan yang rendah menggambarkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia masih belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai produk dan layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan formal (Dasra Viana et al., 2021). Edukasi keuangan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga

membekali individu dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang cermat. Tingkat literasi keuangan berpengaruh besar terhadap penerimaan dan pemanfaatan layanan perbankan elektronik (Puteri et al., 2024).

Bagi Generasi Z, literasi keuangan yang mumpuni sangat krusial untuk membentuk sikap dan perilaku keuangan yang baik. Literasi keuangan digital, yaitu kemampuan mengelola keuangan dalam ekosistem digital menjadi penentu utama. Kemampuan ini secara positif memengaruhi minat mereka untuk bertransaksi menggunakan sistem pembayaran digital. Artinya, semakin mahir Generasi Z dalam literasi keuangan digital, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengadopsi pembayaran non-tunai (Chanafaro & Sari, 2024). Temuan Ong & Nuryasman (2022) memperkuat hal ini dengan menunjukkan hubungan positif antara literasi keuangan dan niat penggunaan pembayaran digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munari & Susanti (2021) menunjukkan literasi keuangan diketahui memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Diperkuat oleh Rudakova & Markova (2020) ditemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Namun demikian, temuan dari Gustantio et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Hal ini sejalan dengan Zakiyyah et al. (2020) bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran digital (*m-payment*).

Hasil berbagai penelitian yang tidak konsisten tentang pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan *finansial literacy* yang dirasakan terhadap penggunaan sehingga perlunya memasukkan variabel tambahan, dalam hal ini adalah kepercayaan (*Trust*). Penelitian Kantika et al. (2022) membuktikan adanya pengaruh mediasi yang signifikan dari kepercayaan terhadap adopsi bank digital. Temuan ini menegaskan esensi kepercayaan sebagai elemen fundamental yang menentukan keputusan konsumen dalam

menggunakan layanan bank digital. Penelitian Prayudi et al. (2022) menunjukkan peran mediasi *Trust* (kepercayaan) yang memperkuat hubungan kausal antara *Perceived Ease of Use* dan *intention to reuse*. Hasil ini sejalan dengan pernyataan bahwa kepercayaan menjadi mediator positif dan signifikan dalam pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat penggunaan ulang. Namun tidak sejalan dengan peneliti Naufaldi & Tjokrosaputro (2020) menemukan bahwa *Trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (p-value) yang tinggi dan koefisien pengaruh yang sangat kecil, sehingga hipotesis yang menyatakan *Trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* tidak dapat didukung. Hal ini diperkuat oleh Ramadhan et al. (2023) mengungkapkan bahwa kepercayaan (*Trust*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada nasabah Bank CIMB Niaga Makassar. Hal ini mengisyaratkan bahwa *Trust* bukanlah faktor penentu utama dalam adopsi layanan pembayaran digital.

Diketahui bahwa ada berbagai elemen-elemen yang berperan dalam membentuk tingkat pemahaman keuangan di kalangan generasi muda. Beberapa di antaranya adalah dampak dari kebiasaan keuangan dalam keluarga, pendidikan keuangan di universitas, pengaruh dari teman, dan perilaku finansial. Dari berbagai faktor tersebut, pendidikan keuangan di universitas sangat penting dalam membentuk literasi keuangan pada generasi muda. Seiring dengan beragam dan kompleksnya lingkungan ekonomi, kebutuhan untuk memperoleh pengetahuan ini menjadi semakin penting. Pengajaran yang diberikan di bangku kuliah merupakan langkah awal bagi mahasiswa untuk belajar tentang Pemahaman keuangan serta metode untuk menanamkan kebiasaan positif dalam pengelolaan keuangan secara efektif. Mahasiswa adalah kelompok yang paling cepat menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan menyertakan elemen modern (Oktaviani et al., 2023).

Dalam dinamika perkembangan keuangan digital yang semakin pesat, kepercayaan pengguna menjadi landasan utama dalam keberhasilan adopsi layanan bank digital. Pemahaman keuangan yang baik atau literasi keuangan memiliki peran penting dalam membangun rasa percaya tersebut, karena pengetahuan yang memadai mengenai produk dan konsep keuangan dapat memberikan keyakinan bagi individu untuk menilai manfaat sekaligus risiko dari layanan digital yang dipakai. Namun, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dengan tingkat kepercayaan pengguna masih menghasilkan temuan yang beragam dan belum konsisten.

Seperti studi yang dilakukan oleh Wasana & Telagawathi (2023) Hasil analisis mengindikasikan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Mawardani & Dwijayanti (2021) tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem pembayaran dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas harian. Peneliti Agustino & Yousida (2021) memperkuat dengan menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat memakai e-wallet, yang dimediasi oleh faktor kepercayaan. Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai mediator penting dalam relasi antara persepsi kemudahan dan niat penggunaan e-wallet. Namun demikian, hal tidak sejalan oleh Euglezyano & Murtiasih (2025) penelitian sebelumnya mengenai Minat dalam menggunakan *Mobile banking* pada era modern saat ini dipengaruhi oleh tingkat pemahaman nasabah terhadap teknologi yang masih terdapat nasabah yang menilai tampilan aplikasi *Mobile banking* cukup rumit sehingga sulit untuk dipahami. Hal serupa diungkapkan oleh Rizkyla et al. (2024) menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan relatif lebih rendah dibandingkan variabel lain, sehingga diperlukan kajian lanjutan untuk memperdalam pemahaman mengenai hubungan tersebut.

Selain persepsi kemudahan, persepsi manfaat juga memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Studi sebelumnya menunjukkan temuan yang beragam namun cenderung mendukung adanya hubungan positif. Venkatesh & Bala (2008) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi. Keni (2020) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari teknologi keuangan digital tercermin pada kemampuan layanan tersebut dalam memberikan keuntungan nyata bagi penggunanya, termasuk generasi muda yang akrab dengan inovasi digital. Bahkan, menurut Rizkyla et al. (2024) persepsi manfaat memberikan kontribusi paling kuat terhadap kepercayaan dibanding faktor lainnya. Hal ini sejalan dengan Evitasari et al. (2023) menemukan bahwa kepercayaan memiliki peran penting sebagai variabel mediasi yang menguatkan pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital. Namun, terdapat hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat penggunaan *FinTech* (Aisyiah et al., 2023). Diperkuat oleh Widyasanti et al. (2023) mengungkapkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemanfaatan dengan penggunaan *Mobile payment*.

Variabel selanjutnya yang berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan pengguna adalah literasi keuangan. Studi yang dilakukan oleh Selfianti et al. (2025) tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong mahasiswa untuk lebih intens dalam memanfaatkan serta melakukan transaksi melalui layanan pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan Rudakova & Markova (2020) bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Lebih lanjut, kepercayaan mampu berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan serta memperkuat keterkaitan antara literasi keuangan dan adopsi pembayaran digital. Temuan ini mengonfirmasi bahwa literasi

keuangan secara positif dan signifikan memengaruhi kepercayaan terhadap layanan perbankan digital.

Hal itu sejalan dengan temuan Kantika et al. (2022) bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen pada bank digital. Meskipun signifikansi statistiknya tidak dinyatakan secara jelas, hasil penelitian mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi dapat mendorong peningkatan kepercayaan, yang pada akhirnya berujung pada tingginya adopsi layanan perbankan digital. Sebaliknya, studi lain seperti yang dilakukan oleh Gustantio et al. (2024), Adhliana et al. (2022) Literasi keuangan ternyata tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pemanfaatan layanan keuangan digital. Kondisi ini mengindikasikan adanya kemungkinan variabel lain yang berpotensi memediasi atau memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan tingkat kepercayaan pengguna.

Dalam banyak literatur, kepercayaan tercatat sebagai elemen fundamental yang secara stabil memprediksi tingkat adopsi dan intensitas penggunaan layanan *FinTech*. Wasana & Telagawathi (2023) temuan ini mengungkapkan bahwa semakin mudah suatu sistem dipersepsikan oleh pengguna, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan yang akan dibangun. Sementara Agustino & Yousida (2021) menunjukkan kepercayaan sebagai mediator penuh yang menghubungkan pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat mengadopsi *e-wallet*. Hal ini sejalan dengan Evitasari et al. (2023) menunjukkan bahwa pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan dimoderasi dan diperkuat oleh adanya kepercayaan sebagai variabel perantara. Rudakova & Markova (2020) mengungkapkan bahwa selain berdampak langsung pada penggunaan *e-banking*, literasi keuangan juga mempengaruhi adopsi pembayaran digital secara tidak langsung melalui peran mediasi kepercayaan, yang memperkuat hubungan di antara keduanya. Lebih lanjut Kantika et al. (2022) menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, cenderung semakin besar pula kepercayaannya pada bank digital.

Namun menurut Naufaldi & Tjokrosaputro (2020) Studi ini tidak berhasil membuktikan pengaruh signifikan kepercayaan terhadap niat penggunaan. Dengan nilai signifikansi yang tinggi dan besaran pengaruh yang sangat kecil, klaim bahwa *Trust* mampu meningkatkan *intention to use* tidak mendapatkan dukungan statistik.

Kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar literatur masih terkonsentrasi pada analisis pengaruh langsung dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap adopsi layanan keuangan digital konvensional (Evitasari et al., 2023; Munari & Susanti, 2021; Rizkyla et al., 2024; Widyasanti & Suarmanayasa, 2023). Namun, minimnya penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara bersamaan dalam konteks bank digital pada populasi Generasi Z sebagai digital *native* (generasi digital), menjadi celah akademis yang penting diteliti ulang. Sehingga, peran kepercayaan yang strategis dalam layanan *intangible* sering kali diposisikan sebagai variabel independen, bukan sebagai mediator. Dalam beberapa penelitian masih ditemukan hasil empiris yang beragam dan konsisten, sehingga urgensi penelitian dalam konteks demografis yang lebih relevan dan terperinci sangat diperlukan (Aisyiah et al., 2023; Cupian et al., 2022; Euglezyano & Murtiasih, 2025; Gustantio et al., 2024).

Dalam rangka memberikan kontribusi kebaruan pada perkembangan literatur, penelitian ini menghadirkan beberapa aspek keterbaruan (*novelty*) yang membedakannya dari studi-studi sebelumnya. Aspek pertama adalah reposisi teoretikal variabel kepercayaan dari yang semula sering dibingkai sebagai variabel independen menjadi variabel mediasi. Reposisi ini memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam tentang peran *Trust* sebagai mekanisme psikologis yang memediasi pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap intensi penggunaan. Aspek kedua adalah kekhususan konteks demografis pada Generasi Z, yang memungkinkan pendalaman pemahaman tentang dinamika adopsi teknologi pada segmen digital *native* (generasi digital)

sehingga implikasi penelitian ini memiliki relevansi strategis yang tinggi bagi pengembangan layanan perbankan digital di masa depan.

Penelitian ini sangat penting karena hasilnya berpotensi memberikan wawasan baru tentang pola konsumsi generasi muda dalam penggunaan bank digital, terutama dalam kaitannya dengan persepsi kemudahan bertransaksi, persepsi manfaat, dan tingkat literasi keuangan. Dengan semakin meningkatnya penggunaan layanan pada bank digital, maka memahami faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi menjadi krusial untuk mencegah dampak negatif seperti pengeluaran berlebihan atau ketergantungan pada layanan kredit digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan yang bermanfaat bagi institusi keuangan dan pihak regulator dalam menyusun program edukasi literasi keuangan yang lebih efisien dan terstruktur, guna mendorong penggunaan bank digital yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana generasi muda memanfaatkan layanan keuangan digital, bank dan *FinTech* dapat mengembangkan strategi yang tidak hanya meningkatkan inklusi keuangan, tetapi juga membantu menciptakan kebiasaan finansial yang lebih sehat di kalangan anak muda.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat dan *Financial Literacy* Terhadap Penggunaan Bank Digital dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi Pada Generasi Z Di Kota Malang”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan memengaruhi penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?

4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
5. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
6. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
8. Apakah kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
9. Apakah kepercayaan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?
10. Apakah kepercayaan memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui keterkaitan antara persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.
2. Mengetahui keterkaitan antara persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.
3. Mengetahui keterkaitan antara literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.
4. Mengetahui keterkaitan antara persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.
5. Mengetahui keterkaitan antara persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.
6. Mengetahui keterkaitan antara literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.

7. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara kepercayaan terhadap penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa generasi z.
8. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital dimediasi oleh mahasiswa generasi z.
9. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital dimediasi oleh mahasiswa generasi z.
10. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital dimediasi oleh mahasiswa generasi z.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis dalam memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dalam penggunaan layanan keuangan digital, khususnya di kalangan generasi muda. Dengan mengkaji persepsi kemudahan bertransaksi, dan literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para akademisi dan peneliti lain dalam mengembangkan kajian serupa. Selain itu, penelitian ini juga menambah pemahaman tentang faktor-faktor psikologis dan kognitif yang memengaruhi keputusan keuangan generasi muda dalam konteks digitalisasi perbankan yang terus berkembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi lembaga keuangan, khususnya bank digital dan *FinTech*, dalam merancang strategi pemasaran serta edukasi literasi keuangan yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda. Penelitian ini juga bermanfaat bagi regulator dan Pemerintah berperan dalam merumuskan kebijakan yang mendorong pemanfaatan layanan keuangan digital secara cermat dan bertanggung jawab. Dengan adanya pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku dan kebutuhan generasi muda dalam berinteraksi dengan bank digital,

diharapkan dapat tercipta ekosistem keuangan digital yang inklusif, aman, dan mendukung kestabilan finansial individu di masa depan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik yang akan dikaji telah dikumpulkan dan disusun sebagai bahan referensi serta pendukung untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang relevan yang digunakan penulis sebagai acuan dan rujukan. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang menguji variabel sejenis, ditemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) cenderung berpengaruh terhadap minat atau penggunaan layanan keuangan digital seperti bank digital, dompet digital, atau FinTech. Sejumlah studi, seperti yang dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti (2021), Putri et al. (2023), Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), Munari & Susanti (2021), Pradini & Susanti (2021), Gustantio et al. (2024), Rizkyla et al. (2024), Batubara & Anggraini (2022), Noviyanti & Erawati (2021), Cupian et al. (2022), Euglezyano & Murtiasih (2025) yang terdaftar, mendukung temuan ini.

Selanjutnya, persepsi manfaat (*perceived usefulness*) juga menjadi variabel yang diuji dalam penelitian-penelitian terkait adopsi layanan keuangan digital. Hal ini didukung oleh penelitian dari Rithmaya et al. (2024), Aisyiah et al. (2023), Widyasanti & Suarmanayasa (2023). Penelitian tersebut menunjukkan perbedaan hasil baik secara negatif maupun positif dalam penggunaan bank digital. Kemudian, literasi keuangan juga menjadi variabel yang sering digunakan oleh beberapa peneliti dalam mengukur faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan perbankan digital. Temuan ini didukung oleh penelitian dari Puteri et al. (2024), Dasra Viana et al. (2021), Selfianti et al. (2025). Lebih lanjut, kepercayaan (*trust*) juga dimanfaatkan oleh beberapa peneliti sebagai variabel mediasi dalam mengukur faktor-faktor yang memengaruhi

penggunaan bank digital temuan ini didukung oleh penelitian dari Prayudi et al. (2022), Kantika et al. (2022), Evitasari et al. (2023).

Penelitian terdahulu yang mengkaji persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, literasi keuangan, serta kepercayaan dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital menunjukkan hasil yang beragam dalam menjelaskan minat dan perilaku penggunaan. Sejumlah penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan, sementara penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan pada beberapa variabel. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa setiap variabel memiliki peran dan kekuatan pengaruh yang berbeda dalam membentuk minat serta keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Untuk mempermudah pemahaman, ringkasan hasil penelitian terdahulu tersebut disajikan secara lebih sistematis pada tabel berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Jurnal	Nama Peneliti dan Tahun Terbit	Variabel Penelitian dan Alat Analisis	Kesimpulan
1.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi <i>Cashback</i> Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee	Peneliti: Fitri Mawardani; Renny Dwijayanti Tahun terbit: 2021	Variabel penelitian dalam studi ini terdiri dari variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) dan Promosi <i>Cashback</i> (X2), serta variabel dependen yaitu Minat Mahasiswa dalam Menggunakan ShopeePay pada Aplikasi Shopee (Y). Alat analisis yang digunakan mencakup beberapa tahap uji untuk memastikan kualitas data dan analisis	Kesimpulan dari jurnal ini adalah bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan promosi <i>cashback</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee. Secara parsial, kedua variabel independen memberikan kontribusi yang berarti terhadap minat menggunakan, dengan persepsi kemudahan penggunaan punya kontribusi yang lebih besar dibanding promosi <i>cashback</i> .
2.	Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta	Melisa Tania Putri, Atika Jauharita Hatta, dan Cahyo Indraswono, dengan tahun penerbit 2023	1. Variabel Penelitian 2. Persepsi Manfaat 3. Persepsi Kemudahan Penggunaan 4. Kepercayaan 5. Gaya Hidup 6. Literasi Keuangan 7. Risiko 8. Penggunaan QRIS (variabel dependen)	Kesimpulan dari jurnal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen, yaitu persepsi terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, gaya hidup, literasi keuangan, serta persepsi risiko terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi QRIS sebagai sarana pembayaran digital. Model penelitian dinyatakan fit/layak berdasarkan

			Alat analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.	hasil uji F dengan nilai signifikansi yang diperoleh, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut mampu memprediksi penggunaan QRIS dengan baik.
3.	<i>Gen Z And The Future Of Banking: An Analysis Of Digital Banking Adoption</i>	Chitra Laksmi Rithmaya, Herwin Ardianto , Evi Sistiyarini Tahun 2024	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini mencakup: Expectancy, <i>habit</i> , <i>Trust</i> , Kondisi pendukung, harapan atas kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, motivasi kesenangan, serta pertimbangan terhadap nilai harga 1. Performance Alat analisis yang digunakan adalah teknik PLS-SEM (<i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i>)	Kesimpulan dari jurnal ini menunjukkan bahwa adopsi dan penggunaan perbankan digital oleh Generasi Z di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Pertama, performance expectancy terbukti menjadi variabel paling signifikan yang mempengaruhi niat perilaku pengguna, di mana Generasi Z merasa bahwa perbankan digital meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam transaksi perbankan digital, menunjukkan bahwa pengguna semakin terbiasa dengan kenyamanan yang ditawarkan. Penelitian ini menekankan pentingnya memahami karakteristik dan preferensi unik Generasi Z untuk meningkatkan layanan perbankan digital dan strategi pemasaran.
4.	The Mediating Role of <i>Attitude</i> toward Money on Students' <i>Financial Literacy</i> and Financial Behavior	Nurdian Susilowati Kardiyem Lyna Latifah,2020	Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang digunakan beserta alat analisisnya: 1. Variabel: - <i>Financial Literacy</i> (FL)	Penelitian yang dilakukan oleh Nurdian Susilowati, Kardiyem, dan Lyna Latifah mengungkapkan hubungan yang signifikan antara literasi finansial, sikap terhadap

			- <i>Attitude</i> toward Money (ATM) - Financial Behavior (FB) 2. Alat Analisis: - Descriptive Analysis: Digunakan untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel. - Path Analysis: Metode analisis statistik yang digunakan untuk menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel dalam model.	uang, dan perilaku finansial di kalangan mahasiswa di Universitas Negeri Semarang, Indonesia. Temuan penelitian mengungkapkan Literasi finansial memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap perilaku dalam mengelola keuangan, di mana mahasiswa yang memiliki tingkat pemahaman keuangan lebih baik cenderung membuat keputusan finansial yang lebih rasional. Selain itu, sikap terhadap uang berfungsi sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara literasi finansial dan perilaku finansial, menunjukkan bahwa cara mahasiswa memandang uang dapat memengaruhi penerapan pengetahuan finansial mereka dalam praktik sehari-hari. Penelitian ini juga menemukan bahwa sikap positif terhadap uang secara langsung memengaruhi perilaku finansial.
5.	"Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Digital di Kalangan Mahasiswa"	Penelitian ini dilakukan oleh Ananda Meylani Puteri, Intan Inanda, Rifaldy Bagus Prasetyo, dan Rudi Sanjaya pada tahun 2024.	Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yaitu pemahaman keuangan, kecakapan digital, dan preferensi terhadap bank digital di kalangan mahasiswa. Untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel tersebut,	Berdasarkan jurnal tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital berperan signifikan dalam memengaruhi preferensi mahasiswa. dalam menggunakan bank digital di Indonesia. Keduanya berperan sebagai faktor

			digunakan metode regresi linear berganda sebagai alat uji.	kunci yang mempengaruhi pemahaman dan kenyamanan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan perbankan digital.
6.	"Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (<i>FinTech</i>) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)"	Peneliti yang melakukan studi ini adalah Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati Tahun 2021	Variabel penelitian dalam studi ini meliputi persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan Efektivitas dalam penelitian ini, variabel-variabel yang diteliti berperan sebagai variabel independen, sedangkan minat dalam menggunakan <i>FinTech</i> ditetapkan sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan melalui metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 20.	Berdasarkan hasil penelitian, Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan serta efektivitas teknologi <i>FinTech</i> berkontribusi secara positif dan signifikan dalam membentuk minat para pelaku UMKM untuk mengadopsinya. Bantul untuk mengadopsi <i>FinTech</i> Sebaliknya, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan dan bahkan berpotensi negatif terhadap minat tersebut. Secara keseluruhan, ketiga variabel ini mampu menjelaskan sekitar 65,5% variabilitas minat penggunaan <i>FinTech</i> di kalangan UMKM.
7.	"Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah"	Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Sandi Awang Batu Bara dan tim penelitiannya, yang diterbitkan sekitar tahun 2022.	Penelitian ini mengkaji sejumlah variabel yang merepresentasikan layanan digital, mencakup persepsi terhadap kegunaan, kemudahan dalam penggunaan, kenyamanan, persepsi risiko, kepercayaan terhadap merek, serta inovasi layanan, yang semuanya dianalisis dalam hubungannya dengan minat generasi Z terhadap produk perbankan syariah. Pengolahan data	Studi ini menyimpulkan bahwa secara keseluruhan, keberadaan layanan digital secara signifikan memengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. Akan tetapi, ketika ditinjau secara individual, hanya persepsi terhadap manfaat yang terbukti memiliki pengaruh yang signifikan. Sementara itu, faktor-faktor seperti kemudahan

			dilakukan melalui uji <i>t</i> dan uji normalitas dengan bantuan software SPSS versi 25.0.	penggunaan, kenyamanan, persepsi terhadap risiko, kepercayaan merek, serta inovasi layanan digital tidak menunjukkan pengaruh yang berarti.
8.	<i>Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived usefulness, dan Trust terhadap Intention to use</i>	Nama peneliti: Iván dan Miharni Tahun terbit: 2020	Penelitian ini menguji beberapa variabel utama yaitu <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU), <i>Perceived usefulness</i> (PU), <i>Trust</i> , dan <i>Intention to use</i> (ITU) sebagai variabel dependen. Alat analisis yang digunakan meliputi uji validitas konvergen dan reliabilitas dengan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan <i>Composite Reliability</i> (CR), uji validitas diskriminan dengan HTMT, serta reliabilitas indikator melalui <i>outer loading</i> > 0.4. Untuk analisis hubungan antar konstruk, penelitian menggunakan analisis PLS-SEM dengan SmartPLS-SEM, yang mencakup evaluasi <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i> , serta uji multikolinearitas dengan VIF (<10)	Kesimpulannya: <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) dan <i>Perceived usefulness</i> (PU) berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan (<i>Intention to use</i> , ITU), sedangkan <i>Trust</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU. Selain itu, konstruk dalam model menunjukkan validitas dan reliabilitas yang layak, tidak terdapat masalah multikolinearitas, dan model memiliki kemampuan prediksi yang cukup tinggi untuk ITU.
9.	"Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek"	Penelitian ini diterbitkan oleh Eka Dasra Viana dan Firdha Febrianti pada tahun 2021.	Studi ini menelusuri hubungan antara keterkaitan antara literasi keuangan, tingkat inklusi keuangan, dan minat investasi di kalangan Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Proses analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif, pengujian validitas dan	Sebagai kesimpulan, temuan penelitian mengungkapkan bahwa tingkat inklusi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk berinvestasi, sementara literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

			reliabilitas indikator, serta penilaian Evaluasi terhadap model struktural (<i>Inner Model</i>) maupun model pengukuran (<i>Outer Model</i>) dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).	
10.	<i>“The Effect of Ease of Transaction, Digital Literacy, and Financial Literacy on The Use of E-banking”</i>	Penelitian ini dilakukan oleh Munari dan Susanti pada tahun 2021.	Variabel penelitian yang digunakan meliputi kemudahan transaksi, literasi digital, dan literasi keuangan sebagai variabel independen, serta penggunaan <i>e-banking</i> . Sebagai variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda sebagai teknik utama dalam pengolahan data. untuk menguji pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap penggunaan <i>e-banking</i> .	Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-banking</i> . Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam bertransaksi, literasi digital, serta literasi keuangan memegang peranan penting dalam mendorong adopsi layanan <i>e-banking</i> di kalangan mahasiswa.
11.	Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile banking</i> Bca, Bni, Bri	Penelitian ini Krissandi Tunggal Pradini Susanti (2021).	Variabel penelitian meliputi Pemahaman keuangan, kecakapan digital, persepsi kemudahan dalam penggunaan, serta pemanfaatan layanan <i>Mobile banking</i> . Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda sebagai teknik analisis utama, disertai dengan pengujian validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik guna menjamin kelayakan serta keakuratan data yang dianalisis.	Kesimpulan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa baik literasi digital atau literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap penggunaan layanan <i>Mobile banking</i> . Sebaliknya, persepsi kemudahan dalam penggunaan terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap tingkat pemanfaatan layanan tersebut. Selain itu, uji

				heteroskedastisitas membuktikan bahwa variabel literasi keuangan dan digital tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sementara variabel kemudahan penggunaan menunjukkan adanya gejala tersebut.
12.	Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya Dan <i>Positive word of mouth</i> (WOM) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>Mobile banking</i> BCA	Peneliti yang melakukan studi ini adalah Gary Euglezyano dan Sri Murtiasih, dan tahun terbitnya adalah tahun 2025.	Berdasarkan penelitian ini, variabel bebas meliputi kepercayaan, kemudahan penggunaan, risiko, biaya, dan word of mouth (WOM), sementara variabel terikatnya adalah minat menggunakan <i>Mobile banking</i> BCA. Analisis yang digunakan adalah metode <i>Partial Least Square</i> (PLS), yang mencakup pengujian validitas, reliabilitas, dan pengaruh antar variabel.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan dan biaya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna, sedangkan persepsi kemudahan, risiko, dan WOM tidak berpengaruh signifikan.
13.	<i>“The Application of Digital Banking to Promote Banking Products and Services”</i>	Nama peneliti adalah Olga S. Rudakova dan Olga M. Markova dari Financial University under the Government of the Russian Federation, diterbitkan pada tahun 2020	variabel pengeluaran digital banking dan pengaruhnya terhadap laba tahunan bank, serta variabel lain seperti pengeluaran iklan dan layanan informasi. Alat analisis pada jurnal ini menggunakan analisis korelasi dan regresi untuk mengembangkan model hubungan antara pengeluaran digital dan laba bank.	Kesimpulannya, peningkatan pengeluaran dalam digital banking dan strategi pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan laba bank secara signifikan.
14.	“Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> Mahasiswa Prodi S1	Peneliti adalah dilakukan oleh I.A.H Widyasanti, I.N Suarmanayasa dan diterbitkan pada tahun 2023	Penelitian ini membahas variabel literasi keuangan dan persepsi manfaat sebagai variabel independen, serta minat penggunaan <i>e-wallet</i> sebagai variabel dependen.	Simpulan dari jurnal ini menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun individu, literasi keuangan dan persepsi terhadap manfaat memiliki

	Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha”		Analisis dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji seberapa besar pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan <i>e-wallet</i> .	pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dalam menggunakan <i>e-wallet</i> . Temuan ini menyoroti urgensi peningkatan pemahaman keuangan dan persepsi manfaat guna mendorong adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan mahasiswa.
15.	"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor"	Nama peneliti adalah Cupian, Ugi Valentino, dan Sarah Annisa Noven Tahun terbitnya adalah 2022	Variabel penelitian dalam studi ini meliputi persepsi kredibilitas, pengaruh sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan manfaat (kebermanfaatan) terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Alat analisis yang digunakan adalah SEM-PLS (<i>Structural Equation Modeling</i> - Partial Least Squares), yang merupakan metode analisis multivariat untuk menguji pengaruh antar variabel.	Jurnal ini meneliti Penelitian ini mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi minat Generasi Z di wilayah Kota Bogor dalam memilih layanan bank digital syariah. Temuan menunjukkan bahwa persepsi terhadap tingkat kredibilitas serta dorongan sosial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan. Namun, variabel persepsi kemudahan dan manfaat tidak menunjukkan dampak yang signifikan terhadap ketertarikan tersebut, meskipun hubungan positif. Variabel-variabel tersebut menjelaskan sekitar 56% dari variabilitas minat menggunakan, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain.

16	<i>The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived usefulness, and Trust as Intervening Variables on Interest in Using Digital Banks among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z)</i>	Nama peneliti adalah Zhavira Rizkyla, Reno Fitri Meuthia, Irda Rosita. Tahun 2024.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>perceived usefulness</i> , <i>Trust</i> , dan minat menggunakan (<i>intention to use</i>). Alat analisis yang digunakan adalah software SmartPLS untuk menguji validitas dan reliabilitas variabel serta melakukan analisis regresi bootstrap untuk menguji hipotesis penelitian.	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh besar terhadap <i>Trust</i> dan minat menggunakan layanan perbankan digital. Selain itu, <i>perceived usefulness</i> dan <i>Trust</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan perbankan digital, sementara <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh lebih kecil.
17	<i>Can Perceived usefulness and Online Experiences Affect ShopeePay FinTech Usage by Millennial Muslims?</i>	Studi ini dilakukan oleh Helti Nur Aisyiah, Septi Kurnia Prastiwi dan Asep Maulana Rohimat pada tahun 2023.	Variabel dalam penelitian ini meliputi manfaat yang dirasakan, pengalaman online, religi sebagai variabel mediasi, dan penggunaan <i>FinTech</i> sebagai variabel dependen. Alat analisis yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 26, termasuk uji reliabilitas, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, serta analisis path dan T-test untuk menguji pengaruh antar variabel	Kesimpulan dari penelitian ini adalah manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>FinTech</i> , sedangkan pengalaman online tidak berpengaruh secara langsung. Religi tidak mampu memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan pengalaman online dalam penggunaan <i>FinTech</i> . Penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan manfaat dan pengalaman pengguna serta aspek religius dalam pengembangan teknologi <i>FinTech</i> , khususnya di kalangan Muslim milenial.

18	"Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, <i>Financial Literacy</i> , dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan <i>E-wallet</i> Pada Generasi Z"	Peneliti yang terlibat adalah Esther Rendy Gustantio, Amelia Setiawan, dan Hamfri Djajadikerta, dan penelitian ini dilakukan pada tahun 2024	Variabel penelitian dalam studi ini meliputi gaya hidup konsumtif (X1), <i>Financial Literacy</i> (X2), dan persepsi kemudahan bertransaksi (X3) sebagai variabel independen, serta penggunaan <i>e-wallet</i> (Y) sebagai variabel dependen. Alat analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas heteroskedastisitas), uji parsial (Uji T), uji regresi linear berganda, dan uji F	Kesimpulannya, hanya variabel persepsi kemudahan bertransaksi yang berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-wallet</i> pada Generasi Z, sedangkan gaya hidup konsumtif dan <i>Financial Literacy</i> tidak berpengaruh secara parsial. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap penggunaan <i>e-wallet</i>
19	"Pengaruh Literasi Keuangan dan <i>Digital payment</i> Terhadap Minat Belanja Mahasiswa: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi"	Peneliti studi ini adalah Selfianti, Muryani Arsal, dan Ismail Badollahi, 2025.	Variabel penelitian dalam studi ini meliputi literasi keuangan, <i>digital payment</i> , kepercayaan, dan minat belanja mahasiswa. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan software Smart PLS dan SPSS, serta pengujian validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik seperti heteroskedastisitas dan normalitas	Kesimpulannya, <i>digital payment</i> memiliki pengaruh dominan terhadap minat belanja mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan. Literasi keuangan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat belanja. Kepercayaan menjadi faktor penting yang menjembatani teknologi dan perilaku belanja
20	" <i>The Influence of Financial Literacy, Perceived Benefits, and Perceived Ease of Use on QRIS Usage Decision among Students in DKI Jakarta with Trust as a Mediating Variable,</i> "	Kirayna Evitasari, Nelvina Ivana, dan Osly Usman pada tahun 2023.	Variabel penelitian meliputi <i>Financial Literacy</i> , <i>Perceived Benefits</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Trust</i> , dan <i>Usage Decision</i> . Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS 4 dengan metode PLS-SEM untuk menguji validitas dan reliabilitas serta hubungan antar variabel.	Kesimpulannya, semua variabel valid dan reliabel, serta terdapat pengaruh positif antara variabel independen terhadap <i>Trust</i> dan <i>Usage Decision</i> , dengan <i>Trust</i> berperan sebagai variabel mediasi.

21	<i>"The Factors Affecting Digital Bank Services Adoption Using Trust as Mediating Variable,"</i>	diteliti oleh Kantika, Florentina Kurniasari, dan Mulyono pada tahun 2022	Variabel penelitian dalam studi ini meliputi kepercayaan (<i>Trust</i>), literasi keuangan, keamanan, citra merek, dan kenyamanan (<i>perceived enjoyment</i>) yang mempengaruhi adopsi layanan bank digital. Alat analisis yang digunakan adalah <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3, yang meliputi pengujian validitas, reliabilitas, serta analisis <i>Path Coefficient</i> dan model fit.	Kesimpulannya, kepercayaan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap adopsi layanan bank digital, dan literasi keuangan serta faktor lain juga berperan penting dalam membangun kepercayaan tersebut.
22	<i>"The Role of Trust in Mediation the Effect of Perception of Ease of Use and Perception of Usefulness on Intention to Re-Using the Mobile banking Service,"</i>	Diterbitkan pada tahun 2022 oleh I Gede Prayudi, I Putu Gde Sukaatmadja, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I Gst Ayu Kt. Giantari	Variabel penelitian dalam studi ini meliputi <i>Perceived Ease of Use</i> (X1), <i>perceived usefulness</i> (X2), <i>Trust</i> (Y1), dan <i>intention to reuse</i> (Y2). Alat analisis yang digunakan adalah <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan pendekatan <i>Partial Least Square</i> (PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0.	Kesimpulannya, <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Trust</i> dan <i>intention to reuse</i> , serta <i>Trust</i> berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh tersebut.

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 2. 2
Persamaan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Persamaan	Perbedaan
Penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan dengan penelitian terdahulu baik dari segi pendekatan, objek, maupun fokus kajian. Pertama, penelitian ini dan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tujuan menguji pengaruh variabel-variabel tertentu terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Instrumen pengumpulan data yang digunakan juga serupa, yakni menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden secara daring atau langsung. Selain itu, variabel literasi keuangan hampir selalu menjadi bagian utama dalam analisis perilaku keuangan generasi muda, sebagaimana yang juga terlihat dalam penelitian Stella Maris Juhar Baptista (2021), Melisa Tania Putri (2023), dan Ananda Meylani Puteri (2024). Fokus pada generasi muda atau mahasiswa juga menjadi kesamaan penting, mengingat kelompok ini merupakan pengguna aktif layanan keuangan digital seperti bank digital, <i>e-wallet</i>, maupun QRIS.	Penelitian ini juga menunjukkan perbedaan signifikan dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Dari segi variabel independen, penelitian ini memasukkan perilaku konsumtif sebagai salah satu variabel utama yang memengaruhi penggunaan bank digital. Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya seperti oleh Melisa Tania Putri et al. (2023) yang mengkaji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, gaya hidup, literasi keuangan, dan risiko terhadap penggunaan QRIS. Penelitian oleh Cupian et al. (2022) juga menggunakan variabel persepsi kredibilitas dan pengaruh sosial, namun tidak mengikutsertakan aspek konsumtif dalam modelnya. Selain itu, penelitian ini berfokus pada penggunaan bank digital secara umum seperti Seabank, Bank Jago, Blu by BCA, dan Bank Neo. Hal ini membedakannya dengan penelitian oleh Rithmaya et al. (2024) yang secara khusus meneliti adopsi layanan digital banking dari perspektif teknologi dan kebiasaan (<i>habit</i>), serta oleh Cupian et al. (2022) yang fokus pada bank digital syariah. Dari sisi teori yang digunakan, penelitian ini mengadopsi <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM), sedangkan beberapa penelitian lain menggunakan <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) seperti dalam penelitian oleh Susilowati et al. (2020), atau bahkan tidak menyebutkan teori eksplisit seperti pada penelitian oleh Noviyanti & Erawati (2021). Perbedaan lainnya terletak pada metode analisis yang digunakan penelitian ini menerapkan

	regresi linier berganda, sedangkan studi yang dilakukan oleh Rithmaya et al. (2024) menggunakan pendekatan SEM-PLS (<i>Structural Equation Modeling</i> - Partial Least Squares), dan penelitian oleh Susilowati et al. (2020) memanfaatkan teknik analisis jalur (Path Analysis).
--	---

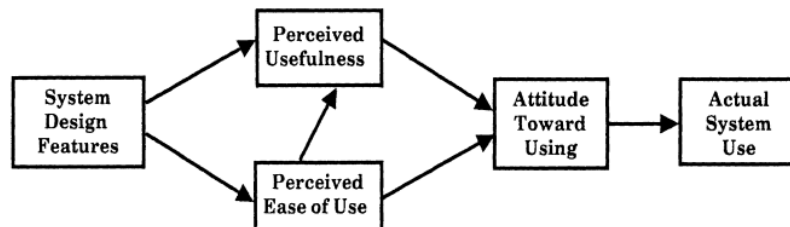
Dibuat oleh: Peneliti (2025)

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Teory Technology Acceptance (TAM)*

Penelitian ini mengacu pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) untuk memahami perilaku mahasiswa dalam mengadopsi penggunaan bank digital sebagai sarana pembayaran, digunakan pendekatan TAM atau *Technology Acceptance Model* dikembangkan dari dasar teori *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior*. Walaupun bersifat ringkas, model ini secara konsisten mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi informasi. Model ini dikembangkan untuk memprediksi sejauh mana seseorang menerima dan menggunakan teknologi serta bagaimana teknologi tersebut memberikan manfaat dalam aktivitas kerjanya. Teori yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjadikan Pandangan mengenai kegunaan (*perceived usefulness*) serta pandangan terhadap tingkat kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease of Use*) sebagai indikator utama dalam mengukur tingkat penerimaan individu terhadap suatu teknologi. Tujuan utama dari TAM adalah untuk menganalisis serta menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi. Untuk memperkuat pemahaman terhadap pembahasan ini, berikut disajikan visualisasi alur konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 2. 1
Diagram Tam



Davis (1989)

Menurut Noviyanti & Erawati (2021) TAM menggambarkan hubungan kausal hubungan antara kepercayaan terhadap manfaat dan kemudahan suatu sistem informasi dengan niat untuk berperilaku, serta penggunaan nyata sistem tersebut oleh pengguna. Dalam model ini, dijelaskan bahwa dua faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menerima atau menolak teknologi adalah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Selain itu, teori TAM telah banyak diuji dalam berbagai penelitian dan terbukti menjadi model yang lebih unggul, Terutama bila dibandingkan dengan model TRA dan TPB, TAM menonjol karena menekankan dua konstruk utama dalam menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi, yaitu persepsi terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Kedua aspek ini menjadi ciri khas yang membedakan TAM dari TRA dan TPB. Tidak seperti TPB, model TAM tidak memasukkan unsur norma subjektif (*subjective norm*) maupun persepsi atas kendali perilaku (*perceived behavioral control*) (Putri et al., 2023).

Dalam penelitian ini, teori TAM menjadi dasar yang menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan bertransaksi (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi manfaat (*Perceived*

Usefulness) memengaruhi keputusan mahasiswa Generasi Z dalam menggunakan bank digital. TAM menyatakan bahwa individu akan menerima dan menggunakan suatu teknologi apabila mereka merasa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata dalam kegiatan mereka. Kedua variabel ini sesuai dengan model TAM karena mendorong terbentuknya sikap positif, niat penggunaan, hingga perilaku aktual dalam menggunakan bank digital.

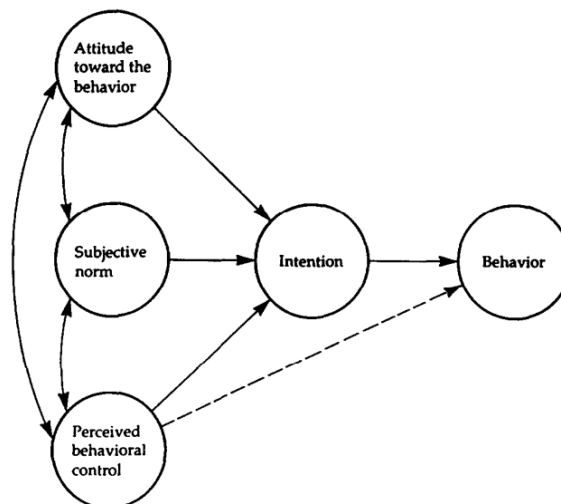
2.2.2 Theory Planned Behavior (TPB)

Menurut Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB) memperdiksi perilaku individu. Dasar TPB adalah TRA yang menjelaskan bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) ditentukan oleh dua faktor fundamental: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Sebagai pengembangan dari TRA, TPB memperkenalkan satu variabel kunci tambahan yang disebut sebagai *perceived behavioral control*. Inovasi dalam pengembangan teori ini terletak pada pengenalan *perceived behavioral control* sebagai elemen tambahan yang tidak diakomodasi oleh TRA. Faktor persepsian ini memungkinkan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai kendala yang dihadapi individu dalam merealisasikan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007). Perilaku individu tidak semata-mata ditentukan oleh keinginan pribadi (*volitional control*) dan persepsi terhadap pandangan sosial, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kesempatan dan ketersediaan sumber daya (Harrison et al., 1997).

Keterkaitan antara *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat dijabarkan melalui kesepadanan antar variabelnya. Dengan begitu variabel *perceived*

usefulness dan *Perceived Ease of Use* pada TAM berkorespondensi dengan komponen *attitude toward behavior* dalam TPB. Selanjutnya, *perceived behavioral control* dalam TPB memiliki konsep yang sejenis dengan *facilitating conditions* dalam TAM. Untuk memperkuat penjelasan, model *Theory of Planned Behaviour* (TPB) di bawah ini menggambarkan bagaimana niat dan perilaku seseorang dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Gambar 2. 2
Model TPB



Ajzen (1991)

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), penelitian ini dapat dikaitkan secara spesifik melalui variabel literasi keuangan dan kepercayaan, yang merepresentasikan aspek *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemampuan dirinya untuk mengendalikan dan menggunakan suatu teknologi. Dalam konteks penggunaan bank digital oleh Generasi Z, literasi keuangan menjadi faktor penting karena tingkat pemahaman finansial yang baik membuat individu merasa lebih

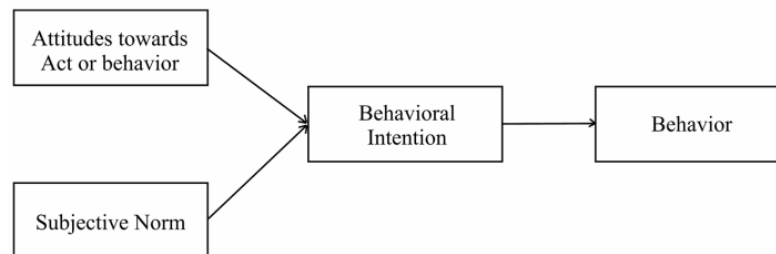
mampu memahami fitur, risiko, dan pengelolaan layanan bank digital. Semakin tinggi literasi keuangan, semakin kuat kontrol perilaku yang dirasakan, sehingga minat dan keputusan penggunaan bank digital juga meningkat.

2.2.3 Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), serta Fishbein dan Ajzen (1975), menempatkan niat berperilaku sebagai faktor prediktor langsung dari suatu tindakan. Niat ini sendiri dibentuk oleh keyakinan-keyakinan individu yang menonjol mengenai konsekuensi dari perilaku tersebut. Keyakinan-keyakinan anteseden tersebut selanjutnya diklasifikasikan ke dalam dua kategori yang berbeda secara konseptual, yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*) dan keyakinan normatif (Madden et al., 1992).

Niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Sikap merepresentasikan evaluasi individu terhadap manfaat maupun risiko yang melekat pada suatu tindakan, sementara norma subjektif mencerminkan tekanan sosial yang berasal dari lingkungan sekitarnya. Sejumlah penelitian mendukung bahwa sikap yang positif berperan signifikan dalam mendorong adopsi teknologi baru (Hu et al., 2019). Di samping itu, aspek kepercayaan (*Trust*) juga menjadi elemen kritis dalam konteks penerapan teknologi finansial seperti QRIS. Pengguna umumnya lebih cenderung mengadopsi teknologi baru ketika mereka memiliki keyakinan yang kuat terhadap keandalan dan integritas penyedia layanan tersebut (Kim et al., 2008).

Gambar 2. 3
Model TRA



Ajzen & Fishbein (1975)

Pada penelitian ini, norma subjektif dihipotesiskan mempengaruhi pembentukan kepercayaan. Kepercayaan yang bersumber dari pengalaman individu dan pengaruh sosial ini kemudian berperan dalam memperkuat sikap positif, yang akhirnya berkontribusi pada peningkatan niat penggunaan berkelanjutan QRIS (Perdani et al., 2025). Sejalan dengan hal tersebut, model *Theory of Reasoned Action* (TRA) berikut menggambarkan bagaimana sikap dan norma subjektif membentuk niat perilaku, yang pada akhirnya memengaruhi tindakan aktual seseorang.

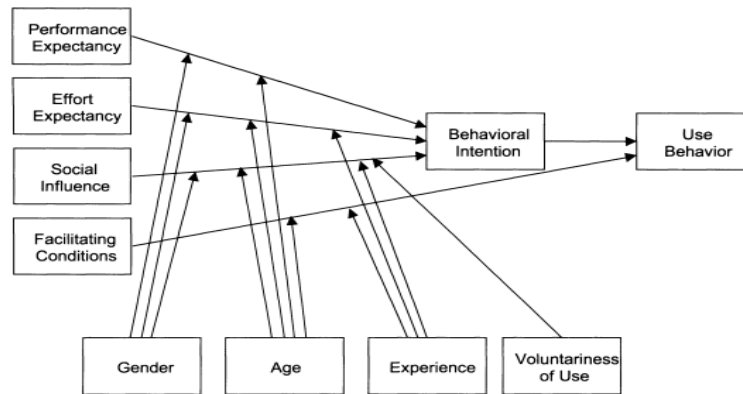
2.2.4 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Berdasarkan Venkatesh et al. (2003) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah suatu model yang dirancang untuk menjelaskan beragam faktor penentu penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh individu. Sebagai sebuah model yang dikembangkan secara komprehensif, UTAUT menjadi salah satu kerangka teoretis utama dalam memahami mekanisme adopsi teknologi pada tingkat pengguna. Model ini didasarkan pada empat konstruk utama, yakni *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial)

dan *facilitating conditions* (kondisi pendukung). *Performance expectancy* didefinisikan sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan membawa manfaat dalam meningkatkan hasil atau kinerjanya. Dalam konteks aplikasi *FinTech*, misalnya, mahasiswa yang mempersepsikan bahwa teknologi tersebut dapat mengoptimalkan pengelolaan keuangan pribadi akan menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengadopsinya. *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) merujuk pada tingkat kemudahan penggunaan teknologi. Mahasiswa cenderung mengadopsi aplikasi *FinTech* yang dirasa intuitif dan tidak memerlukan usaha belajar besar. Antarmuka yang sederhana sangat krusial bagi pengguna dengan literasi teknologi terbatas.

Social Influence (Pengaruh Sosial) mencerminkan dampak opini dari lingkungan sosial (teman, keluarga) terhadap keputusan adopsi. Pada mahasiswa, tren dalam kelompok sebaya dapat menjadi pendorong signifikan untuk menggunakan suatu aplikasi *FinTech*. *Facilitating Conditions* (Kondisi Pendukung) berkaitan dengan ketersediaan infrastruktur dan sumber daya teknis yang diperlukan. Tanpa dukungan ini, niat penggunaan mungkin tidak terwujud menjadi perilaku aktual. Keempat konstruk ini, bersama variabel moderator seperti gender dan pengalaman, memberikan kerangka komprehensif untuk menganalisis adopsi teknologi (Wangdra & Ompusunggu, 2025). Selain TAM, TPB dan TRA penelitian ini juga mempertimbangkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagai kerangka teoritis yang lebih komprehensif dalam menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi. Oleh karena itu, berikut disajikan visualisasi dari model UTAUT.

Gambar 2. 4
Model UTAUT



Venkatesh et al. (2003)

Dalam penelitian ini model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dapat dikaitkan secara spesifik dengan variabel persepsi kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat, karena kedua variabel ini merepresentasikan konstruk utama dalam UTAUT yaitu effort expectancy dan performance expectancy. Persepsi kemudahan bertransaksi mencerminkan effort expectancy, yakni tingkat keyakinan bahwa teknologi bank digital dapat digunakan dengan sedikit usaha, tidak rumit, dan mudah dipahami oleh Generasi Z. Sementara itu, persepsi manfaat sejalan dengan performance expectancy, yaitu sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan bank digital memberikan manfaat nyata dan meningkatkan efektivitas aktivitas keuangan mereka. Berdasarkan model UTAUT, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh langsung terhadap niat dan perilaku penggunaan teknologi.

2.2.5 Penggunaan Bank Digital

Seiring dengan kemajuan teknologi, perbankan terus berinovasi untuk meningkatkan kenyamanan nasabahnya, salah satunya melalui pengembangan layanan bank digital. Layanan ini

hadir sebagai alternatif dari kunjungan langsung ke kantor cabang atau penggunaan mesin ATM, guna memenuhi kebutuhan masyarakat kini dapat menjalankan berbagai perkembangan teknologi memungkinkan aktivitas perbankan dilakukan dengan lebih mudah dan efektif. Bank sendiri merupakan institusi keuangan yang berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan, serta menawarkan berbagai layanan di bidang keuangan (Utama, 2021). Bank digital merupakan layanan atau aktivitas perbankan yang menggunakan perangkat digital maupun media elektronik dan digital, yang diakses secara mandiri oleh calon nasabah dan pengguna. Layanan ini meliputi penyampaian informasi, interaksi komunikasi, proses registrasi, pembukaan dan penutupan rekening, serta berbagai bentuk transaksi perbankan. Selain itu, bank digital juga memungkinkan akses terhadap layanan non-perbankan seperti konsultasi keuangan, investasi, transaksi elektronik dalam sistem perdagangan, dan kebutuhan lainnya (Mutiasari, 2020).

Menurut Linggadjaya et al. (2022) bank digital merupakan bank yang beroperasi di Indonesia dengan menjalankan transaksi dan kegiatan bisnis utamanya melalui saluran elektronik, tanpa kehadiran kantor fisik selain kantor pusat, atau dengan jumlah kantor fisik yang sangat terbatas. Konsep ini mencerminkan transformasi dalam model bisnis serta cara pelayanan kepada masyarakat. Di Indonesia, terdapat dua jenis bank digital: pertama, bank yang bertransformasi dari model konvensional menjadi digital, dan kedua, bank yang sejak awal didirikan dengan konsep digital sepenuhnya.

Menurut Zusryn & Al Hashfi (n.d.), Kelemahan *Mobile banking* maupun digital banking adalah bergantung sepenuhnya pada infrastruktur telekomunikasi. Jika jaringan seluler tidak

tersedia atau lemah, maka akses ke layanan keuangan digital menjadi terbatas. Indikator penggunaan *Mobile banking* yang dikemukakan oleh Muntianah et al. (2012) terdiri dari pemakaian nyata (*actual usage*), frekuensi penggunaan, dan kepuasan penggunaan. Mengingat bahwa *Mobile banking* merupakan bagian dari layanan bank digital, maka indikator tersebut dapat secara logis diadaptasi untuk mengukur variabel penggunaan yang dialami oleh pengguna berkaitan dengan tersedianya jaringan seluler dari pihak operator bank digital. Adaptasi ini didasarkan pada kesamaan karakteristik layanan, tujuan penggunaan, serta pengalaman digital yang diberikan kepada nasabah dalam konteks perbankan berbasis teknologi.

Dalam perspektif Islam, prinsip keadilan menjadi landasan utama dalam setiap bentuk muamalah, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Maidah [5]: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ٱلْأَنفُسِ ٱلَّذِينَ ٱعْدَلُوا ٱفْرَبُوا لِلنَّفْسِ ٱلَّذِى هِيَ أَقْرَبُ لِلنَّفْسِ وَٱتَّقُوا ٱللَّهَ ٱلَّذِى هُوَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ (المائدة: ٨)

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan (QS. [5] Al-Ma'idah : 8).*

Tafsir Al-Jalalain atas QS. Al-Maidah [5]: 8 menjelaskan perintah Allah agar orang beriman selalu berlaku adil, menegakkan kebenaran, dan tidak dipengaruhi oleh kebencian atau kepentingan pribadi. Prinsip keadilan ini sangat relevan dengan penggunaan bank digital dalam perspektif Islam. Layanan bank digital harus mampu memberikan akses yang adil dan setara bagi semua nasabah tanpa diskriminasi, sehingga mendukung pemakaian nyata (*actual usage*). Dengan konsistensi dalam menjaga keadilan dan transparansi, bank digital juga dapat meningkatkan frekuensi

penggunaan, karena nasabah merasa aman dan nyaman menggunakan layanan. Selain itu, penerapan prinsip adil dalam biaya, layanan, maupun perlindungan data nasabah akan meningkatkan kepuasan penggunaan, yang merupakan dimensi penting dalam variabel penggunaan. Dengan demikian, tafsir ini menegaskan bahwa keadilan yang diperintahkan Al-Qur'an menjadi dasar etika dalam penyelenggaraan layanan bank digital yang transparan, inklusif, dan dapat dipercaya (Jalalain, 1459).

2.2.6 Persepsi Kemudahan Bertransaksi

Menurut Wahyuningtyas & Widiastuti (2015) persepsi kemudahan merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan secara sederhana tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Ketika seseorang merasa bahwa suatu sistem atau teknologi tidak rumit dan mudah digunakan, maka hal ini akan memengaruhi sikap dan perilakunya terhadap penggunaan teknologi tersebut. Semakin besar persepsi seseorang bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan, maka semakin besar pula kemungkinan dan frekuensi individu tersebut dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam aktivitas sehari-harinya. Persepsi terhadap kemudahan penggunaan dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan Teori TAM (*Technology Acceptance Model*), kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi (*Perceived Ease of Use*) menjadi salah satu alasan utama individu dalam memilih untuk mengadopsi teknologi tersebut. Ketika seseorang merasa bahwa penggunaan QRIS tidak rumit, maka kemungkinan untuk menjadikannya sebagai pilihan alat pembayaran semakin tinggi. Sikap positif terhadap kemudahan penggunaan QRIS dapat mendorong peningkatan adopsi teknologi ini di tengah masyarakat (Ramadhan et al., 2023).

Menurut Noviyanti & Erawati (2021) persepsi kemudahan merujuk sampai mana seseorang meyakini kalau penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa memerlukan banyak usaha. Konsep kemudahan ini merupakan salah satu komponen penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu Sebuah kerangka teori yang dikembangkan untuk memperkirakan tingkat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi oleh pengguna, serta bagaimana teknologi tersebut dapat memberikan manfaat dalam aktivitas atau pekerjaan mereka. Dalam kerangka TAM, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dijadikan indikator utama untuk menilai tingkat penerimaan individu terhadap teknologi yang digunakan.

Menurut Cudjoe et al. (2015) apabila seseorang menilai suatu Infrastruktur teknologi mudah dioperasikan tanpa membutuhkan usaha aspek biologis dan psikologis yang besar, maka orang tersebut cenderung akan terus menggunakannya. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti mengadopsi indikator dari Venkatesh & Davis (2000), yaitu:

1. Mudah digunakan pada bank digital.

Kemudahan penggunaan suatu teknologi tercapai ketika pengguna dapat dengan cepat memahami antarmuka, fungsi, dan cara pengoperasiannya. Faktor-faktor seperti antarmuka yang intuitif, petunjuk yang jelas, dan navigasi yang sederhana sangat memengaruhi persepsi ini. Pada akhirnya, hal ini menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan bebas frustrasi, sehingga pengguna merasa lebih percaya diri dan efisien dalam menyelesaikan tugasnya.

2. Mudah diakses dalam penggunaan bank digital

Persepsi akan kemudahan penggunaan suatu teknologi turut dibentuk oleh kemudahan aksesnya. Aspek-aspek seperti ketersediaan platform di berbagai perangkat, kecepatan akses,

dan koneksi internet yang stabil menjadi penentu utama. Pada akhirnya, akses yang cepat dan bebas dari hambatan teknis akan mengukuhkan citra platform tersebut sebagai sesuatu yang mudah digunakan.

3. Mudah terampil dalam menggunakan bank digital

Suatu teknologi akan dipandang mudah untuk diaplikasikan jika pengguna mampu menggunakannya dalam rutinitas mereka secara alami. Aspek kuncinya terletak pada betapa intuitifnya teknologi itu dalam membantu menyelesaikan suatu pekerjaan atau mencapai tujuan, tanpa memerlukan usaha ekstra untuk mengatasi kendala yang kompleks.

Kesesuaian suatu teknologi dengan prinsip kemudahan menjadi faktor kunci penerimaannya. Hal ini selaras dengan prinsip kemudahan dalam muamalah yang ditekankan Al-Qur'an, di mana Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 185 bahwa Dia menginginkan kemudahan bagi hamba-hamba-Nya. Bank digital, sebagai contoh, akan diterima jika dirasakan mudah digunakan.

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya : *“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur ”*

Menurut Katsir (2001) sesungguhnya diberikan keringanan ini bagi kalian hanya dalam keadaan kalian sedang sakit atau dalam perjalanan, tetapi puasa merupakan suatu keharusan bagi orang yang mukim lagi sehat. Hal ini tiada lain hanyalah untuk mempermudah dan memperingan kalian sebagai rahmat dari Allah Swt. Ayat ini bermaksud, Allah تعالى menghendaki hal yang memudahkan bagi kalian jalan yang me-nyampaikan kalian kepada ridhanya dengan kemudahan yang paling mudah dan meringankannya dengan keringanan yang paling ringan. Oleh

karena itu, segala perkara yang diperintahkan oleh Allah atas hamba-hambanya pada dasarnya adalah sangat mudah sekali, namun bila terjadi suatu rintangan yang menimbulkan kesulitan, maka Allah akan memudahkannya dengan kemudahan lain, yaitu dengan menggugurkannya atau mengurangnya dengan segala bentuk pengurangan, dan hal ini adalah suatu hal yang tidak mungkin dibahas perinciannya, karena perinciannya merupakan keseluruhan syariat dan termasuk di dalamnya segala macam keringanan-keringanan dan pengurangan-pengurangan (Nafsir As-saadi, 2006).

2.2.7 Persepsi Manfaat

Menurut Pambudi (2014) persepsi manfaat dapat dipahami sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan kinerjanya. Dengan kata lain, layanan seperti *internet banking* diyakini memberikan manfaat yang dapat mendukung peningkatan produktivitas bagi para penggunanya. Persepsi manfaat dapat dimaknai sebagai keyakinan subjektif pengguna bahwa suatu aplikasi mampu mempermudah pekerjaannya (Rahmawati & Yuliana, 2020). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu cenderung tidak akan menggunakan *e-wallet* apabila mereka merasa teknologi tersebut tidak memberikan manfaat apa pun. Sebaliknya, apabila pengguna meyakini bahwa *e-wallet* dapat membantu menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih efektif, maka kemungkinan besar teknologi tersebut akan digunakan. Indikator dalam penelitian ini menurut Tan et al. (2014) terdiri atas :

1. Meningkatkan Produktivitas

Keyakinan bahwa produk keuangan digital dapat menaikkan produktivitas merupakan wujud dari persepsi manfaatnya. Dengan fasilitas seperti *Mobile banking* atau *e-wallet*,

berbagai transaksi dapat diselesaikan dengan lebih efisien dan cepat. Hal ini memangkas waktu menunggu dan memberi kesempatan bagi pengguna untuk menuntaskan lebih banyak aktivitas dalam durasi yang setara.

2. Meningkatkan Efektivitas

Efektivitas pada layanan keuangan digital diartikan sebagai kemampuannya dalam mengantarkan pengguna kepada tujuan dengan cara yang optimal. Keunggulan seperti transaksi *real-time*, aman, dan akurat pada *Mobile banking*, misalnya, mampu menekan risiko kesalahan dan pada akhirnya meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan pengguna.

3. Mempermudah Sistem Pembayaran

Kemudahan sistem pembayaran merupakan bukti nyata manfaat layanan keuangan digital. Dengan *Mobile banking*, berbagai transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan, dan belanja online dapat diselesaikan hanya dalam beberapa ketukan di ponsel. Kenyamanan ini pada akhirnya mendorong masyarakat untuk semakin mengandalkan layanan digital dalam keseharian mereka.

4. Mendapatkan Keuntungan

Manfaat lain yang diperoleh pengguna melampaui sekadar kemudahan transaksi. Berbagai *insentif finansial*, mulai dari diskon biaya administrasi hingga penawaran *cashback* dan promo, diberikan oleh penyedia layanan. Hal ini mengukuhkan pandangan bahwa *Mobile banking* memberikan nilai tambah yang nyata, baik dari segi kepraktisan maupun keuntungan finansial.

Keyakinan bahwa teknologi digunakan karena manfaatnya yang nyata tercermin dalam konsep persepsi manfaat. Hal ini sejalan dengan ajaran Al-Qur'an dalam QS. Al-Ankabut [29]: 69

yang menjamin bahwa ketekunan dan kesungguhan usaha akan mendatangkan hasil yang bermanfaat.

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ؕ (العنكبوت: ٦٩)

Artinya: *Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridaan) Kami, Kami akan tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami. Dan sungguh, Allah beserta orang-orang yang berbuat baik (QS. [29] Al-'Ankabut : 69).*

Menurut Nafsir As-saadi (2006), QS. Al-Ankabut [29]: 69 menegaskan bahwa orang yang bersungguh-sungguh dalam ketaatan akan memperoleh taufik dan hidayah menuju jalan kebaikan. Prinsip ini, yang terkandung dalam ayat "لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا", menunjukkan bahwa kesungguhan usaha (jihad dan ijtihad) akan berbuah pada pertolongan, kemudahan, dan manfaat nyata dari Allah. Dalam konteks penelitian, prinsip ilahiah ini selaras dengan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), di mana suatu teknologi seperti bank digital akan diadopsi karena pengguna yakin ia akan memberikan manfaat jelas, meningkatkan efektivitas, dan memudahkan aktivitas keuangan mereka.

2.2.8 Literasi Keuangan

Menurut Margaretha & Pambudhi (2015) literasi keuangan adalah aspek penting yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan memiliki pemahaman yang memadai mengenai keuangan, individu mampu mengambil keputusan secara tepat dalam menentukan produk atau layanan keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini membantu individu dalam mengelola uang secara bijak dan mengoptimalkan kondisi keuangan mereka. Pemahaman tentang keuangan juga penting agar seseorang tidak salah langkah dalam mengambil keputusan finansial di masa depan.

Literasi keuangan merujuk pada kapasitas seseorang untuk memahami serta mengatur keuangan dengan cara yang cermat dan bertanggung jawab, termasuk membedakan berbagai pilihan

finansial, merancang kehidupan di masa mendatang dan mengelola kondisi ekonomi yang berpengaruh terhadap keputusan-keputusan harian. Literasi ini mencakup kemampuan dalam menggunakan sumber daya secara optimal demi mencapai target keuangan. Dengan pemahaman keuangan yang memadai, seseorang dapat meningkatkan kualitas pengelolaan keuangannya, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan negara menjadi semakin penting, terutama di tengah meningkatnya kompleksitas ekonomi dan diversifikasi produk keuangan modern, literasi keuangan menjadi sangat penting bagi setiap individu (Lusardi & Mitchell, 2014).

Literasi keuangan adalah kombinasi antara pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk menerapkannya dalam kehidupan nyata. Seseorang dikatakan melek finansial jika ia memiliki keterampilan dan kecakapan yang memungkinkannya memanfaatkan sumber daya secara optimal demi mencapai tujuan hidupnya. Oleh karena itu, kecakapan dalam pengelolaan keuangan menjadi hal yang penting dimiliki setiap individu (Lusardi & Mitchell, 2007). Indikator dalam penelitian ini menurut Chen & Volpe (1998) dalam Yushita (2017) terdiri atas:

1. Tabungan dan Pinjaman

Tabungan dan pinjaman merupakan dua layanan inti yang ditawarkan oleh bank dan lembaga keuangan. Tabungan adalah produk simpanan di mana nasabah menyimpan uang di bank untuk keamanan dan kenyamanan, serta biasanya mendapatkan bunga atau keuntungan lainnya. Tabungan dapat diakses kapan saja melalui ATM, *Mobile banking*, atau teller. Sementara itu, pinjaman adalah fasilitas dana yang diberikan kepada individu atau perusahaan yang membutuhkan modal atau pembiayaan untuk keperluan tertentu, seperti usaha, pendidikan, atau konsumsi.

2. Asuransi

Asuransi adalah layanan yang memberikan perlindungan keuangan terhadap kemungkinan risiko yang tidak terduga di masa mendatang, seperti kecelakaan, sakit, kehilangan, atau kematian. Dalam sistem asuransi, nasabah membayar sejumlah premi kepada perusahaan asuransi, dan sebagai imbalannya perusahaan akan memberikan santunan atau penggantian biaya jika risiko yang dijamin terjadi. Terdapat berbagai jenis asuransi, seperti asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kendaraan, hingga asuransi properti.

3. Investasi

Investasi adalah aktivitas penanaman modal atau dana yang dialokasikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan di waktu yang akan datang. Jenis-jenis investasi sangat beragam, seperti saham, reksa dana, obligasi, emas, hingga aset digital seperti *cryptocurrency*. Melalui investasi, seseorang dapat mengembangkan kekayaan secara bertahap, meskipun juga disertai risiko tergantung dari jenis instrumen yang dipilih. Saat ini, banyak aplikasi keuangan yang menyediakan layanan investasi digital dengan nilai awal yang terjangkau dan fitur edukatif bagi pemula.

Menurut Lestari (2019), literasi keuangan dapat dinilai melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. Pengetahuan Keuangan

Merupakan pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip dasar dalam mengatur keuangan, yang digunakan sebagai pedoman dalam mengelola keuangan pribadi, keluarga, maupun usaha.

2. Sikap Keuangan

Menggambarkan bagaimana seseorang bersikap terhadap keuangannya, yang dapat diidentifikasi melalui respon atau

tanggapan terhadap berbagai pernyataan atau opini terkait keuangan.

3. Perilaku Keuangan

Merupakan kajian tentang bagaimana individu mengambil keputusan keuangan berdasarkan informasi yang mereka terima, serta bagaimana mereka mengelola keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Perspektif islam mengenai literasi keuangan mendapatkan panduannya dari Al-Qur'an, yang menggarisbawahi pentingnya sikap tertib, amanah, dan waspada dalam muamalah maliah. Sebagai contoh, QS. Al-Baqarah [2]: 282 menginstruksikan pencatatan transaksi demi transparansi dan menghindari pertikaian. Sementara itu, QS. An-Nisa [4]: 29 melarang keras pengelolaan harta secara batil dan menegaskan bahwa seluruh akad harus dilandasi kesepakatan yang saling menguntungkan berikut ayatnya:

وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ

Artinya: Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar.

Berdasarkan penafsiran Shihab (2006) terhadap QS. Al-Baqarah [2]: 282, prinsip literasi keuangan dalam Islam diwujudkan melalui perintah untuk mencatat setiap transaksi non-tunai, baik nilai kecil maupun besar. Ayat ini tidak hanya menekankan pentingnya administrasi yang akurat dan berkelanjutan untuk mencegah perselisihan, tetapi juga membangun kerangka transaksi yang adil dan transparan. Kerangka ini diperkuat dengan kewajiban melibatkan pencatat yang jujur, menghadirkan saksi, serta mekanisme perwalian bagi pihak yang lemah, yang secara kolektif mencerminkan komitmen Islam terhadap integritas finansial, akuntabilitas, dan perlindungan

bagi semua pihak yang terlibat. Pada intinya, etika keuangan Islam yang bertawa menjadi pondasi dari seluruh mekanisme teknis ini, menegaskan bahwa tanggung jawab sosial dan kesadaran hukum adalah jiwa dari literasi keuangan yang sejati.

Selanjutnya, QS. An-Nisa [4]: 29 berperan sebagai pilar penopang prinsip literasi keuangan dalam Islam, yang menekankan pelarangan terhadap segala bentuk pengelolaan harta yang batil serta keharusan bagi setiap transaksi untuk dilandasi oleh asas kerelaan bersama (*antaradhin*).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu (QS. [4] An-Nisa' : 29).

Berdasarkan penafsiran Katsir (2003) terhadap QS. An-Nisa [4]: 29, prinsip literasi keuangan syariah dalam konteks bank digital dapat diformulasikan sebagai berikut: Larangan keras terhadap segala bentuk pengelolaan harta secara batil menjadi landasan etis yang mengharuskan pengguna bank digital untuk memiliki pemahaman komprehensif tentang produk digital yang digunakannya. Literasi ini mencakup kemampuan mengidentifikasi dan menghindari praktik transaksi digital yang mengandung unsur riba, gharar (ketidakpastian), atau penipuan (*tadlis*) yang mungkin tersembunyi di balik kemudahan antar muka digital. Dengan ini, prinsip kerelaan bersama (*taradin*) yang ditekankan dalam tafsir tersebut mengisyaratkan pentingnya transparansi dan informed consent dalam setiap transaksi digital, di mana pengguna harus secara aktif memahami

semua syarat, biaya, dan risiko produk sebelum menyetujui transaksi.

2.2.9 Kepercayaan

Menurut Aarsal et al. (2022) kepercayaan adalah sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain, yang didasarkan pada harapan bahwa pihak tersebut akan memenuhi kewajibannya dengan baik. Hal ini mencerminkan keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan bertindak sesuai dengan ekspektasi serta dapat diandalkan dalam suatu hubungan transaksi. Kepercayaan berperan sebagai elemen mendasar yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan teknologi. Dalam konteks transaksi daring, kepercayaan menjadi landasan penting karena mampu meminimalkan risiko terjadinya tindakan oportunistik (E. Purwanto et al., 2020). Kepercayaan dapat dipandang sebagai hasil interaksi antara dua pihak dalam suatu pertukaran yang mempertimbangkan biaya serta manfaat dari perilaku yang dijalankan sesuai kesepakatan. Dengan kata lain, kepercayaan merupakan keyakinan, perasaan, atau harapan terhadap pihak lain yang berkaitan dengan kemampuan, keandalan, serta kepeduliannya. Indikator dalam penelitian ini menurut Darwin et al. (2014a) terdiri atas:

1. *Benevolence* (Kebaikan Hati)

Benevolence menggambarkan keyakinan bahwa pihak lain memiliki niat baik dan peduli terhadap kepentingan pengguna. Dalam konteks layanan keuangan digital, *benevolence* terlihat ketika penyedia layanan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan kenyamanan, keamanan, dan kebutuhan penggunanya. Misalnya, adanya layanan bantuan pelanggan yang responsif menjadi bentuk nyata *benevolence*.

2. *Reliability* (Keandalan)

Reliability merujuk pada konsistensi dan kepastian suatu layanan dalam memberikan hasil sesuai harapan pengguna. Pengguna akan merasa percaya ketika layanan digital selalu dapat digunakan tanpa sering mengalami gangguan, error, atau *downtime*. Keandalan juga tercermin pada kemampuan platform memenuhi janji layanan yang ditawarkan, seperti transaksi cepat dan tepat waktu.

3. *Competence* (Kompetensi)

Competence berkaitan dengan kemampuan teknis dan profesionalisme penyedia layanan dalam menjalankan fungsinya. Dalam keuangan digital, hal ini berarti sistem harus didukung teknologi yang mutakhir, staf yang berkompeten, serta infrastruktur yang memadai untuk memastikan keamanan dan kelancaran transaksi. Kompetensi yang tinggi akan meningkatkan keyakinan pengguna terhadap kualitas layanan.

4. *Honesty* (Kejujuran)

Honesty mengacu pada transparansi dan integritas pihak penyedia layanan dalam menjalankan transaksi. Pengguna akan menaruh kepercayaan lebih besar jika merasa informasi yang diberikan jujur, tidak menyesatkan, serta tidak ada biaya tersembunyi dalam penggunaan layanan. Kejujuran juga mencakup kepatuhan terhadap regulasi dan etika bisnis.

Dalam pandangan Islam, kejujuran adalah prinsip fundamental yang menjadi pilar kepercayaan dalam segala aspek, termasuk relasi sosial, transaksi ekonomi, dan penggunaan teknologi digital. Nilai ini melampaui sekadar sikap individu dan bertransformasi menjadi identitas moral yang membentuk kredibilitas di hadapan Allah dan manusia. Berlandaskan tafsir dari Ibnu Mas'ud dan sabda Nabi Muhammad ﷺ, kejujuran dipandang sebagai jalan menuju kebajikan yang bermuara pada surga.

Seorang yang konsisten dengannya akan tercatat sebagai *siddiq* (sangat terpercaya), sementara dusta hanya akan melahirkan ketidakpercayaan dan kerusakan akhlak (ibnu katsir).

Penekanan terhadap nilai kepercayaan juga ditegaskan dalam QS. An-Nisa [4]: 58, yang mengarahkan umat Islam untuk menyampaikan amanah kepada yang berhak dan berlaku adil dalam segala urusan.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (النساء: ٥٨)

Artinya: *Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (QS. [4] An-Nisa' : 58)*

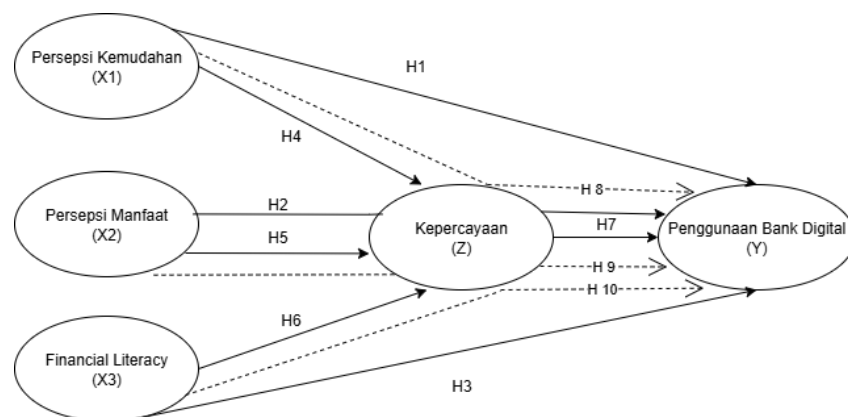
Dalam Tafsir Al-Misbah, Shihab (2006) menekankan bahwa Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk menyampaikan amanah kepada yang berhak secara adil dan melarang berlaku curang dalam menetapkan hukum. Dengan ini menunjukkan betapa pentingnya menjaga amanah, kejujuran, dan keadilan dalam setiap interaksi sosial maupun transaksi. Tafsir tersebut sangat relevan dengan indikator oleh Darwin et al. (2014) kepercayaan (*Trust*) karena mengandung dimensi yang sejalan dengan indikator penelitian. *Honesty* (kejujuran) tercermin dalam kewajiban untuk tidak curang dan berkata benar. *Reliability* (keandalan) terlihat dari perintah untuk menunaikan amanah dengan konsisten kepada yang berhak. *Competence* (kompetensi) tercermin dari tuntutan untuk mampu menegakkan hukum secara adil dan benar, yang membutuhkan kapasitas moral dan profesional. Sedangkan *Benevolence* (niat baik) tergambar dalam kepedulian untuk menjaga hak orang lain melalui penunaian amanah dengan adil. Dengan demikian, tafsir ini menegaskan bahwa kepercayaan dalam

perspektif Islam bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga merupakan amanah spiritual yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep berikut ini menunjukkan keterkaitan antar variabel utama yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Penelitian ini mengkaji bagaimana Persepsi Kemudahan Bertransaksi, dan Literasi Keuangan (sebagai variabel independen) berpengaruh terhadap Penggunaan Bank Digital (sebagai variabel dependen). Melalui kerangka ini, peneliti ingin menjelaskan bahwa faktor-faktor tersebut dapat secara langsung memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan perbankan digital. Dengan demikian, hipotesis penelitian disusun berdasarkan hubungan antar variabel yang ditunjukkan dalam model konseptual ini.

Gambar 2. 5
Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah Penulis, 2026

Keterangan:

- Pengaruh Langsung : —————→
- Pengaruh Tidak Langsung : -----

H1: Cupian (2020), Mawardani & Dwijayanti (2021), Wildan (2019).

H2: Keni (2020), Rizkyla et al. (2024), Evitasari et al. (2023).

H3: Chanafaro & Sari (2024), Munari & Susanti (2021), Rudakova & Markova (2020).

H4: Wasana & Telagawathi (2023), Mawardani & Dwijayanti (2021).

H5: Keni (2020), Rizkyla et al. (2024), Evitasari et al. (2023).

H6: Selfianti et al. (2025), Kantika et al. (2022).

H7: Kantika et al. (2022), Prayudi et al. (2022).

H8: Wasana & Telagawathi (2023), Mawardani & Dwijayanti (2021), Agustino & Yousida (2021).

H9: Keni (2020), Kantika et al. (2022), Rizkyla et al. (2024).

H10: Selfianti et al. (2025), Rudakova & Markova (2020).

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan awal atas pertanyaan penelitian yang masih bersifat sementara, karena disusun berdasarkan teori-teori yang relevan, bukan dari temuan empiris. Oleh sebab itu, hipotesis berperan sebagai landasan teoretis dalam merumuskan jawaban atas pertanyaan penelitian, bukan sebagai kesimpulan yang diperoleh dari fakta lapangan Sugiyono (2018). Berikut adalah hipotesis yang dapat disusun oleh penulis berdasarkan kerangka berpikir yang telah dibuat di atas:

2.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Persepsi kemudahan merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan cara yang sederhana dan tidak membutuhkan banyak upaya (Jogiyanto,

2007). Oleh karena itu, apabila konsumen meyakini bahwa suatu sistem informasi mudah untuk digunakan, maka mereka cenderung akan memanfaatkannya. Hal ini didukung oleh temuan Sari & Hermawati (2020) yang menyatakan bahwa mengemukakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh insting atau sifat bawaan, namun dapat berubah seiring dengan pengalaman yang diperolehnya. Berdasarkan hal tersebut, pengalaman menggunakan *Mobile banking* yang dirasakan mudah dapat membentuk atau meningkatkan minat seseorang terhadap penggunaan bank digital syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Wildan (2019) menunjukkan persepsi mengenai kemudahan penggunaan terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap minat individu dalam melakukan transaksi melalui layanan *FinTech*. Di samping itu, efektivitas juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat tersebut, sedangkan risiko turut menjadi faktor yang memengaruhi ketertarikan seseorang dalam memanfaatkan *FinTech*. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti (2021) tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem pembayaran dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas harian. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap ketertarikan individu dalam menggunakannya.

H1: Terdapat pengaruh positif antara Persepsi Kemudahan Bertransaksi terhadap penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z.

2.4.2 Pengaruh Perspsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Menurut Davis (1989) persepsi manfaat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi manfaat merujuk pada keyakinan bahwa layanan ini mampu meningkatkan efektivitas serta kelancaran aktivitas keuangan mereka. Manfaat tersebut dapat berupa efisiensi waktu, kemudahan akses dalam melakukan transaksi, serta nilai tambah lain seperti promo atau *cashback*.

Berbagai temuan penelitian mengonfirmasi adanya korelasi positif antara persepsi manfaat yang dimiliki pengguna dan tingkat adopsi layanan keuangan digital. Penelitian Keni (2020) dengan manfaat yang dirasakan dari teknologi keuangan digital tercermin pada kemampuan layanan tersebut signifikan dalam memberikan keuntungan nyata bagi penggunanya, termasuk generasi muda yang akrab dengan inovasi digital. Bahkan, menurut Rizkyla et al. (2024) persepsi manfaat memberikan kontribusi paling kuat terhadap kepercayaan dibanding faktor lainnya. Hal ini sejalan dengan Evitasari et al. (2023) menemukan bahwa kepercayaan memiliki peran penting sebagai variabel mediasi yang menguatkan pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital.

H2: Terdapat pengaruh positif antara persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z.

2.4.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Literasi keuangan yang baik menjadi landasan penting bagi mahasiswa dalam memahami berbagai produk dan layanan keuangan, termasuk layanan perbankan digital. Menurut teori yang dikemukakan oleh Chen dan Volpe (dalam Aulia dan Leo, 2023)

tingkat literasi keuangan terbukti berperan secara signifikan dalam memengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih layanan keuangan digital. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung lebih selektif dan sadar dalam memilih jenis layanan digital yang digunakan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman seseorang terhadap literasi keuangan semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih layanan keuangan digital yang dianggap aman, efisien, dan memberikan manfaat finansial (Fitri et al., 2024).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rudakova & Markova, 2020), ditemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Temuan ini didukung oleh hasil penelitian (Munari & Susanti, 2021) yang juga menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan secara signifikan memengaruhi penggunaan *e-banking* oleh individu. Temuan Chanafaro & Sari (2024) literasi keuangan digital terbukti signifikan dan menjadi faktor penentu utama yang meningkatkan minat Generasi Z untuk bertransaksi menggunakan pembayaran digital.

H3: Terdapat pengaruh positif antara Literasi Keuangan terhadap penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z.

2.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan Pada Mahasiswa Generasi Z

Menurut Jogiyanto (2015) Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa mengoperasikan sebuah teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa banyak hambatan. Oleh karena itu, apabila konsumen merasa jika sebuah sistem informasi dianggap mudah untuk dioperasikan, maka pengguna cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk memanfaatkannya. Temuan dari sejumlah penelitian

mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna. Penelitian dilakukan oleh Wasana & Telagawathi (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Temuan ini diperkuat dengan penelitian Mawardani & Dwijayanti (2021) Tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem pembayaran dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas harian.

H4: Terdapat pengaruh positif antara Persepsi kemudahan terhadap kepercayaan penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi Z.

2.4.5 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan Pada Mahasiswa Generasi Z

Menurut Davis (1989), persepsi manfaat diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa memanfaatkan suatu sistem akan membantu meningkatkan kinerja atau hasil yang diperoleh. Dalam konteks layanan keuangan, keyakinan ini berarti pengguna merasa bahwa layanan tersebut dapat membuat aktivitas keuangan mereka menjadi lebih efektif dan lancar. Beberapa contoh manfaat yang dapat dirasakan antara lain penghematan waktu, kemudahan dalam bertransaksi, serta berbagai keuntungan tambahan seperti promo dan *cashback*.

Penelitian Venkatesh & Bala (2008) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi. Sejalan dengan penelitian Keni (2020) teknologi keuangan digital terbukti memberikan manfaat nyata bagi pengguna, termasuk generasi muda. Temuan Rizkyla et al. (2024) lebih lanjut mengungkapkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor paling dominan dalam membangun kepercayaan pengguna. Hasil serupa diperkuat oleh Evitasari et al. (2023) yang

menegaskan peran kepercayaan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan layanan digital.

H5: Terdapat pengaruh positif antara Persepsi manfaat terhadap kepercayaan penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z.

2.4.6 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Pada Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan penelitian Selfianti et al. (2025) tingginya tingkat kepercayaan mahasiswa terbukti mendorong pemanfaatan yang lebih intensif terhadap layanan pembayaran digital. Dengan ini, kepercayaan tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *digital payment*. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Kantika et al. (2022) yang mengonfirmasi adanya pengaruh positif literasi keuangan terhadap kepercayaan konsumen pada bank digital. Meskipun signifikansi statistiknya tidak selalu dinyatakan secara eksplisit, pola yang konsisten menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan cenderung mendorong pertumbuhan kepercayaan, yang pada akhirnya berujung pada tingginya tingkat adopsi layanan perbankan digital.

H6: Terdapat pengaruh positif literasi keuangan terhadap kepercayaan penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z.

2.4.7 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital Mahasiswa Pada Generasi Z

Menurut Noviyanti & Erawati (2021) Kepercayaan adalah rasa yakin bahwa satu sama lain saling membutuhkan dan bergantung. Dengan ini kepercayaan adalah keyakinan bahwa apa yang kita lakukan akan berujung pada hal yang baik atau menguntungkan.

Kantika et al. (2022) membuktikan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh yang signifikan terhadap adopsi bank digital, menegaskan sebagai elemen fundamental dalam keputusan konsumen. Temuan serupa diungkapkan Prayudi et al. (2022) yang menunjukkan bahwa *Trust* menjadi mediator yang memperkuat hubungan kausal antara kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan niat penggunaan ulang (*intention to reuse*). Hasil ini memperkuat pernyataan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai mediator yang positif dan signifikan.

H7: Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi Z.

2.4.8 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi

Persepsi kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi terasa mudah dan tidak memerlukan usaha yang berat (Jogiyanto, 2007). Beberapa penelitian mendukung peran krusial persepsi kemudahan penggunaan. Wasana & Telagawathi (2023) membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemudahan terhadap pembentukan kepercayaan konsumen. Pendapat ini sejalan dengan Mawardani & Dwijayanti (2021) yang menegaskan bahwa kemudahan operasional sebuah sistem pembayaran menjadi pertimbangan utama dalam keputusan penggunaannya untuk aktivitas sehari-hari. Lebih lanjut, Agustino & Yousida (2021) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya berpengaruh langsung, tetapi juga secara signifikan memengaruhi minat penggunaan *e-wallet* melalui kepercayaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berfungsi efektif sebagai variabel mediator dalam

hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat adopsi *e-wallet*.

H8: Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z melalui mediasi kepercayaan.

2.4.9 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) memainkan peran krusial dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Temuan berbagai studi sebelumnya secara konsisten mendukung hubungan positif ini. Venkatesh & Bala (2008) menegaskan bahwa persepsi manfaat adalah determinan utama dalam penerimaan suatu teknologi. Pernyataan ini diperkuat oleh Keni (2020) yang menjelaskan bahwa manfaat tersebut tercermin dari kemampuan layanan dalam memberikan keuntungan nyata, termasuk bagi generasi muda yang melek digital. Lebih lanjut, Rizkyla et al. (2024) bahkan menemukan bahwa persepsi manfaat memberikan kontribusi terkuat dalam membentuk kepercayaan dibandingkan variabel lain.

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi dalam menggunakan layanan keuangan digital berkorelasi dengan peningkatan kepercayaan pengguna terhadap aspek keamanan, efisiensi, dan keandalan sistem tersebut. Dengan demikian, persepsi manfaat tidak hanya berperan sebagai pendorong adopsi teknologi, tetapi juga berfungsi sebagai fondasi kepercayaan (*Trust*) yang mengukuhkan keputusan individu untuk berlangganan secara berkelanjutan.

H9: Terdapat pengaruh positif persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital pada generasi mahasiswa z melalui mediasi kepercayaan.

2.4.10 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi

Literasi keuangan yang baik merupakan dasar yang vital bagi pemahaman mahasiswa terhadap produk dan layanan keuangan, termasuk perbankan digital. Literasi keuangan merupakan variabel yang berkontribusi dalam membangun kepercayaan pengguna. Penelitian Selfianti et al. (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi mendorong intensitas. Rudakova & Markova (2020) yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Peran kepercayaan tidak hanya sebagai penerima pengaruh, tetapi juga sebagai mediator yang memperkuat hubungan tidak langsung antara literasi keuangan dan penggunaan pembayaran digital. Dukungan lebih lanjut datang dari Kantika et al. (2022) yang menemukan pengaruh positif literasi keuangan terhadap kepercayaan pada bank digital. Meskipun signifikansi statistiknya tidak selalu diungkapkan secara jelas, pola yang muncul mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat mendorong kepercayaan, yang akhirnya bermuara pada adopsi layanan perbankan digital yang lebih tinggi.

H10: Terdapat pengaruh positif literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital pada mahasiswa generasi z melalui mediasi kepercayaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif Menurut Auliya et al. (2020), penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian ilmiah yang disusun secara sistematis untuk mengkaji suatu fenomena beserta keterkaitan antar unsur yang terlibat di dalamnya. Studi kuantitatif deskriptif ini menerapkan metode survei sebagai cara untuk mengumpulkan data. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis dan faktual mengenai karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu yang sedang berlangsung, baik berkaitan dengan individu, objek, kondisi, sistem pemikiran, maupun peristiwa yang terjadi pada masa kini (Widyasanti & Suarmanayasa, 2023).

Selain itu, pendekatan Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini tergolong dalam kuantitatif kausal, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga dapat diketahui sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Melalui pendekatan ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis dan mengukur sejauh mana literasi keuangan dan persepsi kemudahan memengaruhi penggunaan bank digital secara lebih objektif dan terukur.

3.2 Lokasi Penelitian

Studi ini dilakukan di kalangan mahasiswa yang berdomisili di wilayah Kota Malang. Dengan lingkup penelitian mencakup lima universitas terbesar di Malang, meliputi Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), Politeknik Negeri Malang (POLINEMA), Universitas Negeri Malang (UM) dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Lokasi tersebut dipilih dengan alasan bahwa mahasiswa dari institusi pendidikan tinggi di daerah tersebut termasuk dalam kelompok generasi muda yang dikenal aktif dan dinamis,

terbuka terhadap inovasi, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, termasuk dalam penggunaan layanan bank digital. Mahasiswa juga merupakan kelompok yang cukup melek teknologi serta cenderung mencari kemudahan dalam aktivitas keuangan sehari-hari, sehingga dinilai relevan untuk dijadikan responden dalam penelitian ini.

Selain itu, universitas ini memiliki populasi mahasiswa yang besar dan beragam dari segi latar belakang pendidikan, daerah asal, dan kondisi sosial ekonomi. Keragaman ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih mencerminkan secara akurat dalam menelaah pengaruh persepsi kemudahan transaksi, persepsi manfaat dan literasi keuangan terhadap pemanfaatan layanan bank digital. Lingkungan akademik yang mendukung dan aksesibilitas yang tinggi di kalangan mahasiswa juga memudahkan proses penyebaran kuesioner, baik secara langsung maupun melalui media daring. Dengan demikian, diharapkan data yang diperoleh dapat menggambarkan perilaku penggunaan bank digital secara lebih akurat di kalangan mahasiswa Kota Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian merujuk pada keseluruhan kumpulan data atau elemen yang menjadi fokus perhatian peneliti dan memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Renggo & Kom, 2022). Populasi ini bisa terdiri dari individu, objek, peristiwa, atau satuan-satuan lain yang jumlahnya sangat besar dan mencakup cakupan yang luas. S. K. Purwanto, (2018) menjelaskan bahwa populasi mencakup semua kemungkinan elemen, baik berupa orang, benda, maupun ukuran-ukuran lainnya, yang dianggap mewakili atau menjadi sasaran dalam suatu studi ilmiah.

Menurut Purwanza (2022) populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan jumlah yang jelas.

1. **Populasi Infinitif**, Populasi tak hingga (*infinite population*) adalah jenis populasi yang jumlah anggotanya tidak dapat diketahui secara pasti karena terus mengalami penambahan atau perubahan secara berkelanjutan. Populasi ini bersifat dinamis, di mana jumlah elemen di dalamnya terus berkembang seiring waktu, sehingga tidak dapat dihitung secara pasti atau dibatasi secara konkret.
2. **Populasi Finitif**, Populasi finit (terbatas) Merupakan jenis populasi dengan jumlah elemen yang dapat dihitung secara pasti dan jelas. Populasi ini mencakup objek-objek penelitian yang berada dalam suatu area atau wilayah tertentu, sehingga memungkinkan untuk dibedakan secara jelas antara satu kelompok populasi dengan kelompok lainnya. Dengan kata lain, populasi finit memiliki batas yang jelas baik dari segi jumlah maupun ruang lingkupnya.

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah mahasiswa aktif kota Malang. Penelitian ini berfokus dari lima universitas terbesar di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB) dengan 77.202 mahasiswa aktif, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang) dengan 24.268 mahasiswa aktif, Universitas Negeri Malang (UM) dengan 40.556 mahasiswa aktif, Politeknik Negeri Malang (POLINEMA) dengan 14.215 mahasiswa aktif, dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dengan 36.513 mahasiswa aktif (PDDikti, 2025). Dengan ini total jumlah keseluruhan 192,754 mahasiswa aktif. Universitas tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa merupakan bagian dari generasi muda yang aktif menggunakan teknologi digital, termasuk layanan bank digital, serta memiliki latar belakang pendidikan yang relevan dengan pemahaman literasi keuangan. Karena jumlah mahasiswa pada kelima universitas tersebut dapat didata secara administratif dan

berada dalam cakupan wilayah yang jelas, maka populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi finit.

3.3.2. Sampel

Menurut S. K. Purwanto (2018) sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai objek penelitian. Pemilihan sampel oleh peneliti didasarkan pada berbagai pertimbangan penting, seperti isu utama yang menjadi fokus kajian serta tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian tersebut, rumusan hipotesis, metode penelitian yang digunakan, serta instrumen pengumpulan data yang dirancang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas melalui pendekatan *purposive sampling*, yakni metode seleksi responden berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Pendekatan ini digunakan untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan relevan dan mewakili tujuan penelitian. Pertimbangan yang dimaksud merujuk pada kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam menentukan sampel, yaitu responden yang pernah atau sedang menggunakan layanan bank digital.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menerapkan teknik *proportionate stratified random sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan Rumus Slovin guna memperoleh sampel yang representatif dari populasi mahasiswa aktif universitas kota malang terutama pada Universitas Brawijaya, Universitas Islam Negeri Malang, Universitas Negeri Malang, Politeknik Negeri Malang, Universitas Muhammadiyah Malang. Penggunaan rumus ini diharapkan dapat menjamin akurasi sampel dalam mewakili seluruh populasi tanpa perlu melakukan sensus menyeluruh. Rumus ini diterapkan untuk mendapatkan sampel yang representatif dari populasi mahasiswa aktif di lima universitas, salah satunya adalah Universitas Islam Negeri Maulana

Malik Ibrahim Malang. Dengan memanfaatkan rumus Slovin, diharapkan sampel yang dihasilkan dapat secara akurat mewakili keseluruhan populasi tanpa perlu melakukan sensus terhadap setiap individunya. Rumus Slovin memudahkan peneliti dalam menentukan jumlah sampel minimum dengan memasukkan dua faktor kunci: jumlah total populasi (N) dan tingkat kesalahan (e) yang diinginkan. Seperti yang dirujuk dari karya Malik et al. (2018) rumus tersebut dituliskan dalam bentuk persamaan matematis sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan :

n : sampel

N : populasi

e : standar eror (10 % digunakan pada penelitian)

Berikut adalah hasil perhitungan ukuran sampel berdasarkan rumus yang telah disebutkan di atas.

$$n = \frac{192,754}{1+192,754(0,10)^2} = 100 \text{ mahasiswa aktif}$$

Dari total 483 mahasiswa aktif, sampel akan dialokasikan secara proporsional dan merata berdasarkan universitas tempat mereka saat ini berkuliah. Berikut adalah rincian jumlah sampel untuk masing-masing universitas:

$$n_A = \frac{N_A \times n}{N}$$

N = Populasi Keseluruhan

N = Sampel Keseluruhan

Tabel 3. 1
Proportionate Stratified Random Sampling

No	Universitas	Total mahasiswa aktif	Hasil
1.	Universitas Brawijaya (UB)	77.202	$\frac{77.202}{192,754} \times 100$ = 40 mahasiswa aktif
2.	Universitas Islam Negeri Malang	24.268	$\frac{24.268}{192,754} \times 100$ = 13 mahasiswa aktif
3.	Universitas Negeri Malang	40.556	$\frac{40.556}{192,754} \times 100$ = 21 mahasiswa aktif
4.	Politeknik Negeri Malang	14.215	$\frac{14.215}{192,754} \times 100$ = 7 mahasiswa aktif
5.	Universitas Muhammadiyah Malang	36.513	$\frac{36.513}{192,754} \times 100$ = 19 mahasiswa aktif
	Total	192,754	100

Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

3.5 Data dan Jenis Data

Data primer adalah jenis informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti selama pelaksanaan penelitian. Informasi ini berasal dari sumber pertama, yaitu responden atau informan yang memiliki keterkaitan langsung dengan variabel yang diteliti. Data primer dapat berupa hasil observasi, wawancara, atau pengisian kuesioner. Contoh pengumpulan data primer meliputi wawancara dengan observasi langsung di lapangan, dan penggunaan kuesioner yang disebarakan kepada responden (Laia et al., 2022; Subagiya, 2023). Pada penelitian ini, Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner online berbasis *Google Form* yang

disebarkan kepada lima mahasiswa terbesar aktif di Kota Malang (UB, UIN Malang, POLINEMA, UM dan UMM). Instrumen penelitian ini dirancang untuk mengumpulkan data mengenai karakteristik responden serta tanggapan mereka terkait persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan *finansial literacy* tingkat kepercayaan terhadap penggunaan bank digital.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif. Kuesioner adalah instrumen berupa daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi sesuai dengan variabel yang diteliti. Teknik ini dinilai efisien karena memungkinkan pengambilan data dilakukan dari sejumlah besar responden dalam jangka waktu yang efisien. Selain itu, kuesioner juga dapat disebarakan secara langsung maupun secara daring, sehingga dapat menjangkau responden yang lebih luas secara geografis.

Dalam studi ini, peneliti memilih pendekatan survei sebagai metode utama, dengan pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner berbasis daring. yang disebarakan melalui berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Tiktok. Strategi ini dipilih untuk menjangkau responden secara lebih luas dan efisien, khususnya mahasiswa aktif dari Malang yang menjadi sasaran penelitian. Untuk meminimalkan potensi, peneliti menyampaikan kriteria inklusi secara jelas di bagian awal kuesioner, yakni responden harus merupakan mahasiswa aktif dari perguruan tinggi tersebut. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan data yang dikumpulkan memiliki validitas dan reliabilitas yang baik sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan penelitian secara optimal.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item
1.	Penggunaan Bank Digital (Y)	Variabel ini merujuk pada tindakan atau perilaku individu dalam memanfaatkan layanan perbankan yang berbasis digital, termasuk transaksi dan aktivitas keuangan melalui platform digital. Definisi ini didasarkan pada fokus penelitian yang mengkaji pengaruh persepsi kemudahan dan literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital (Sugiyono, 2017).	1. pemakaian nyata (actual usage) 2. frekuensi penggunaan 3. kepuasan penggunaan (Davis, 1989; Muntianah et al., 2012)	1. Saya benar-benar menggunakan bank digital dalam aktivitas keuangan saya. 2. Bank Digital telah saya gunakan secara langsung dalam melakukan transaksi keuangan. 3. Saya sering menggunakan bank digital dalam kegiatan keuangan sehari-hari. 4. Saya menggunakan bank digital secara rutin. 5. Saya merasa puas menggunakan bank digital dalam melakukan transaksi keuangan. 6. Penggunaan bank digital memberikan pengalaman yang memuaskan bagi saya. (Davis, 1989; Muntianah et al., 2012)
2.	Persepsi Kemudahan (X1)	Variabel ini mengacu pada persepsi individu mengenai tingkat kemudahan dalam melakukan transaksi atau	1. Mudah digunakan pada platform online 2. Mudah diakses dan mendapatkan	1. Saya mudah dalam menggunakan bank digital 2. Saya merasa menggunakan bank digital tidak

		menggunakan layanan bank digital. Persepsi ini meliputi pandangan tentang kemudahan akses, navigasi, dan penggunaan layanan digital tersebut (Putri et al., 2023).	penggunaan bank digital 3. Mudah terampil dalam menggunakan bank digital (Koufaris, 2002)	memerlukan usaha yang besar. 3. Saya mudah dalam interaksi dengan penggunan bank digital dan dapat dimengerti 4. Saya merasa mudah memahami cara kerja fitur-fitur yang ada pada bank digital. 5. Saya mudah dan terampil dalam menggunakan bank digital 6. Mempelajari cara menggunakan bank digital merupakan hal yang mudah bagi saya. (Koufaris, 2002)
3.	Persepsi Manfaat (X2)	Variabel ini adalah persepsi manfaat dapat dipahami sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan kinerjanya. Dengan kata lain, layanan seperti <i>internet banking</i> diyakini memberikan manfaat yang dapat mendukung peningkatan produktivitas bagi para penggunanya (Pambudi, 2014).	1. Meningkatkan Produktivitas 2. Meningkatkan Efektivitas 3. Mempermudah sistem keuangan 4. Mendapatkan Keuntungan (Tan et al., 2014)	1. Menggunakan bank digital meningkatkan produktivitas/kinerja saya 2. Menggunakan bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat. 3. Menggunakan bank digital akan meningkatkan efektivitas saya dalam kehidupan sehari-hari bekerja. 4. Penggunaan bank digital membuat aktivitas keuangan saya menjadi lebih efektif. 5. Menggunakan bank digital membuat penanganan

				pembayaran lebih mudah. 6. Proses transaksi melalui bank digital lebih sederhana dibandingkan layanan perbankan konvensional. 7. Saya merasa mendapatkan keuntungan dengan menggunakan bank digital. 8. Saya merasa mendapatkan banyak manfaat dari penggunaan bank digital. (Tan et al., 2014)
4.	Literasi Keuangan (X3)	Variabel ini adalah pemahaman dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara efektif, termasuk pengelolaan pendapatan, pengeluaran, menabung, investasi, dan perlindungan asuransi. Literasi keuangan membantu individu dalam pengambilan keputusan keuangan yang tepat (Cupian et al., 2022; Wildan, 2019).	1. Pengetahuan keuangan 2. Sikap keuangan 3. Perilaku keuangan 4. Tabungan dan pinjaman 5. Asuransi 6. Investasi Rajna et al. (2011), Potrich et al. (2016), dalam Yanto et al. (2021). Dan Chen & Volpe (1998) dalam Yushita (2017).	1. Saya memiliki pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi. 2. Saya mengerti berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan bank digital. 3. Saya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan sebelum bertransaksi di bank digital. 4. Saya percaya bahwa sangat penting bertindak bijaksana dalam pengelolaan keuangan 5. Saya memiliki kebiasaan menabung atau berinvestasi untuk kebutuhan jangka panjang.

				6. Saya rutin mencatat dan mengecek transaksi keuangan di bank digital. 7. Saya menyimpan uang di bank karena merupakan cara menyimpan yang aman. 8. Saya mempertimbangkan kemampuan keuangan pribadi sebelum menggunakan fitur pinjaman pada bank digital. 9. Saya memiliki asuransi untuk melindungi diri dari risiko keuangan yang tidak terduga. 10. Saya mengetahui manfaat dan perlindungan dari produk asuransi yang saya akses melalui bank digital. 11. Saya memahami bahwa investasi merupakan potensi penghasilan jangka panjang. 12. Saya mempertimbangkan risiko dan potensi keuntungan sebelum berinvestasi melalui bank digital. Rajna et al. (2011), Potrich et al. (2016), dalam Yanto et al. (2021). Dan Chen & Volpe (1998) dalam Yushita (2017).
--	--	--	--	--

5.	Kepercayaan (Z)	Kepercayaan merupakan kesediaan suatu pihak untuk menerima kerentanan akibat tindakan pihak lain, dengan landasan harapan bahwa pihak tersebut akan menjalankan tanggung jawabnya secara tepat. Konsep ini merefleksikan keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan bertindak selaras dengan harapan dan dapat diandalkan dalam suatu hubungan transaksional (Arsal et al., 2022).	1. <i>Benevolence</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Compentence</i> 4. <i>Honesty</i> (Darwin et al., 2014).	1. Bank digital menunjukkan itikad baik dalam membangun dan menjaga hubungan dengan nasabah. 2. Bank digital tidak memanfaatkan nasabah untuk memperoleh keuntungan secara tidak wajar atau tidak jujur. 3. Bank digital dapat diandalkan ketika saya membutuhkan layanan yang diberikan. 4. Bank digital secara konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. 5. Bank digital memiliki standar kerja yang tinggi dalam memberikan layanan kepada nasabah. 6. Bank digital memiliki pengalaman dan kemampuan yang memadai dalam memenuhi kebutuhan nasabah. 7. Bank digital bertanggung jawab dalam menangani keluhan yang saya sampaikan. 8. Tindakan bank digital selalu sesuai dengan informasi dan pernyataan yang
----	-----------------	---	---	---

				disampaikan kepada saya. (Darwin et al., 2014)
--	--	--	--	---

Sumber: Dibuat oleh peneliti (2025).

3.8 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017) skala pengukuran dapat diartikan sebagai suatu bentuk kesepakatan atau aturan yang digunakan sebagai pedoman dalam menetapkan jarak atau perbedaan antar nilai pada suatu instrumen pengukuran. Dengan adanya skala yang jelas dan terstandarisasi, instrumen pengukuran mampu menghasilkan data kuantitatif yang tidak hanya sistematis, tetapi juga valid, yaitu benar-benar mencerminkan variabel yang sedang diukur. Studi ini menerapkan skala Likert sebagai alat ukur, yang lazim digunakan untuk menilai tanggapan responden terhadap pernyataan terkait sikap, persepsi, maupun pandangan mereka. Adapun bentuk skala yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

Skala	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terkait kemudahan, manfaat, literasi keuangan, dan penggunaan bank digital. Melalui skala ini, peneliti dapat mengumpulkan data kuantitatif yang dapat dianalisis secara lebih mendalam.

3.9 Analisis Data

3.9.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menyajikan data sebagaimana adanya, baik yang berasal dari sampel maupun populasi, tanpa melakukan pengujian hipotesis atau menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi terhadap populasi yang lebih luas (Furadantin, 2018). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* dengan metode *Partial Least Square* (SEM-PLS) yang dioperasikan melalui software SmartPLS.

Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran faktual dan sistematis mengenai fenomena atau objek yang sedang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono, (2017) analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan ciri-ciri atau karakteristik data yang telah diperoleh, tanpa bermaksud menggeneralisasi hasilnya atau membuat kesimpulan yang berlaku secara menyeluruh untuk populasi yang lebih besar. Informasi yang dihasilkan dari analisis deskriptif memberikan konteks penting dalam interpretasi hasil *Partial Least Squares* (PLS), membantu peneliti dalam memvalidasi model dan memahami hubungan antar variabel yang diteliti. Metode statistik yang umum digunakan dalam analisis deskriptif antara lain:

1. Tabel frekuensi dan persentase untuk data kategorik.
2. Ukuran tendensi sentral seperti mean (rata-rata), median, dan modus.
3. Ukuran penyebaran seperti standar deviasi dan rentang.
4. Diagram batang, pie chart, atau histogram sebagai visualisasi pendukung.

3.9.2. Pengolahan Data

Menurut Abdillah & Hartono (2015) SEM-PLS merupakan jenis SEM berbasis varians atau komponen, indikator yang merepresentasikan suatu variabel laten tidak diwajibkan untuk memiliki korelasi dengan indikator dari variabel laten lain dalam model yang sama. Salah satu kelebihan utama dari metode SEM-PLS adalah pendekatannya yang bersifat non-parametrik, sehingga tidak memerlukan pemenuhan asumsi statistik tertentu. Metode ini juga efisien karena dapat diterapkan meski dengan jumlah sampel kecil, bahkan hanya sekitar 30 responden. Selain itu, SEM-PLS mendukung analisis konstruk dengan indikator reflektif maupun formatif, dan cocok digunakan untuk model yang masih dalam tahap eksploratif atau belum memiliki dasar teori yang kuat.

Pendekatan statistik SEM berbasis varians merupakan metode yang sesuai untuk penelitian yang bersifat prediktif. Penelitian jenis ini bertujuan mengevaluasi pengaruh antar variabel guna meramalkan hubungan sebab-akibat di antara variabel-variabel tersebut. Analisis SEM-PLS dalam tulisan ini mencakup dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dan evaluasi model struktural (*Inner Model*). Pembahasan difokuskan pada model dengan indikator reflektif saja, bukan formatif atau kombinasi keduanya.

3.9.2.1 *Outer Model*

Sarstedt et al. (2021) mengemukakan bahwa uji *Outer Model* merupakan tahapan awal untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap indikator dalam penelitian. Adapun pengujian pada *Outer Model* meliputi:

1) Reliabilitas Indikator

Uji reliabilitas indikator dilakukan untuk mengetahui seberapa dapat diandalkannya indikator dalam merepresentasikan suatu variabel laten. Penilaian ini didasarkan pada nilai *outer loading* dari setiap indikator.

Jika nilai loading lebih dari 0,7, maka indikator dianggap reliabel karena menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari indikator tersebut (Sarstedt et al., 2021; Wong, 2013).

2) *Internal Consistency Reliability*

Internal Consistency Reliability digunakan untuk menilai sejauh mana indikator secara konsisten mengukur konstruk laten. Penilaian ini dilakukan menggunakan dua ukuran utama, yaitu *composite Reliability* dan *Cronbach's alpha*. Menurut Sarstedt et al. (2021) Nilai *composite Reliability* antara 0,6 hingga 0,7 sudah menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai, sementara menurut Ghazali & Latan (2015) nilai *Cronbach's alpha* yang ideal adalah di atas 0,7.

3) Validitas Konvergen

Validitas konvergen didasarkan prinsip bahwa indikator-indikator merepresentasikan konstruk yang diukur yang sama harus memiliki korelasi yang tinggi (Ghozali & Latan, 2015). Untuk konstruk dengan indikator reflektif, validitas konvergen dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE yang minimal 0,5 menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan setidaknya 50% varians dari indikator-indikatornya (Sarstedt et al., 2021; Wong, 2013).

4) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator reflektif secara tepat mengukur konstruk yang dimaksud, dengan asumsi bahwa indikator tersebut seharusnya memiliki korelasi yang tinggi hanya terhadap konstraknya sendiri. Indikator dari konstruk yang berbeda menunjukkan korelasi tinggi (Ghozali & Latan, 2015).

Validitas diskriminan diuji melalui *cross loadings*, kriteria *Fornell-Larcker*, serta *Heterotrait-Monotrait ratio* (HTMT) (Henseler et al., 2015).

3.9.2.2 Inner Model

Menurut Sarstedt et al. (2021) Evaluasi model struktural (*Inner Model*) bertujuan untuk menilai apakah terdapat masalah Hubungan kolinearitas antar konstruk dan evaluasi daya prediksi dari model. Selanjutnya, kemampuan prediksi model dianalisis menggunakan empat indikator utama, yaitu koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), *cross-validated redundancy* (Q^2), dan koefisien jalur (*path coefficients*).

1. *Variance Inflation Factor* (VIF).

Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk mendeteksi adanya masalah kolinearitas antar konstruk dalam model. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen atau konstruk eksogen memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain, yang dapat mengganggu akurasi prediksi model (Sekaran & Bougie, 2016). Menurut Sarstedt et al. (2017), nilai VIF yang baik adalah di bawah 5, karena nilai di atas itu menunjukkan potensi terjadinya kolinearitas antar konstruk.

2. Koefisien determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel-variabel eksogen mampu menjelaskan variabel endogen dalam suatu model. Skala R^2 berkisar antara 0 sampai 1, dan semakin mendekati angka 1, maka semakin tinggi pula kapasitas model dalam menjelaskan variabel endogen (Sarstedt et al., 2021). Besaran nilai r-square tersebut kemudian dikategorikan

untuk menginterpretasikan tingkat pengaruh antar variabel yang diteliti.

Tabel 3. 4
Kategori Penilaian R-Square

Nilai	Keterangan
0,75	Hubungan antar variabel kuat
0,50	Hubungan antar variabel sedang
0,25	Hubungan antar variabel lemah

Sumber: Sarstedt et al. (2021)

3. *Effect Size* (f^2)

Nilai f-square berfungsi sebagai menguji signifikansi hubungan antar variabel, peneliti juga perlu menilai seberapa besar pengaruh tersebut melalui ukuran *Effect Size* (f^2) (Wong, 2013).Memiliki beberapa kategori penilaian yang akan diuraikan lebih lanjut.

Tabel 3. 5
Kategori Penilaian F-Square

Nilai	Keterangan
0,02	Pengaruh kecil
0,15	Pengaruh sedang
0,35	Pengaruh besar
< 0,02	Pengaruh sangat kecil

Sumber: Sarstedt et al. (2021)

4. *Cross-validated redundancy* (Q^2)

Cross-validated redundancy (Q^2) atau uji Q-square digunakan untuk mengevaluasi relevansi prediktif suatu model. Jika nilai Q^2 lebih besar dari 0, maka model dianggap memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap konstruk yang diuji. Sebaliknya, nilai Q^2 kurang dari 0 menunjukkan bahwa model tidak memiliki relevansi prediktif yang memadai (Sarstedt et al., 2021).

5. *Path coefficients* atau Koefisien Jalur

Path coefficients digunakan untuk mengukur kekuatan dan signifikansi hubungan antar konstruk, serta untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai koefisien jalur berada dalam rentang -1 hingga +1. Semakin dekat nilai tersebut ke +1, maka hubungan antar konstruk semakin kuat dan positif. Sebaliknya, nilai yang mendekati -1 menunjukkan adanya hubungan yang kuat namun bersifat negatif (Sarstedt et al., 2021).

3.9.2.3 Uji Hipotesis

Proses *bootstrapping* dimanfaatkan untuk menghasilkan nilai t-statistik pada tiap hubungan antar variabel dalam model, yang kemudian dijadikan dasar dalam pengujian hipotesis. Nilai t yang diperoleh tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai t yang terdapat dalam tabel distribusi. Dalam penelitian dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), nilai t-tabel yang digunakan adalah 1,96. Jika t-statistik $< 1,96$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Sebaliknya, jika t-statistik $\geq 1,96$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Ghozali & Latan, 2015).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Penelitian

Menurut Wajdi et al. (2024) deskripsi penelitian merupakan teknik yang digunakan untuk meringkas dan menggambarkan data. Data yang dianalisis dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban kuesioner dalam bentuk Google Form yang disebarakan kepada mahasiswa dari lima Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), dan Politeknik Negeri Malang (POLINEMA). Proses pengumpulan data berlangsung selama kurang lebih dua minggu. Dari kegiatan tersebut, berhasil diperoleh 157 respons kuisioener yang lengkap. Seluruh data ini kemudian ditetapkan sebagai sampel penelitian.

Penentuan sampel mengacu pada teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Perhitungan dengan rumus ini menghasilkan jumlah minimum sampel yakni 100 responden diperlukan, dan karena respons yang terkumpul (157) telah memenuhi atau melampaui jumlah minimum tersebut, maka seluruh data dinyatakan layak dan memadai untuk digunakan sebagai sampel penelitian. Untuk menguji dan mengolah data tersebut, penelitian ini menggunakan perangkat lunak analisis statistik Smart PLS (*Partial Least Squares*).

4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa dari lima Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM),

Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), dan Politeknik Negeri Malang (POLINEMA). Responden yang terlibat merupakan mahasiswa dari kelima perguruan tinggi tersebut yang sedang atau pernah menggunakan layanan bank digital.

Berdasarkan analisis data kuesioner, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis komposisi responden dari segi gender, mayoritas partisipan merupakan mahasiswa perempuan, dengan persentase sebesar 67%. Sementara itu, mahasiswa laki-laki berpartisipasi sebanyak 33%. Distribusi ini menunjukkan bahwa penelitian telah mencakup representasi dari kedua gender, meskipun terdapat proporsi yang lebih tinggi dari responden perempuan.

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	52	33%
Perempuan	105	67%
Total	157	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

2. Berdasarkan tabel dibawah karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 20–25 tahun, yaitu sebanyak 117 orang atau 75% dari total responden. Sementara itu, responden berusia 17–20 tahun berjumlah 40 orang atau 25%. Tidak terdapat responden yang berusia di atas 25 tahun dalam penelitian ini. Dominasi responden pada kelompok usia 20–25 tahun menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh mahasiswa pada fase dewasa awal, yang umumnya memiliki tingkat literasi digital dan intensitas penggunaan layanan keuangan digital yang relatif tinggi. Kondisi ini sesuai dengan karakteristik pengguna layanan dompet digital,

khususnya mahasiswa aktif, yang lebih adaptif terhadap teknologi dan inovasi keuangan digital.

Tabel 4. 2
Karaktersitik usia responden

Usia	Frekuensi	Presentase
17-20 Tahun	40	25%
20-25 Tahun	117	75%
>25 Tahun	0	0%
Total	157	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

3. Berdasarkan karakteristik asal perguruan tinggi, responden dalam penelitian ini berasal dari lima perguruan tinggi di Kota Malang dengan jumlah yang relatif merata. Responden terbanyak berasal dari Universitas Brawijaya, yaitu sebanyak 42 orang atau 27%, diikuti oleh Universitas Islam Negeri Malang sebesar 24%, Universitas Negeri Malang sebesar 20%, dan Universitas Muhammadiyah Malang sebesar 19%. Sementara itu, responden paling sedikit berasal dari Politeknik Negeri Malang, yaitu sebesar 11%. Distribusi responden yang relatif merata antar perguruan tinggi menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini cukup representatif dan tidak terfokus pada satu institusi tertentu, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu menggambarkan kondisi mahasiswa pengguna layanan digital di berbagai perguruan tinggi di Kota Malang.

Tabel 4. 3
Karaktersitik Jumlah Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Universitas Brawijaya	42	27%
Universitas Negeri Malang	31	20%
Universitas Islam Negeri Malang	37	24%
Politeknik Negeri Malang	17	11%

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Universitas Muhammadiyah Malang	30	19%
Total	157	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.3.1 Variabel Penggunaan Bank Digital (Y)

Variabel penggunaan bank digital diukur melalui tiga indikator utama, yaitu pemakaian nyata (*actual usage*) yang melihat sejauh mana layanan tersebut benar-benar digunakan, frekuensi penggunaan yang menilai seberapa sering layanan itu dimanfaatkan, serta kepuasan penggunaan yang mengukur tingkat kepuasan pengguna atas pengalaman mereka. Setiap indikator ini kemudian dioperasionalkan menjadi dua pertanyaan spesifik yang relevan.

Tabel 4. 4
Karaktersitik Jawaban Responden Variabel Penggunaan Bank Digital (Y)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y01.01	1	1%	6	4%	2	1%	88	56%	60	38%	4.274
Y01.02	1	1%	6	4%	7	4%	68	43%	75	48%	4.338
Y01.03	0	0%	5	3%	6	4%	78	50%	68	43%	4.331
Y01.04	1	1%	5	3%	9	6%	82	52%	60	38%	4.242
Y01.05	1	1%	5	3%	6	4%	82	52%	63	40%	4.280
Y01.06	1	1%	5	3%	5	3%	79	50%	67	43%	4.312

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan data dari 157 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat penggunaan bank digital yang tinggi dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Hal ini tercermin dari dominasi jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator variabel penggunaan bank

digital, serta diperkuat dengan nilai rata-rata (mean) yang seluruhnya berada di atas angka 4,00. Pada pernyataan “Saya benar-benar menggunakan bank digital dalam aktivitas keuangan saya” (Y01.01), mayoritas responden menyatakan setuju sebesar 56% dan sangat setuju sebesar 38%, dengan nilai mean sebesar 4,274, yang menunjukkan bahwa responden telah menjadikan bank digital sebagai sarana utama dalam aktivitas keuangan mereka.

Selanjutnya, pada pernyataan “Bank digital telah saya gunakan secara langsung dalam melakukan transaksi keuangan” (Y01.02), sebanyak 43% responden menyatakan setuju dan 48% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,338, yang mengindikasikan bahwa penggunaan bank digital tidak hanya sebatas pengetahuan, tetapi telah diterapkan secara nyata dalam transaksi keuangan sehari-hari. Pada pernyataan “Saya sering menggunakan bank digital dalam kegiatan keuangan sehari-hari” (Y01.03), tercatat 50% responden menyatakan setuju dan 43% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,331, yang menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan bank digital tergolong tinggi di kalangan responden.

Selanjutnya, pada pernyataan “Saya menggunakan bank digital secara rutin” (Y01.04), sebanyak 52% responden menyatakan setuju dan 38% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,242, yang menunjukkan bahwa penggunaan bank digital telah menjadi kebiasaan rutin dalam aktivitas keuangan responden. Pada pernyataan “Saya merasa puas menggunakan bank digital dalam melakukan transaksi keuangan” (Y01.05), sebanyak 52% responden menyatakan setuju dan 40% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,280, yang menunjukkan tingkat kepuasan responden yang tinggi terhadap layanan bank digital. Pada pernyataan “Penggunaan bank digital memberikan

pengalaman yang memuaskan bagi saya” (Y01.06), sebanyak 50% responden menyatakan setuju dan 43% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,312, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan pengalaman positif dalam menggunakan layanan bank digital.

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel penggunaan bank digital (Y01.01–Y01.06) menunjukkan hasil yang tinggi. Nilai mean tertinggi terdapat pada item Y01.02 yaitu sebesar 4,338, yang menunjukkan bahwa responden paling kuat menyetujui bahwa bank digital telah digunakan secara langsung dalam melakukan transaksi keuangan. Sementara itu, nilai mean terendah terdapat pada item Y01.04 sebesar 4,242, yang menunjukkan bahwa meskipun penggunaan bank digital sudah menjadi kebiasaan, tingkat konsistensinya sedikit lebih rendah dibandingkan indikator lainnya.

Secara keseluruhan, rata-rata nilai mean dari keenam indikator adalah sebesar 4,30, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat penggunaan bank digital yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bank digital oleh responden sudah berjalan dengan baik, ditandai dengan tingginya intensitas penggunaan, kepuasan, serta pengalaman positif dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa bank digital telah menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas keuangan responden secara efektif dan efisien.

4.1.3.2 Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Variabel persepsi kemudahan diukur melalui tiga indikator, yaitu kemudahan penggunaan pada platform online, kemudahan akses dalam menggunakan layanan bank digital,

serta kemudahan dalam menguasai penggunaan fitur-fitur yang tersedia. Ketiga indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa bank digital mudah dipahami, mudah digunakan, dan mendukung aktivitas keuangan mereka secara efektif.

Tabel 4. 5
Karaktersitik Jawaban Responden Variabel Persepsi
Kemudahan (X1)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X01.01	0	0%	4	3%	9	6%	84	54%	60	38%	4,274
X01.02	0	0%	5	3%	9	6%	86	55%	57	36%	4,242
X01.03	0	0%	3	2%	10	6%	74	47%	70	45%	4,344
X01.04	0	0%	3	2%	14	9%	78	50%	62	39%	4,268
X01.05	0	0%	2	1%	12	8%	79	50%	64	41%	4,306
X01.06	0	0%	3	2%	12	8%	69	44%	73	47%	4,350

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kemudahan penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh dominasi jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator variabel persepsi kemudahan, serta nilai mean yang seluruhnya berada di atas angka 4,00. Pada pernyataan “Saya mudah dalam menggunakan bank digital” (X01.01), sebanyak 54% responden menyatakan setuju dan 38% menyatakan sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,274. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa penggunaan bank digital tidak menyulitkan dan mudah diterapkan dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Selanjutnya, pada pernyataan “Saya merasa menggunakan bank digital tidak memerlukan usaha yang besar” (X01.02), sebesar 55% responden menyatakan setuju dan 36% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,242. Hasil ini menunjukkan bahwa

penggunaan bank digital dianggap praktis dan tidak membutuhkan usaha yang berlebihan dalam pengoperasiannya.

Pada pernyataan “Saya mudah dalam interaksi dengan penggunaan bank digital dan dapat dimengerti” (X01.03), diperoleh 47% responden menyatakan setuju dan 45% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,344. Hal ini mengindikasikan bahwa antarmuka dan sistem bank digital mudah dipahami oleh pengguna. Selanjutnya, pada pernyataan “Saya merasa mudah memahami cara kerja fitur-fitur yang ada pada bank digital” (X01.04), sebanyak 50% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,268. Hasil ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang tersedia pada layanan bank digital dapat dipahami dengan baik oleh pengguna.

Pada pernyataan “Saya mudah dan terampil dalam menggunakan bank digital” (X01.05), sebanyak 50% responden menyatakan setuju dan 41% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,306. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki keterampilan yang baik dalam menggunakan layanan bank digital. Terakhir, pada pernyataan “Mempelajari cara menggunakan bank digital merupakan hal yang mudah bagi saya” (X01.06), sebanyak 44% responden menyatakan setuju dan 47% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,350. Hasil ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran penggunaan bank digital dinilai mudah oleh sebagian besar responden.

Secara keseluruhan, rata-rata nilai mean dari keenam indikator variabel persepsi kemudahan (X1) adalah sebesar 4,30, yang menunjukkan bahwa tingkat persepsi kemudahan penggunaan bank digital berada pada kategori tinggi. Nilai ini mencerminkan bahwa responden secara umum merasa bank

digital mudah digunakan, mudah dipahami, serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoperasiannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor yang kuat dalam mendukung penggunaan bank digital, karena mayoritas responden merasakan kemudahan baik dari segi akses, pemahaman fitur, maupun keterampilan dalam menggunakannya.

4.1.3.3 Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Variabel persepsi manfaat diukur melalui empat indikator, yaitu peningkatan produktivitas, peningkatan efektivitas, kemudahan dalam sistem keuangan, serta keuntungan yang diperoleh dari penggunaan bank digital. Keempat indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pengguna merasakan manfaat nyata dari penggunaan layanan bank digital dalam mendukung aktivitas keuangan mereka.

Tabel 4. 6
Karaktersitik Jawaban Responden Variabel Persepsi
Manfaat (X2)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X02.01	0	0%	1	1%	17	11%	80	51%	59	38%	4,26
X02.02	0	0%	2	1%	13	8%	80	51%	62	39%	4,29
X02.03	0	0%	4	3%	11	7%	69	44%	73	46%	4,35
X02.04	0	0%	1	1%	19	12%	81	52%	56	36%	4,22
X02.05	0	0%	3	2%	21	13%	69	44%	64	41%	4,24
X02.06	0	0%	5	3%	13	8%	78	50%	61	39%	4,24
X02.07	0	0%	2	1%	14	9%	86	55%	55	35%	4,24
X02.08	0	0%	3	2%	19	12%	73	47%	62	39%	4,24

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap manfaat penggunaan bank digital. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator variabel persepsi

manfaat, serta nilai mean yang seluruhnya berada di atas angka 4,00. Pada pernyataan “Menggunakan bank digital meningkatkan produktivitas/kinerja saya” (X02.01), sebanyak 51% responden menyatakan setuju dan 38% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bank digital dinilai mampu meningkatkan produktivitas responden dalam menjalankan aktivitas keuangan sehari-hari.

Selanjutnya, pada pernyataan “Menggunakan bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat” (X02.02), sebanyak 51% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,29. Hasil ini menunjukkan bahwa bank digital dinilai efektif dalam mempercepat proses transaksi keuangan. Pada pernyataan “Menggunakan bank digital akan meningkatkan efektivitas saya dalam kehidupan sehari-hari bekerja” (X02.03), diperoleh 44% responden menyatakan setuju dan 46% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,35. Nilai ini merupakan yang tertinggi di antara seluruh indikator, menunjukkan bahwa manfaat terbesar dari penggunaan bank digital dirasakan pada peningkatan efektivitas aktivitas sehari-hari.

Selanjutnya, pada pernyataan “Penggunaan bank digital membuat aktivitas keuangan saya menjadi lebih efektif” (X02.04), sebanyak 52% responden menyatakan setuju dan 36% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bank digital mampu membantu responden dalam mengelola aktivitas keuangan secara lebih efisien. Pada pernyataan “Menggunakan bank digital membuat penanganan pembayaran lebih mudah” (X02.05), sebanyak 44% responden menyatakan setuju dan 41% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,24. Hasil ini

menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan pembayaran menjadi salah satu manfaat utama penggunaan bank digital. Selanjutnya, pada pernyataan “Proses transaksi melalui bank digital lebih sederhana dibandingkan layanan perbankan konvensional” (X02.06), sebanyak 50% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,24. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan kemudahan proses transaksi dibandingkan dengan layanan perbankan konvensional. Pada pernyataan “Saya merasa mendapatkan keuntungan dengan menggunakan bank digital” (X02.07), sebanyak 55% responden menyatakan setuju dan 35% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,24. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bank digital memberikan manfaat nyata bagi responden.

Pernyataan “Saya merasa mendapatkan banyak manfaat dari penggunaan bank digital” (X02.08), sebanyak 47% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,24. Hal ini menegaskan bahwa secara umum responden merasakan berbagai manfaat dari penggunaan layanan bank digital. Secara keseluruhan, rata-rata nilai mean dari delapan indikator variabel persepsi manfaat (X2) adalah sebesar 4,26, yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap manfaat penggunaan bank digital berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasakan manfaat yang nyata dari penggunaan bank digital, baik dalam meningkatkan produktivitas, efektivitas, kemudahan transaksi, maupun keuntungan yang diperoleh dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

4.1.3.4 Variabel Literasi Keuangan (X3)

Variabel literasi keuangan diukur melalui enam aspek utama: pengetahuan, sikap, perilaku, pengelolaan tabungan dan pinjaman, pemahaman asuransi, serta investasi. Indikator-indikator ini menggambarkan tingkat pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan seseorang dalam keseharian. Pengetahuan keuangan merepresentasikan pemahaman akan konsep dasar keuangan, sementara sikap keuangan menunjukkan perspektif dan tanggung jawab dalam pengelolaan dana. Perilaku keuangan mencerminkan kebiasaan dalam mengatur arus kas dan keuangan secara keseluruhan. Kemampuan mengelola simpanan dan utang tergambar dalam indikator tabungan dan pinjaman, sedangkan asuransi menunjukkan kesadaran akan kebutuhan proteksi terhadap risiko. Adapun investasi mengukur pemahaman dan kesiapan dalam mengalokasikan dana untuk tujuan masa depan.

Tabel 4. 7
Karaktersitik Jawaban Responden Variabel Literasi
Keuangan (X3)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X03.01	0	0%	3	2%	15	10%	82	52%	57	36%	4,23
X03.02	0	0%	5	3%	14	9%	79	50%	59	38%	4,22
X03.03	0	0%	4	3%	11	7%	86	55%	56	36%	4,24
X03.04	0	0%	5	3%	15	10%	84	54%	54	34%	4,21
X03.05	0	0%	5	3%	19	12%	76	48%	57	36%	4,18
X03.06	0	0%	3	2%	17	11%	77	49%	60	38%	4,24
X03.07	0	0%	3	2%	17	11%	75	48%	62	39%	4,25
X03.08	0	0%	6	4%	15	10%	86	55%	50	32%	4,15
X03.09	1	1%	4	3%	14	9%	91	58%	47	30%	4,14
X03.10	1	1%	3	2%	17	11%	74	47%	62	39%	4,23
X03.11	0	0%	5	3%	19	12%	81	52%	52	33%	4,15
X03.12	0	0%	3	2%	15	10%	82	52%	57	36%	4,23

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, yang ditunjukkan oleh dominasi jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator variabel literasi keuangan. Pada indikator X03.01 (pengetahuan dasar keuangan), sebanyak 52% responden menyatakan setuju dan 36% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,23, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pemahaman dasar mengenai keuangan pribadi.

Selanjutnya, pada pernyataan X03.02 (pemahaman fitur dan layanan bank digital), sebesar 50% responden menyatakan setuju dan 38% sangat setuju, dengan nilai mean 4,22, yang menunjukkan bahwa responden cukup memahami berbagai layanan perbankan digital. Pada pernyataan X03.03 (pertimbangan sebelum bertransaksi), diperoleh 55% responden setuju dan 36% sangat setuju, dengan nilai mean 4,24, yang mengindikasikan bahwa responden cenderung bersikap rasional sebelum melakukan transaksi keuangan.

Selanjutnya, pada pernyataan X03.04 (bersikap bijak dalam pengelolaan keuangan), sebanyak 54% responden menyatakan setuju dan 34% sangat setuju, dengan nilai mean 4,21, yang menunjukkan kesadaran responden terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak. Pada pernyataan X03.05 (kebiasaan menabung atau berinvestasi), diperoleh 48% responden setuju dan 36% sangat setuju, dengan nilai mean 4,18, yang menunjukkan bahwa kebiasaan perencanaan keuangan jangka panjang sudah cukup baik meskipun masih dapat ditingkatkan.

Selanjutnya, pada pernyataan X03.06 (rutin memantau transaksi keuangan), sebanyak 49% responden menyatakan setuju dan 38% sangat setuju, dengan nilai mean 4,24, yang

mencerminkan kepedulian responden terhadap pengelolaan keuangan secara aktif. Pada pernyataan X03.07 (keamanan menyimpan uang di bank), diperoleh 48% responden setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean 4,25, yang menjadi nilai tertinggi dan menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan bank digital.

Selanjutnya, pada pernyataan X03.08 (pertimbangan sebelum menggunakan fitur pinjaman), sebanyak 47% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean 4,15, yang menunjukkan sikap kehati-hatian dalam penggunaan fasilitas pinjaman. Pada pernyataan X03.09 (kepemilikan asuransi), sebesar 58% responden setuju dan 30% sangat setuju, dengan nilai mean 4,14, yang merupakan nilai terendah namun tetap berada pada kategori tinggi. Pada pernyataan X03.10 (pemahaman manfaat asuransi), diperoleh 47% responden setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean 4,23, yang menunjukkan pemahaman yang baik terhadap manfaat perlindungan asuransi. Terakhir, pada pernyataan X03.11 (pemahaman investasi jangka panjang), sebanyak 52% responden menyatakan setuju dan 36% sangat setuju, dengan nilai mean 4,15, yang menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang cukup baik terkait pentingnya investasi jangka panjang.

Berdasarkan Tabel 4.7, nilai mean tertinggi terdapat pada indikator X03.07 sebesar 4,25, yang menunjukkan bahwa responden merasa bank merupakan tempat yang aman untuk menyimpan uang. Sementara itu, nilai mean terendah terdapat pada indikator X03.09 sebesar 4,14, yang mengindikasikan bahwa kepemilikan asuransi sebagai bentuk perlindungan keuangan masih relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya.

Secara keseluruhan, rata-rata nilai mean dari dua belas indikator variabel literasi keuangan (X3) adalah sebesar 4,21. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan responden berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, pemanfaatan layanan perbankan digital, serta kesadaran dalam merencanakan dan mengelola keuangan secara bijak. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor penting yang mendukung perilaku keuangan yang sehat dan bertanggung jawab dalam penggunaan layanan bank digital.

4.1.3.5 Variabel Kepercayaan (Z)

Variabel kepercayaan diukur melalui empat indikator, yaitu *benevolence*, *reliability*, *competence*, dan *honesty*. Keempat indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan bank digital. Indikator *benevolence* mencerminkan keyakinan pengguna bahwa pihak penyedia layanan memiliki niat baik dalam memberikan pelayanan. *Reliability* menunjukkan kemampuan sistem dalam memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan. *Competence* menggambarkan kemampuan penyedia layanan dalam mengelola dan menyediakan fitur yang mendukung kebutuhan pengguna. Sementara itu, *honesty* mencerminkan tingkat kejujuran dan transparansi dalam penyampaian informasi serta pengelolaan layanan. Secara keseluruhan, keempat indikator tersebut mencerminkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan bank digital.

Tabel 4. 8
Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kepercayaan
(Z)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Z01.01	0	0%	3	2%	12	8%	65	41%	77	49%	4,38
Z01.02	0	0%	4	3%	17	11%	75	48%	61	39%	4,23
Z01.03	0	0%	5	3%	15	10%	87	55%	50	32%	4,16
Z01.04	0	0%	5	3%	17	11%	72	46%	63	40%	4,23
Z01.05	1	1%	3	2%	12	8%	82	52%	59	38%	4,24
Z01.06	0	0%	5	3%	16	10%	68	43%	68	43%	4,27
Z01.07	0	0%	6	4%	10	6%	88	56%	53	34%	4,20
Z01.08	0	0%	6	4%	14	9%	76	48%	61	39%	4,22

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh dominasi jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator variabel kepercayaan. Pada pernyataan Z01.01 (Bank digital menunjukkan itikad baik dalam membangun dan menjaga hubungan dengan nasabah), sebanyak 41% responden menyatakan setuju dan 49% sangat setuju, dengan nilai mean sebesar 4,38, yang menunjukkan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi terhadap itikad baik bank digital.

Selanjutnya, pada pernyataan Z01.02 (Bank digital tidak memanfaatkan nasabah secara tidak jujur), diperoleh 48% responden setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean 4,23, yang menunjukkan bahwa responden menilai bank digital beroperasi secara etis dan adil. Pada pernyataan Z01.03 (Bank digital dapat diandalkan saat dibutuhkan), sebanyak 55% responden setuju dan 32% sangat setuju, dengan nilai mean 4,16, yang menunjukkan bahwa meskipun berada pada kategori tinggi, keandalan layanan masih dapat terus ditingkatkan.

Selanjutnya, pada pernyataan Z01.04 (Bank digital memberikan pelayanan yang konsisten), sebanyak 46% responden setuju dan 40% sangat setuju, dengan nilai mean 4,23, yang mencerminkan konsistensi pelayanan yang dirasakan pengguna. Pada pernyataan Z01.05 (Bank digital memiliki standar kerja yang tinggi), diperoleh 52% responden setuju dan 38% sangat setuju, dengan nilai mean 4,24, yang menunjukkan bahwa responden menilai kualitas pelayanan bank digital sudah profesional.

Selanjutnya, pada pernyataan Z01.06 (Bank digital memiliki pengalaman dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah), sebanyak 43% responden setuju dan 43% sangat setuju, dengan nilai mean 4,27, yang menunjukkan tingkat kompetensi layanan yang tinggi. Pada pernyataan Z01.07 (Bank digital bertanggung jawab dalam menangani keluhan nasabah), diperoleh 56% responden setuju dan 34% sangat setuju, dengan nilai mean 4,20, yang menunjukkan bahwa meskipun responsif, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam penanganan keluhan. Pernyataan Z01.08 (Tindakan bank digital sesuai dengan informasi yang disampaikan), sebanyak 48% responden setuju dan 39% sangat setuju, dengan nilai mean 4,22, yang menunjukkan bahwa bank digital dinilai cukup konsisten dan transparan dalam penyampaian informasi.

Nilai mean tertinggi terdapat pada indikator Z01.01 sebesar 4,38, yang menunjukkan bahwa responden sangat percaya terhadap itikad baik bank digital dalam membangun hubungan dengan nasabah. Sementara itu, nilai mean terendah terdapat pada indikator Z01.03 sebesar 4,16, yang menunjukkan bahwa meskipun tingkat keandalan bank digital dinilai baik, masih terdapat ruang untuk peningkatan kualitas layanan.

Secara keseluruhan, rata-rata nilai mean dari delapan indikator variabel kepercayaan (Z) adalah sebesar 4,24, yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap bank digital berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa bank digital dinilai mampu menjaga kepercayaan nasabah melalui pelayanan yang konsisten, profesional, serta bertanggung jawab. Dengan demikian, kepercayaan menjadi salah satu faktor penting yang mendukung penggunaan dan keberlanjutan layanan bank digital oleh masyarakat.

4.1.4 Hasil Analisis Data

4.1.4.1 Indikator *Reliability*

Penelitian ini menerapkan metode analisis SEM-PLS (*Partial Least Squares*) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0 untuk memproses data. *Partial Least Squares* (PLS) merupakan teknik statistik multivariat yang digunakan untuk membandingkan hubungan antara beberapa variabel dependen dan beberapa variabel independen secara bersamaan. PLS termasuk dalam metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian, yang cocok digunakan ketika data penelitian menghadapi kendala tertentu seperti ukuran sampel yang relatif kecil, adanya *missing values*, atau masalah multikolinearitas. Prosedur evaluasi model PLS dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi outer model dan evaluasi inner model.

Pada tahap evaluasi outer model, langkah pertama adalah menguji nilai *outer loading* setiap indikator. Nilai *outer loading* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki kesesuaian yang kuat dengan konstruk yang diukurnya. Menurut Hair (2014) batas minimal nilai *outer loading* yang dapat

diterima adalah 0,7. Berikut hasil pengujian *outer loading* dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9
Outer Loading

Variabel	Indikator	<i>Outer loading</i>	keterangan
Penggunaan Bank Digital (Y)	Y01.01	0,837	Valid
	Y01.02	0,831	Valid
	Y01.03	0,806	Valid
	Y01.04	0,808	Valid
	Y01.05	0,774	Valid
	Y01.06	0,821	Valid
Persepsi Kemudahan (X1)	X01.01	0,811	Valid
	X01.02	0,820	Valid
	X01.03	0,768	Valid
	X01.04	0,791	Valid
	X01.05	0,741	Valid
	X01.06	0,787	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X02.01	0,746	Valid
	X02.02	0,758	Valid
	X02.03	0,754	Valid
	X02.04	0,746	Valid
	X02.05	0,785	Valid
	X02.06	0,759	Valid
	X02.07	0,753	Valid
	X02.08	0,793	Valid
Literasi Keuangan (X3)	X03.01	0,756	Valid
	X03.02	0,789	Valid
	X03.03	0,752	Valid
	X03.04	0,730	Valid
	X03.05	0,820	Valid
	X03.06	0,764	Valid
	X03.07	0,746	Valid
	X03.08	0,761	Valid
	X03.09	0,790	Valid
	X03.10	0,834	Valid
	X03.11	0,780	Valid
	X03.12	0,768	Valid
Kepercayaan (Z)	Z01.01	0,811	Valid
	Z01.02	0,778	Valid
	Z01.03	0,779	Valid
	Z01.04	0,785	Valid
	Z01.05	0,811	Valid

Variabel	Indikator	<i>Outer loading</i>	keterangan
	Z01.06	0,815	Valid
	Z01.07	0,793	Valid
	Z01.08	0,804	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil yang tertera pada tabel diatas, seluruh indikator pada setiap variabel memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7. Oleh karena itu, menurut kriteria Hair (2014a) semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

4.1.4.2 *Internal Consistency Reliabilty* (Reliabilitas Konsistensi Internal)

Pada tahap evaluasi outer model berikutnya, dilakukan pengujian reliabilitas konsistensi internal. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* mengukur tingkat korelasi antar indikator dalam satu konstruk, sementara *Composite Reliability* mengevaluasi reliabilitas berdasarkan perbedaan bobot (*outer loading*) dari setiap indikator. Menurut standar Hair (2014) kedua nilai tersebut dikatakan memenuhi syarat jika lebih besar dari 0,6.

Tabel 4. 10
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	rho_A	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Penggunaan Bank Digital (Y)	0,897	0,898	0,921	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X1)	0,877	0,879	0,907	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,897	0,897	0,917	Reliabel

<i>Financial Literacy (X3)</i>	0,939	0,941	0,947	Reliabel
Kepercayaan (Z)	0,918	0,919	0,933	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.10, semua variabel laten telah memenuhi syarat uji reliabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* untuk setiap variabel yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel laten dalam penelitian ini reliabel, karena telah memenuhi semua kriteria pengukuran yang diperlukan.

4.1.4.3 Validitas Konvergen (AVE)

Validitas konvergen mengukur sejauh mana suatu konstruk secara akurat merepresentasikan indikator-indikator yang menyusunnya. Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan menganalisis nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut Hair (2014) suatu konstruk dianggap memiliki validitas konvergen yang memadai jika nilai AVE-nya lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari seluruh indikator yang dimilikinya.

Tabel 4. 11
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Ave	Keterangan
Penggunaan Bank Digital (Y)	0,619	Valid
Persepsi Kemudahan (X1)	0,581	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	0,600	Valid
<i>Financial Literacy (X3)</i>	0,661	Valid

Variabel	Ave	Keterangan
Kepercayaan (Z)	0,636	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk seluruh variabel penelitian telah melampaui standar minimal sebesar 0,500. Secara spesifik, variabel Penggunaan Bank Digital mencatatkan nilai tertinggi sebesar 0,661, diikuti oleh Kepercayaan sebesar 0,636, Persepsi Kemudahan sebesar 0,619, *Financial Literacy* sebesar 0,600, dan Persepsi Manfaat sebesar 0,581. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model ini dinyatakan lolos uji validitas konvergen karena mampu menjelaskan lebih dari 50 persen varians dari indikator-indikatornya.

4.1.4.4 Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu konstruk dalam menunjukkan perbedaan yang nyata dari konstruk lain yang secara teori mewakili konsep berbeda. Beberapa metode analisis yang umum digunakan untuk mengujinya adalah kriteria *Fornell-Larcker*, pemeriksaan *cross-loading*, serta rasio *heterotrait-monotrait* (HTMT)(Hair, 2014).

Salah satu pendekatan untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan menerapkan kriteria *Fornell-Larcker*. Prinsip dasarnya adalah membandingkan nilai akar kuadrat AVE suatu konstruk dengan korelasi antar-konstruk. Suatu konstruk dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila akar kuadrat AVE-nya melebihi nilai korelasi tertingginya dengan konstruk lain. Data perbandingan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12
Discriminant Validity Fornell-Lacker Criterion

Variabel	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	<i>Financial Literacy</i> (X3)	Penggunaan Bank Digital (Y)	Kepercayaan (Z)
Persepsi Kemudahan (X1)	0,787				
Persepsi Manfaat (X2)	0,551	0,762			
<i>Financial Literacy</i> (X3)	0,528	0,579	0,775		
Penggunaan Bank Digital (Y)	0,706	0,698	0,663	0,813	
Kepercayaan (Z)	0,546	0,548	0,550	0,696	0,797

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Uji validitas diskriminan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* terpenuhi karena nilai akar kuadrat dari AVE (nilai diagonal) pada setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi variabel tersebut dengan variabel lainnya dalam model. Sebagai contoh, variabel Penggunaan Bank Digital memiliki nilai akar AVE 0,813 yang lebih tinggi dari korelasi tertingginya dengan Persepsi Kemudahan yaitu 0,706. Hal ini membuktikan bahwa setiap variabel, termasuk Persepsi Manfaat, *Financial Literacy*, dan Kepercayaan, secara empiris berbeda satu sama lain dan dinyatakan lolos uji.

Tahap pengujian berikutnya dilakukan dengan menganalisis nilai *cross loading*. Kriteria yang digunakan adalah memastikan

bahwa nilai *outer loading* suatu indikator terhadap konstruk asalnya lebih besar daripada nilai *loading*-nya terhadap konstruk lain. Hasil analisis *cross loading* secara lengkap disajikan dalam Tabel 4.13.

Tabel 4. 13
Discriminant Validity Cross Loading

	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	<i>Financial Literacy</i> (X3)	Penggunaan Bank Digital (Y)	Kepercayaan (Z)
X01.01	0,811	0,469	0,469	0,588	0,461
X01.02	0,820	0,496	0,437	0,614	0,465
X01.03	0,768	0,407	0,414	0,533	0,407
X01.04	0,791	0,429	0,386	0,526	0,447
X01.05	0,741	0,395	0,372	0,514	0,395
X01.06	0,787	0,397	0,410	0,549	0,399
X02.01	0,391	0,746	0,392	0,551	0,394
X02.02	0,408	0,758	0,502	0,517	0,475
X02.03	0,389	0,754	0,459	0,521	0,435
X02.04	0,370	0,746	0,440	0,498	0,366
X02.05	0,461	0,785	0,400	0,540	0,410
X02.06	0,463	0,759	0,445	0,546	0,438
X02.07	0,457	0,753	0,434	0,515	0,418
X02.08	0,419	0,793	0,455	0,564	0,395
X03.01	0,289	0,446	0,756	0,444	0,401
X03.02	0,444	0,492	0,789	0,544	0,394
X03.03	0,451	0,519	0,752	0,574	0,519
X03.04	0,346	0,388	0,730	0,444	0,425
X03.05	0,453	0,441	0,820	0,536	0,406
X03.06	0,394	0,386	0,764	0,533	0,387
X03.07	0,437	0,439	0,746	0,528	0,410
X03.08	0,430	0,493	0,761	0,559	0,462
X03.09	0,441	0,460	0,790	0,540	0,432
X03.10	0,483	0,515	0,834	0,567	0,485
X03.11	0,348	0,413	0,780	0,390	0,363
X03.12	0,339	0,343	0,768	0,442	0,379
Y01.01	0,621	0,588	0,525	0,837	0,545
Y01.02	0,586	0,607	0,624	0,831	0,560
Y01.03	0,567	0,590	0,537	0,806	0,567
Y01.04	0,618	0,584	0,533	0,808	0,566

	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	<i>Financial Literacy</i> (X3)	Penggunaan Bank Digital (Y)	Kepercayaan (Z)
Y01.05	0,526	0,500	0,463	0,774	0,619
Y01.06	0,519	0,528	0,547	0,821	0,541
Z01.01	0,459	0,425	0,402	0,561	0,811
Z01.02	0,396	0,428	0,413	0,533	0,778
Z01.03	0,430	0,397	0,425	0,525	0,779
Z01.04	0,409	0,465	0,444	0,541	0,785
Z01.05	0,414	0,403	0,418	0,573	0,811
Z01.06	0,518	0,437	0,489	0,575	0,815
Z01.07	0,408	0,486	0,475	0,590	0,793
Z01.08	0,444	0,448	0,432	0,535	0,804

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan data *cross loadings*, terlihat bahwa setiap indikator memiliki nilai loading yang paling tinggi terhadap variabel yang diukurnya sendiri dibandingkan dengan loading terhadap variabel lain. Indikator X01.01 memiliki nilai 0,811 pada variabel Persepsi Kemudahan, yang jauh lebih besar daripada nilainya pada variabel Kepercayaan atau *Financial Literacy*. Konsistensi ini terjadi pada seluruh indikator untuk variabel Persepsi Manfaat dan Penggunaan Bank Digital, sehingga model ini dinyatakan lolos uji validitas diskriminan karena setiap item pengukuran hanya fokus pada konstraknya masing-masing.

Kriteria evaluasi lainnya adalah rasio *Heterotrait-monotrait* (HTMT), yang berfungsi mengestimasi korelasi sebenarnya antar konstruk. Untuk memastikan validitas diskriminan, rasio HTMT tidak boleh melebihi nilai 0,9 (Hair, 2014). Jika nilai HTMT melampaui batas ini, maka hal itu menandakan bahwa dua konstruk

memiliki keterkaitan yang terlalu tinggi, sehingga gagal menunjukkan perbedaan yang memadai.

Tabel 4. 14
Heterotrait Monotrait Ration (HTMT)

Variabel	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	<i>Financial Literacy</i> (X3)	Penggunaan Bank Digital (Y)	Kepercayaan (Z)
Persepsi Kemudahan (X1)					
Persepsi Manfaat (X2)	0,619				
<i>Financial Literacy</i> (X3)	0,575	0,625			
Penggunaan Bank Digital (Y)	0,793	0,776	0,714		
Kepercayaan (Z)	0,607	0,602	0,586	0,767	

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Seluruh nilai pada tabel *Heterotrait-monotrait* Ratio (HTMT) menunjukkan angka di bawah ambang batas 0,900, yang mengindikasikan bahwa tidak ada masalah validitas diskriminan antar konstruk. Nilai rasio tertinggi ditemukan pada hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Penggunaan Bank Digital sebesar 0,793, sementara nilai terendah berada pada hubungan *Financial Literacy* dan Persepsi Kemudahan sebesar 0,575. Karena semua rasio berada dalam batas yang diizinkan, maka seluruh variabel dinyatakan lolos uji validitas diskriminan melalui pendekatan HTMT.

4.1.4.5 Uji Kolinearitas

Kolinearitas adalah kondisi ketika dua atau lebih variabel independen dalam suatu model saling berkorelasi tinggi atau memiliki hubungan linier. Untuk mendeteksi kolinearitas, dapat digunakan ukuran statistik yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 5, model dianggap bebas dari masalah kolinearitas yang serius sehingga dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya. Hasil lengkap uji VIF disajikan dalam Tabel 4.15 berikut.

Tabel 4. 15
Assess the Structural Model for Collinearity Issues (VIF)

	VIF
X01.01	2,078
X01.02	2,152
X01.03	1,905
X01.04	2,016
X01.05	1,750
X01.06	1,970
X02.01	1,891
X02.02	1,945
X02.03	1,849
X02.04	1,900
X02.05	2,080
X02.06	1,875
X02.07	1,829
X02.08	2,102
X03.01	2,145
X03.02	2,411
X03.03	2,146
X03.04	2,001
X03.05	2,770
X03.06	2,088
X03.07	2,046
X03.08	2,048
X03.09	2,395
X03.10	2,793
X03.11	2,344

	VIF
X03.12	2,142
Y01.01	2,466
Y01.02	2,354
Y01.03	2,122
Y01.04	2,289
Y01.05	1,932
Y01.06	2,366
Z01.01	2,427
Z01.02	2,159
Z01.03	2,110
Z01.04	2,184
Z01.05	2,402
Z01.06	2,387
Z01.07	2,108
Z01.08	2,273

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.15, terlihat bahwa nilai VIF untuk seluruh variabel penelitian berada di bawah batas yang ditetapkan, yaitu kurang dari 5. Hasil pengujian terhadap inner model ini menunjukkan bahwa model yang dibangun secara umum telah memenuhi kriteria yang baik.

4.1.4.6 Evaluasi *Path Coefficient* dan Signifikan

Pada tahap pengujian hipotesis ini, analisis dilakukan dengan memeriksa nilai *path coefficient* dan nilai t. *Path coefficient* mencerminkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel dalam model. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, sedangkan nilai yang mendekati 0 mengindikasikan hubungan yang lemah. Selanjutnya, signifikansi statistik dari setiap hubungan diuji melalui nilai t. Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan (significance level) sebesar 10%, sehingga nilai t harus melebihi 1,65 untuk

dinyatakan signifikan (Hair, 2014). Hasil lengkap dari *Path Coefficient* dan t value disajikan dalam Tabel 4.16 berikut.

Tabel 4. 16
Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 Persepsi Kemudahan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,305	0,301	0,086	3,552	0,000
X1 Persepsi Kemudahan -> Z1 Kepercayaan	0,272	0,276	0,106	2,566	0,011
X2 Persepsi Manfaat -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,264	0,264	0,066	4,005	0,000
X2 Persepsi Manfaat -> Z1 Kepercayaan	0,245	0,243	0,077	3,197	0,001
X3 Financial Literacy -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,198	0,202	0,071	2,771	0,006
X3 Financial Literacy -> Z1 Kepercayaan	0,264	0,262	0,087	3,044	0,002
Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,276	0,272	0,067	4,120	0,000

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan Bank Digital menunjukkan hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar

0,305. Nilai koefisien ini mengindikasikan bahwa peningkatan Persepsi Kemudahan, yang mencerminkan sejauh mana pengguna merasa layanan bank digital mudah dipelajari dan dioperasikan, akan meningkatkan tingkat Penggunaan Bank Digital. Hubungan ini bersifat signifikan secara statistik, ditunjukkan oleh nilai t-statistik sebesar 3,552 dan p-value 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan bukan sekadar atribut teknis, melainkan faktor penentu perilaku aktual pengguna dalam memanfaatkan layanan bank digital secara rutin dan berulang.

Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan juga menunjukkan hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar 0,272. Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan bank digital, semakin tinggi pula Kepercayaan yang terbentuk terhadap layanan tersebut. Hubungan ini signifikan secara statistik dengan nilai t-statistik sebesar 2,566 dan p-value 0,011. Hal ini menunjukkan bahwa sistem yang mudah digunakan mampu mengurangi ketidakpastian dan persepsi risiko pengguna, sehingga menumbuhkan keyakinan bahwa bank digital dapat diandalkan, aman, dan layak digunakan dalam aktivitas keuangan.

Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Bank Digital memiliki hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar 0,264. Nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, seperti efisiensi transaksi, kecepatan layanan, dan fleksibilitas waktu, maka semakin tinggi intensitas Penggunaan Bank Digital. Hubungan tersebut signifikan secara statistik dengan nilai t-statistik sebesar 4,005 dan p-value 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan menggunakan bank digital didorong oleh pertimbangan rasional pengguna terkait

nilai tambah yang diperoleh dibandingkan layanan perbankan konvensional.

Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan menunjukkan pengaruh positif dengan koefisien regresi sebesar 0,245. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat nyata yang dirasakan pengguna mampu meningkatkan Kepercayaan terhadap bank digital. Hubungan ini signifikan secara statistik, dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar 3,197 dan p-value 0,001. Manfaat yang konsisten dan relevan memperkuat keyakinan pengguna bahwa bank digital mampu memenuhi kebutuhan finansial mereka secara efektif, sehingga Kepercayaan terbentuk tidak hanya secara emosional, tetapi juga berdasarkan pengalaman fungsional.

Financial Literacy terhadap Penggunaan Bank Digital menunjukkan hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar 0,198. Nilai ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan individu, semakin besar kecenderungannya untuk menggunakan bank digital. Hubungan ini signifikan secara statistik dengan nilai t-statistik sebesar 2,771 dan p-value 0,006. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami fitur, manfaat, dan risiko layanan digital, sehingga lebih percaya diri dalam mengambil keputusan untuk menggunakan bank digital sebagai sarana pengelolaan keuangan.

Financial Literacy terhadap Kepercayaan memiliki hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar 0,264. Artinya, peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan Kepercayaan pengguna terhadap layanan bank digital. Hubungan ini signifikan secara statistik dengan nilai t-statistik sebesar 3,044 dan p-value 0,002. Pemahaman yang memadai mengenai produk dan mekanisme keuangan digital membuat

pengguna mampu menilai keamanan dan kredibilitas layanan secara objektif, sehingga Kepercayaan terbentuk secara rasional dan berkelanjutan.

Kepercayaan terhadap Penggunaan Bank Digital menunjukkan hubungan positif dengan koefisien regresi sebesar 0,276. Nilai ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi Kepercayaan pengguna terhadap bank digital, semakin tinggi pula tingkat Penggunaan Bank Digital. Hubungan tersebut signifikan secara statistik dengan nilai t-statistik sebesar 4,120 dan p-value 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam mendorong penggunaan layanan bank digital, karena keyakinan terhadap keamanan, privasi, dan keandalan sistem menjadi prasyarat utama sebelum pengguna bersedia melakukan aktivitas keuangan secara digital. Selanjutnya, merupakan nilai *Path Coefficient* dan t value dengan pengaruh tidak langsung yang ditampilkan pada tabel 4.17 berikut.

Tabel 4. 17
Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 Persepsi Kemudahan -> Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,075	0,076	0,036	2,054	0,040
X2 Persepsi Manfaat -> Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,067	0,067	0,028	2,377	0,018

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X3 Financial Literacy -> Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,073	0,071	0,029	2,531	0,012

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.17, hasil uji pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa Kepercayaan (Z1) mampu memediasi hubungan antara Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Penggunaan Bank Digital (Y1) secara positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,075 dengan nilai t-statistic sebesar 2,054 dan p-value sebesar 0,040 ($< 0,10$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan pengguna, maka kepercayaan terhadap bank digital akan meningkat, yang pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan bank digital.

Selanjutnya, Kepercayaan (Z1) juga terbukti memediasi hubungan antara Persepsi Manfaat (X2) terhadap Penggunaan Bank Digital (Y1) secara positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,067, nilai t-statistic sebesar 2,377, dan p-value sebesar 0,018 ($< 0,10$). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi terhadap layanan bank digital dapat meningkatkan kepercayaan pengguna, sehingga berdampak pada meningkatnya penggunaan bank digital.

Selain itu, Kepercayaan (Z1) memediasi hubungan antara Literasi Keuangan (X3) terhadap Penggunaan Bank Digital (Y1) secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan

nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,073, nilai t-statistic sebesar 2,531, dan p-value sebesar 0,012 ($< 0,10$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan individu, maka kepercayaan terhadap bank digital akan semakin meningkat, yang selanjutnya mendorong penggunaan bank digital secara lebih intensif.

4.1.4.7 Uji Struktural Model (*Inner Model*)

Uji struktural model atau *inner model* digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel eksogen (variabel penyebab) dan variabel endogen (variabel yang dipengaruhi). Terdapat tiga tahap pengujian dalam prosedur ini, yaitu uji koefisien determinasi (R^2), uji ukuran pengaruh (effect size/ f^2), serta *cross-validated redundancy* (Q^2) (Sarstedt et al., 2021). Tahap ini dalam mengevaluasi model struktural adalah mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variabel-variabel yang diteliti. Evaluasi ini menitikberatkan pada kemampuan model dalam merepresentasikan data aktual melalui kekuatan hubungan yang terbentuk dalam jalur *Partial Least Squares* (PLS).

Indikator yang umum digunakan untuk menilai daya jelas model ini adalah koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model tersebut semakin baik dalam memprediksi variabel dependen berdasarkan konstruk yang diajukan dalam penelitian. Hasil analisis terhadap nilai R^2 dapat dilihat pada Tabel 4.18. Skema model struktural dapat dilihat pada bagian lampiran. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan pada model struktural:

Tabel 4. 18
Koefisien Determinasi (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
Y1 Penggunaan Bank Digital	0,723	0,715
Z1 Kepercayaan	0,428	0,416

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Variabel Penggunaan Bank Digital memiliki nilai R Square sebesar 0,723, yang berarti kemampuan variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, *Financial Literacy*, dan Kepercayaan dalam menjelaskan variansi penggunaan bank digital adalah sebesar 72,3% atau termasuk dalam kategori kuat. Sementara itu, variabel Kepercayaan memiliki nilai R Square sebesar 0,428, yang menunjukkan bahwa 42,8% variansi kepercayaan dipengaruhi oleh variabel-variabel independen dalam model. Hasil ini dinyatakan lolos uji karena model memiliki daya dukung penjelasan yang memadai terhadap variabel endogen.

Langkah berikutnya dalam menilai daya jelas model adalah mengevaluasi *effect size* atau ukuran pengaruh (f^2). Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen di dalam model. Berdasarkan Hair (2014) nilai f^2 sebesar 0,02 termasuk kategori pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 mengindikasikan pengaruh besar. Nilai f-square untuk setiap konstruk dapat dilihat pada Tabel 4.19.

Tabel 4. 19
Effect size (f^2)

Variaabel	Penggunaan Bank Digital (Y)	Kepercayaan (Z)
Persepsi Kemudahan (X1)	0,196	0,081
Persepsi Manfaat (X2)	0,138	0,061
<i>Financial Literacy</i> (X3)	0,079	0,073
Penggunaan Bank Digital (Y)		
Kepercayaan (Z)	0,157	

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan pedoman Hair (2014) nilai f-square sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing menunjukkan efek kecil, sedang, dan besar. Hasil uji menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) memiliki efek sedang terhadap Penggunaan Bank Digital (Y) dengan nilai f^2 sebesar 0,196, serta efek kecil terhadap Kepercayaan (Z) sebesar 0,081. Persepsi Manfaat (X2) dan Literasi Keuangan (X3) menunjukkan efek kecil terhadap Penggunaan Bank Digital dan Kepercayaan, dengan nilai f^2 masing-masing di bawah 0,15. Sementara itu, Kepercayaan (Z) memiliki efek sedang terhadap Penggunaan Bank Digital (Y) dengan nilai f^2 sebesar 0,157, yang menegaskan peran penting kepercayaan dalam mendorong penggunaan bank digital.

Model penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, model tersebut harus memiliki kemampuan generalisasi. Artinya, temuannya tidak hanya berlaku untuk sampel yang dianalisis, tetapi juga dapat diterapkan pada konteks lain di luar sampel penelitian. Untuk mengukur kemampuan prediksi model ini, digunakan indikator *predictive relevance* (Q^2). Nilai Q^2 yang lebih tinggi menunjukkan model yang lebih baik dalam memprediksi data baru. Hasil pengujian Q^2 secara rinci disajikan dalam Tabel 4.20.

Tabel 4. 20
Predictive Relevance (Q²)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
X1 Persepsi Kemudahan	942,000	942,000	
X2 Persepsi Manfaat	1256,000	1256,000	
X3 <i>Financial Literacy</i>	1884,000	1884,000	
Y1 Penggunaan Bank Digital	942,000	524,933	0,443
Z1 Kepercayaan	1256,000	935,639	0,255

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Nilai Q-square (Q²) digunakan untuk mengetahui kemampuan prediksi model penelitian. Berdasarkan Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa variabel Penggunaan Bank Digital (Y1) memiliki nilai Q² sebesar 0,443, sedangkan variabel Kepercayaan (Z1) memiliki nilai Q² sebesar 0,255. Kedua nilai tersebut lebih besar dari nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang baik dalam memprediksi variabel penggunaan bank digital dan kepercayaan. Sementara itu, variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan *Financial Literacy* (X3) tidak memiliki nilai Q² karena ketiga variabel tersebut merupakan variabel eksogen, sehingga tidak termasuk dalam pengujian *predictive relevance*. Dengan demikian, penilaian kemampuan prediksi model hanya difokuskan pada variabel endogen. Setelah seluruh hubungan antar variabel dalam model diuji, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi kesesuaian model penelitian secara keseluruhan melalui uji *goodness of fit*. Salah satu indikator yang digunakan dalam pengujian *goodness of fit* pada SEM-PLS adalah *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) secara rinci disajikan dalam Tabel 4.21.

Tabel 4. 21**SRMR**

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,052	0,052
d_ ULS	2,240	2,240
d_ G	1,110	1,110
Chi-Square	896,105	896,105
NFI	0,803	0,803

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Model penelitian ini menghasilkan nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) sebesar 0,052. Berdasarkan kriteria kecocokan model, nilai SRMR yang kurang dari 0,080 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kecocokan (fit) yang baik antara data observasi dengan model yang dihipotesiskan. Dengan demikian, model ini dinyatakan lolos uji *goodness of fit* dan layak untuk diinterpretasikan lebih lanjut dalam analisis jalur.

4.1.5 Uji Hipotesis

4.1.5.1 Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 22

Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,305	3,552	0,000	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.21, nilai koefisien jalur sebesar 0,305 dengan nilai t-statistik sebesar 3,552 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam menggunakan layanan bank digital.

4.1.5.2 Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 23
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat Terhadap
Penggunaan Bank Digital

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,264	4,005	0,000	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.22, nilai koefisien jalur sebesar 0,264 dengan nilai t-statistik sebesar 4,005 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna terhadap layanan bank digital, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan bank digital.

4.1.5.3 Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 24
Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,198	2,771	0,006	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.23, nilai koefisien jalur sebesar 0,198 dengan nilai t-statistik sebesar 2,771 dan p-value sebesar 0,006 menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut dalam menggunakan layanan bank digital.

4.1.5.4 Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan

Tabel 4. 25
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Persepsi kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,272	2,566	0,011	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.24, nilai koefisien jalur sebesar 0,272 dengan nilai t-statistik sebesar 2,566 dan p-value sebesar 0,011 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menandakan bahwa semakin mudah layanan bank digital digunakan oleh pengguna, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap bank digital tersebut.

4.1.5.5 Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan

Tabel 4. 26
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digita	0,245	3,197	0,001	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.25, nilai koefisien jalur sebesar 0,245 dengan nilai t-statistik sebesar 3,197 dan p-value sebesar 0,001 menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap layanan bank digital, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap bank digital tersebut.

4.1.5.6 Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan

Tabel 4. 27
Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digita	0,264	3,044	0,002	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.26, nilai koefisien jalur sebesar 0,264 dengan nilai t-statistik sebesar 3,044 dan p-value sebesar 0,002 menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh individu, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan individu tersebut terhadap layanan bank digital.

4.1.5.7 Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 28
Uji Hipotesis Langsung Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,276	4,120	0,000	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.27, nilai koefisien jalur sebesar 0,276 dengan nilai t-statistik sebesar 4,120 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan bank digital, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna dalam menggunakan layanan bank digital tersebut.

4.1.5.8 Persepsi Kemudahan Melalui Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 29
Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,075	2,054	0,040	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.28, nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung sebesar 0,075 dengan nilai t-statistik sebesar 2,054 dan p-value sebesar 0,040 menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa semakin mudah layanan bank digital dirasakan oleh pengguna, maka akan meningkatkan kepercayaan pengguna, yang selanjutnya mendorong peningkatan penggunaan layanan bank digital.

4.1.5.9 Persepsi Manfaat Melalui Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 30
Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,067	2,377	0,018	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 4.29, nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung sebesar 0,067 dengan nilai t-statistik sebesar 2,377 dan p-value sebesar 0,018 menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap layanan bank digital, maka kepercayaan pengguna akan semakin meningkat, yang selanjutnya mendorong peningkatan penggunaan layanan bank digital.

4.1.5.10 Literasi Keuangan Melalui Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital

Tabel 4. 31
Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T - statistik	p - value	Kesimpulan
Kepercayaan Terhadap Penggunaan Bank Digital	0,073	2,531	0,012	Positif & signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.30, nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung sebesar 0,073 dengan nilai t-statistik sebesar 2,531 dan p-value sebesar 0,012 menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh individu, maka kepercayaan terhadap layanan bank digital akan semakin meningkat, yang selanjutnya mendorong peningkatan penggunaan layanan bank digital.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,305, dengan nilai t-statistik sebesar 3,552 yang lebih besar dari nilai kritis 1,65 serta p-value sebesar 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan bank digital oleh individu, maka semakin efektif pula pengelolaan keuangan pribadi yang dapat dilakukan, baik dalam perencanaan, pengendalian, maupun pelaksanaan aktivitas keuangan sehari-hari.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Wildan (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan layanan FinTech. Selain itu, penelitian Mawardani & Dwijayanti (2021) juga menemukan bahwa tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem pembayaran memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor penting yang mendorong individu untuk menggunakan layanan keuangan digital.

Dari segi *effect size* (f^2), persepsi kemudahan memiliki nilai sebesar 0,196 terhadap penggunaan bank digital. Berdasarkan pedoman Hair et al. (2022), nilai tersebut tergolong dalam kategori sedang, yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam memengaruhi penggunaan bank digital. Hal ini menandakan bahwa meskipun bukan faktor dominan tunggal, persepsi kemudahan tetap memiliki peran penting dan relevan secara praktis dalam menjelaskan perilaku penggunaan bank digital, khususnya karena faktor ini dapat ditingkatkan melalui perbaikan sistem dan layanan.

Dalam struktur model penelitian, persepsi kemudahan bersama dengan variabel prediktor lainnya mampu menjelaskan sebesar 72,3% variasi penggunaan bank digital ($R^2 = 0,723$). Nilai ini tergolong sangat kuat, yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang sangat baik. Selain itu, nilai Q^2 sebesar 0,443 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang tinggi, sehingga persepsi kemudahan dapat dinyatakan sebagai salah satu prediktor penting dalam menjelaskan penggunaan bank digital oleh responden.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep kemudahan penggunaan yang dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Dalam konteks penggunaan bank digital, persepsi kemudahan mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa layanan dan fitur bank digital mudah dipahami, mudah dioperasikan, serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam penggunaannya.

Pengaruh persepsi kemudahan yang signifikan terhadap penggunaan bank digital memiliki implikasi penting bagi penyedia layanan perbankan dan pembuat kebijakan. Penyedia bank digital perlu menghadirkan desain antarmuka yang intuitif, proses transaksi

yang sederhana, serta fitur yang mudah diakses agar dapat meningkatkan kenyamanan pengguna. Upaya tersebut dapat memperkuat persepsi kemudahan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan intensitas dan keberlanjutan penggunaan bank digital di masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan aspek krusial dalam mendorong penggunaan bank digital. Ketika pengguna merasa layanan bank digital mudah digunakan dan dipahami, mereka cenderung lebih aktif memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia, sehingga bank digital dapat berfungsi secara optimal sebagai sarana pendukung aktivitas keuangan sehari-hari.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,264, dengan nilai t-statistik sebesar 4,005 yang lebih besar dari nilai kritis 1,65 pada tingkat signifikansi 10%, serta p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,10. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh individu terhadap layanan bank digital, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan bank digital dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Keni (2020) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan bahwa persepsi manfaat dari teknologi keuangan digital memberikan keuntungan nyata bagi penggunanya, khususnya generasi muda yang terbiasa dengan inovasi digital. Selain itu, Rizkyla et al. (2024) menemukan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor yang memiliki kontribusi paling kuat dalam membentuk kepercayaan

pengguna. Sejalan dengan hal tersebut, Evitasari et al. (2023) menegaskan bahwa kepercayaan berperan penting sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital.

Berdasarkan nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,138, persepsi manfaat memiliki pengaruh kecil hingga sedang terhadap penggunaan bank digital menurut pedoman Hair (2014c) yang tetap mengindikasikan kontribusi nyata dalam model penelitian. Meski besaran pengaruhnya tidak dominan, dampak ini cukup berarti secara praktis terutama dalam bidang ilmu sosial karena persepsi manfaat dapat diperkuat melalui pengembangan fitur, peningkatan kualitas layanan, serta komunikasi manfaat yang lebih efektif kepada pengguna. Secara keseluruhan, model penelitian ini mampu menjelaskan 72,3% variasi penggunaan bank digital ($R^2 = 0,723$), menunjukkan daya jelas yang sangat kuat, sementara nilai Q^2 sebesar 0,443 mengonfirmasi relevansi prediktif model yang tinggi. Dengan demikian, persepsi manfaat terbukti menjadi salah satu faktor penting yang turut menjelaskan penggunaan bank digital di kalangan responden.

Dari sisi praktis, temuan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan bank digital memberikan panduan penting bagi berbagai pihak. Bagi penyedia layanan bank digital, temuan ini menekankan bahwa pengembangan sistem harus tidak hanya fokus pada kemudahan penggunaan, tetapi juga pada cara mengomunikasikan dan menghadirkan manfaat nyata bagi pengguna seperti efisiensi transaksi, pengelolaan keuangan yang lebih mudah, dan dukungan untuk pencapaian tujuan keuangan. Di sisi lain, pemerintah, regulator, dan penggiat literasi keuangan juga perlu memperkuat program edukasi yang tidak hanya mengajarkan cara penggunaan, tetapi juga menonjolkan manfaat nyata bank digital seperti penghematan waktu dan biaya, serta kemudahan bertransaksi

sehingga dapat meningkatkan persepsi manfaat dan adopsi layanan tersebut.

Temuan ini sejalan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang menyatakan bahwa performance expectancy (harapan kinerja/manfaat) menjadi faktor utama yang mendorong penerimaan teknologi. Ketika mahasiswa merasakan bahwa bank digital memberikan manfaat nyata seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan efektivitas layanan, maka akan terbentuk keyakinan bahwa sistem tersebut layak dan dapat dipercaya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa persepsi manfaat memegang peranan kunci dalam mendorong penggunaan bank digital. Jika pengguna dapat melihat manfaat yang jelas, mereka akan lebih terdorong untuk mengadopsi layanan ini secara lebih optimal, sehingga bank digital dapat berperan lebih efektif dalam mendukung aktivitas keuangan sehari-hari dan meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan mereka.

4.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,073 dengan nilai t-statistik sebesar 2,531 serta p-value sebesar 0,012, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Temuan ini mengonfirmasi bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih baik mendorong individu untuk lebih memahami, menerima, dan memanfaatkan layanan bank digital dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep dasar bahwa tingkat literasi keuangan yang baik berperan penting dalam mendorong pemanfaatan layanan keuangan digital. Ketika individu memiliki

pemahaman yang memadai mengenai konsep-konsep keuangan dasar, mereka cenderung lebih mampu menilai manfaat, risiko, serta fungsi layanan bank digital secara rasional. Literasi keuangan memberikan landasan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk menggunakan bank digital secara lebih efektif, baik dalam mengelola transaksi keuangan, memantau pengeluaran, maupun merencanakan keuangan jangka pendek dan jangka panjang secara lebih terstruktur.

Data ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya menurut Rudakova & Markova (2020) literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Temuan ini sejalan dengan penelitian Munari & Susanti (2021) yang juga menyimpulkan bahwa tingkat literasi keuangan secara signifikan memengaruhi pemanfaatan e-banking. Penelitian terbaru dari Chanafaro & Sari (2024) menguatkan bahwa literasi keuangan digital tidak hanya signifikan, tetapi juga menjadi faktor utama yang meningkatkan minat Generasi Z dalam bertransaksi menggunakan layanan pembayaran digital.

Hasil uji *effect size* menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh dengan kategori kecil terhadap penggunaan bank digital, dengan nilai f^2 sebesar 0,079. Berdasarkan pedoman Hair et al. (2022), nilai tersebut termasuk dalam kategori efek kecil, namun tetap menunjukkan kontribusi yang bermakna dalam model penelitian. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan tetap berperan dalam mendorong penggunaan bank digital, meskipun bukan sebagai faktor dominan, sehingga keberadaannya tidak dapat diabaikan.

Selain itu, validitas dan reliabilitas konstruk Literasi Keuangan telah terkonfirmasi dengan baik melalui serangkaian pengujian. Nilai *composite reliability* sebesar 0,947 dan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,939 menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi. Sementara itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar 0,600 menandakan bahwa konstruk literasi keuangan mampu menjelaskan

lebih dari 60% varians indikator-indikatornya, sehingga telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang dipersyaratkan.

Dalam keseluruhan model penelitian, literasi keuangan bersama dengan variabel prediktor lainnya mampu menjelaskan sebesar 72,3% variasi penggunaan bank digital, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,723. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat. Selain itu, nilai Q^2 sebesar 0,443 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang tinggi, yang berarti literasi keuangan memberikan kontribusi nyata dalam memprediksi tingkat penggunaan bank digital oleh responden.

Indikator-indikator Literasi Keuangan (X03.01–X03.12) memiliki nilai *outer loading* yang seluruhnya berada di atas batas minimum yang direkomendasikan, yaitu lebih dari 0,70, dengan nilai berkisar antara 0,730 hingga 0,834. Nilai *outer loading* tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk Literasi Keuangan secara baik dan valid. Indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi terdapat pada X03.10 sebesar 0,834, sementara nilai terendah terdapat pada X03.04 sebesar 0,730, namun masih berada dalam kategori valid. Hal ini juga diperkuat oleh hasil uji *Discriminant Validity* yang menunjukkan bahwa konstruk Literasi Keuangan memiliki perbedaan empiris yang jelas dengan konstruk lain dalam model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kepercayaan. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Pengaruh langsung Literasi Keuangan terhadap penggunaan bank digital mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman keuangan individu berperan dalam mendorong pemanfaatan layanan perbankan digital. Dengan literasi keuangan

yang lebih baik, individu cenderung lebih mampu memahami manfaat, risiko, serta fungsi layanan bank digital, sehingga lebih percaya diri dalam menggunakannya. Meskipun besaran pengaruhnya tergolong kecil berdasarkan nilai *effect size*, signifikansi statistik yang diperoleh menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap merupakan komponen penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan bank digital dalam konteks penelitian ini.

4.2.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan Pada Mahasiswa Generasi Z

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,272, dengan nilai t-statistik sebesar 2,566 yang lebih besar dari nilai kritis 1,65 pada tingkat signifikansi 10%, serta p-value sebesar 0,011 yang lebih kecil dari 0,10. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan bank digital, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut.

Hasil ini sejalan dengan temuan-temuan empiris yang telah ada sebelumnya. Berdasarkan penelitian Wasana & Telagawathi (2023) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) secara langsung dan signifikan meningkatkan tingkat kepercayaan (*trust*) konsumen terhadap suatu sistem atau platform. Sementara itu, penelitian Mawardani & Dwijayanti (2021) mengungkapkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan lebih berperan dalam memengaruhi keputusan untuk mengadopsi dan memanfaatkan sistem tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Kontribusi persepsi kemudahan terhadap kepercayaan tergolong kecil, ditunjukkan oleh nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,081 sesuai kategori (Hair, 2014). Meskipun demikian, pengaruhnya tetap

signifikan secara statistik dan bermakna secara praktis, mengonfirmasi bahwa kemudahan penggunaan berperan dalam membangun kepercayaan terhadap layanan bank digital. Secara keseluruhan, model struktural yang mencakup persepsi kemudahan mampu menerangkan 42,8% variasi kepercayaan ($R^2 = 0,428$), menunjukkan kekuatan prediktif yang baik. Didukung nilai Q^2 sebesar 0,255 yang menandakan relevansi prediktif model, hal ini semakin mempertegas bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu prediktor terhadap kepercayaan pengguna pada bank digital.

Jika dibandingkan dengan variabel independen lainnya dalam model penelitian, persepsi kemudahan menunjukkan pengaruh paling besar terhadap kepercayaan, dengan nilai koefisien sebesar 0,272. Selanjutnya, literasi keuangan menempati urutan kedua dengan nilai koefisien sebesar 0,264, sedangkan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang relatif lebih rendah dengan nilai koefisien sebesar 0,245. Meskipun demikian, ketiga variabel tersebut sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan bank digital menjadi faktor yang paling dominan dalam membangun kepercayaan, diikuti oleh pemahaman keuangan pengguna dan manfaat yang dirasakan dari penggunaan layanan tersebut.

Hasil studi ini konsisten dengan proposisi utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana persepsi kemudahan penggunaan ditempatkan sebagai determinan kunci adopsi teknologi. Hal ini relevan bagi mahasiswa Generasi Z yang merupakan *digital native*. Persepsi bahwa suatu layanan perbankan digital mudah dipahami, dijalankan, dan tidak rumit akan membentuk sikap yang menguntungkan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Pada konteks spesifik mahasiswa Gen Z, faktor kemudahan penggunaan menjadi begitu

kritis karena selaras dengan nilai-nilai generasi ini yang menghargai efisiensi, kecepatan, dan pengalaman yang lancar.

Hal ini menciptakan perasaan aman dan nyaman, yang menjadi fondasi bagi tumbuhnya kepercayaan terhadap platform perbankan digital. Kemudahan yang dirasakan turut berfungsi untuk mereduksi persepsi risiko di kalangan mahasiswa Gen Z. Kemampuan untuk menguasai dan memahami fitur layanan dengan mudah akan meningkatkan keyakinan diri mereka saat bertransaksi. Implikasinya, penyedia jasa perbankan digital harus berkomitmen untuk terus mengoptimalkan kemudahan penggunaan sebagai strategi fundamental guna membangun dan memelihara kepercayaan generasi ini, yang akan mendukung pemanfaatan layanan secara berkelanjutan di masa depan.

Keseluruhan hasil penelitian ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan elemen krusial dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap platform keuangan. Dengan memprioritaskan dan menyempurnakan aspek kemudahan ini, institusi keuangan dapat membangun ekosistem yang mendorong terciptanya kepercayaan, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan efektivitas adopsi dan pemanfaatan sistem keuangan oleh pengguna.

4.2.5 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan Pada Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,245, dengan nilai t-statistik sebesar 3,197 serta p-value sebesar 0,001 yang berada di bawah tingkat signifikansi yang ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan individu dari penggunaan bank digital, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya penelitian Keni (2020) menunjukkan bahwa kehadiran teknologi keuangan digital memberikan kontribusi positif yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna, tak terkecuali kalangan generasi muda. Temuan ini diperdalam oleh Rizkyla et al. (2024) yang mengidentifikasi bahwa persepsi atas manfaat tersebut merupakan prediktor utama yang paling kuat dalam membentuk kepercayaan pengguna. Konsistensi hasil ini ditegaskan kembali dalam studi Evitasari et al. (2023) yang menjelaskan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai variabel mediasi artinya, pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan untuk mengadopsi layanan digital menjadi semakin kuat ketika melewati dan dibangun oleh kepercayaan pengguna.

Persepsi manfaat menunjukkan nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,061 terhadap kepercayaan. Berdasarkan pedoman Hair (2014) nilai tersebut termasuk dalam kategori efek kecil, yang menunjukkan bahwa meskipun kontribusinya tidak dominan, persepsi manfaat tetap memiliki peran yang bermakna dalam menjelaskan variasi tingkat kepercayaan. Dengan demikian, persepsi manfaat tetap berfungsi sebagai salah satu prediktor yang relevan dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan bank digital.

Dalam model penelitian secara keseluruhan, persepsi manfaat bersama dengan variabel independen lainnya mampu menjelaskan sebesar 42,8% variasi kepercayaan, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,428. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik. Selain itu, nilai Q^2 sebesar 0,255 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, sehingga variabel persepsi manfaat bersama prediktor lainnya mampu memprediksi tingkat kepercayaan pengguna secara memadai.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor penting dalam

pembentukan kepercayaan. Ketika individu, khususnya mahasiswa Generasi Z, merasakan manfaat nyata dari penggunaan bank digital seperti peningkatan efisiensi transaksi, kemudahan dalam aktivitas keuangan, serta keuntungan yang diperoleh mereka cenderung mengembangkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan tersebut. Kepercayaan yang terbentuk ini menjadi dasar bagi individu untuk terus menggunakan bank digital dan meningkatkan intensitas pemanfaatannya dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil pengujian validitas diskriminan menunjukkan bahwa konstruk persepsi manfaat merupakan konstruk yang berbeda dan berdiri sendiri dibandingkan variabel lain dalam model penelitian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai cross loading pada seluruh indikator persepsi manfaat (X02.01–X02.08) yang berada pada rentang 0,746 hingga 0,793, di mana seluruh nilai tersebut lebih tinggi pada konstruk persepsi manfaat dibandingkan dengan konstruk lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk persepsi manfaat secara tepat. Selain itu, nilai *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT) antara persepsi manfaat dan variabel lainnya berada di bawah batas 0,90, yang menunjukkan bahwa konstruk persepsi manfaat memiliki validitas diskriminan yang baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap penggunaan bank digital. Temuan ini mendukung teori UTAUT, khususnya pada konstruk performance expectancy, yang menjelaskan bahwa individu akan menggunakan teknologi apabila mereka meyakini bahwa teknologi tersebut meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat nyata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa persepsi manfaat memegang peranan penting dalam membentuk kepercayaan terhadap layanan bank digital. Oleh karena itu, penyedia layanan perbankan digital perlu memastikan bahwa produk dan fitur yang ditawarkan mampu memberikan manfaat yang jelas dan

dirasakan secara langsung oleh pengguna. Selain itu, strategi komunikasi yang tepat juga diperlukan untuk menyampaikan nilai dan keuntungan penggunaan layanan bank digital secara efektif. Dengan meningkatnya persepsi manfaat yang dirasakan pengguna, tingkat kepercayaan terhadap bank digital akan semakin kuat, yang pada akhirnya mendorong penggunaan layanan secara berkelanjutan dan mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik.

4.2.6 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan Pada Mahasiswa Generasi Z

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,264 dengan nilai t-statistik sebesar 3,044, yang melampaui nilai kritis, serta p-value sebesar 0,002 yang berada di bawah tingkat signifikansi. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu, semakin besar pula tingkat kepercayaan mereka terhadap penggunaan sistem keuangan, termasuk layanan keuangan digital.

Temuan ini selaras dengan studi Kantika et al. (2022) yang mengonfirmasi pengaruh positif literasi keuangan terhadap kepercayaan pada bank digital. Pola hubungan yang konsisten ini mengisyaratkan bahwa peningkatan literasi keuangan cenderung memperkuat kepercayaan, dan pada gilirannya, mendorong tingkat adopsi layanan perbankan digital, meskipun signifikansi statistiknya tidak selalu dinyatakan secara tegas.

Nilai *effect size* (f^2) literasi keuangan terhadap kepercayaan sebesar 0,073, yang berdasarkan pedoman Hair et al. (2022) tergolong efek kecil. Meskipun demikian, temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap memberikan kontribusi nyata dalam membentuk kepercayaan. Pengetahuan dan pemahaman individu

mengenai aspek-aspek keuangan, termasuk cara kerja sistem keuangan serta risiko yang melekat di dalamnya, berperan dalam meningkatkan rasa aman dan keyakinan individu terhadap layanan keuangan yang digunakan.

Dalam konteks model secara keseluruhan, literasi keuangan bersama dengan variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan 42,8% variasi kepercayaan, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,428. Nilai ini mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan penjelas yang cukup baik. Selain itu, nilai Q^2 sebesar 0,255 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang memadai, sehingga literasi keuangan tetap berperan sebagai salah satu prediktor penting dalam menjelaskan tingkat kepercayaan, meskipun kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pandangan teoritis yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami cara kerja layanan keuangan, menilai risiko serta manfaat yang melekat, dan mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional. Pemahaman tersebut membuat individu merasa lebih yakin terhadap sistem keuangan yang digunakan, sehingga mendorong terbentuknya tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh terhadap penggunaan bank digital. Hal ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB), di mana pemahaman dan kemampuan individu dalam bidang keuangan meningkatkan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan terhadap sistem keuangan. Individu yang memiliki pengetahuan dan pemahaman keuangan yang memadai tidak hanya lebih bijak dalam mengambil keputusan, tetapi juga cenderung

menjalin hubungan yang lebih positif dengan lembaga keuangan. Kepercayaan yang terbentuk tersebut pada akhirnya dapat mendorong pemanfaatan layanan keuangan secara lebih optimal dan mendukung kondisi keuangan yang lebih sehat.

4.2.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,276 dengan nilai t-statistik 4,120 serta p-value 0,000, yang menunjukkan tingkat signifikansi yang sangat kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan individu terhadap sistem keuangan yang digunakan, maka semakin baik pula efektivitas mereka dalam mengelola keuangan pribadi.

Hasil penelitian Kantika et al. (2022) mengkonfirmasi peran kepercayaan sebagai variabel mediasi yang signifikan terhadap adopsi bank digital, menegaskan posisinya sebagai landasan utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Keselarasan temuan ini tampak pada studi Prayudi et al. (2022) yang mengidentifikasi *Trust* sebagai mediator yang mempererat hubungan sebab-akibat antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan niat untuk menggunakan ulang suatu layanan. Dengan demikian, kedua penelitian tersebut secara bersama memperkuat proposisi bahwa kepercayaan berperan sebagai mediator yang positif dan berpengaruh signifikan.

Pengaruh kepercayaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi menunjukkan nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,157, yang berdasarkan kriteria Hair (2014) termasuk dalam kategori efek menengah. Nilai ini mengindikasikan bahwa kepercayaan memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam meningkatkan

efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Dibandingkan dengan variabel independen lainnya dalam model, besaran efek ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran yang relatif kuat dalam menjelaskan kemampuan individu mengelola keuangan secara efektif.

Dalam model struktural, variabel kepercayaan berperan sebagai variabel endogen yang dipengaruhi oleh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat, dengan nilai R^2 sebesar 0,428. Hal ini menunjukkan bahwa 42,8% variasi kepercayaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Nilai adjusted R^2 sebesar 0,416 yang tidak jauh berbeda dari nilai R^2 mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik dan tidak mengalami masalah *overfitting*.

Selanjutnya, nilai Q^2 sebesar 0,255 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik dalam memprediksi variabel kepercayaan. Selain itu, nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) sebesar 0,052, yang berada di bawah ambang batas 0,08, mengindikasikan bahwa model struktural memiliki tingkat kecocokan yang baik. Dengan demikian, model penelitian dapat dinyatakan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

Kekuatan pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan bank digital dapat dilihat dari tiga proses utamanya. Pertama kepercayaan membantu mengurangi rasa ragu dan khawatir pengguna saat melakukan transaksi, sehingga mereka merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan layanannya. Kedua kepercayaan yang tinggi membuat pengguna tidak hanya mencoba, tetapi juga memakai berbagai fitur bank digital secara rutin karena menganggap layanannya aman dan terpercaya. Ketiga kepercayaan juga mendorong pengguna untuk menjadikan bank digital sebagai alat utama dalam mengatur keuangan mereka secara terus-menerus.

Temuan ini menekankan bahwa strategi untuk meningkatkan penggunaan bank digital harus fokus pada membangun kepercayaan. Penyedia layanan perlu melakukan langkah nyata seperti menyajikan informasi secara terbuka, meningkatkan keamanan sistem, memberikan pemahaman yang jelas kepada pengguna, dan menjaga kualitas layanan secara konsisten. Peran regulasi dari pemerintah yang melindungi hak konsumen juga penting untuk memperkuat kepercayaan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan bank digital. Temuan ini sejalan dengan Theory of Reasoned Action (TRA) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan terhadap suatu objek. Secara menyeluruh, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan adalah faktor penting yang langsung memengaruhi seberapa sering bank digital digunakan. Temuan ini memberi pemahaman bahwa meningkatkan kepercayaan pengguna dapat mendorong penerimaan dan penggunaan layanan bank digital secara lebih maksimal, yang akhirnya membantu pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif dan mendukung kesejahteraan finansial pengguna.

4.2.8 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,075 dengan nilai t-statistik 2,054 serta p-value 0,040, yang menunjukkan signifikansi statistik. Nilai koefisien yang positif mengindikasikan bahwa pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan terhadap penggunaan bank digital

melalui kepercayaan bersifat positif, sehingga semakin mudah layanan bank digital dipersepsikan, semakin tinggi kepercayaan pengguna yang pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan bank digital.

Berdasarkan penelitian Wasana & Telagawathi (2023) persepsi kemudahan penggunaan terbukti secara positif dan signifikan memengaruhi pembentukan kepercayaan konsumen. Hal ini diperkuat oleh Mawardani & Dwijayanti (2021) yang menyatakan bahwa tingkat kemudahan dalam mengoperasikan sistem pembayaran merupakan faktor penentu dalam keputusan penggunaannya untuk kegiatan sehari-hari. Temuan tersebut semakin dikuatkan oleh Agustino & Yousida (2021) yang mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga secara signifikan membentuk minat penggunaan e-wallet melalui peran kepercayaan. Dengan demikian, kepercayaan dapat disimpulkan berperan secara efektif sebagai variabel perantara yang menghubungkan kemudahan penggunaan dengan minat adopsi e-wallet.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ketika individu merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan bank digital, mereka cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan tersebut. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan dengan nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,081, yang berdasarkan pedoman Hair (2014) termasuk dalam kategori efek kecil. Meskipun demikian, pengaruh ini tetap bermakna dan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berperan dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap bank digital.

Mekanisme mediasi ini dapat dijelaskan melalui pemahaman bahwa layanan bank digital yang mudah dipahami, mudah diakses, dan tidak menimbulkan hambatan teknis akan meningkatkan rasa percaya diri pengguna. Kondisi tersebut menumbuhkan keyakinan

bahwa layanan bank digital aman dan dapat diandalkan. Kepercayaan yang terbentuk kemudian mendorong pengguna untuk memanfaatkan bank digital secara lebih aktif, sehingga memperkuat penggunaan layanan bank digital secara keseluruhan.

Nilai predictive relevance (Q^2) untuk variabel kepercayaan sebesar 0,255 dan variabel penggunaan bank digital sebesar 0,443 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang baik. Temuan ini mendukung peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan penggunaan bank digital. Selain itu, kecocokan model juga tergolong baik, yang ditunjukkan oleh nilai SRMR sebesar 0,052, yang masih berada di bawah batas maksimum 0,08.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan memediasi pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap penggunaan bank digital. Dalam perspektif TAM, kemudahan penggunaan membentuk sikap positif terhadap teknologi. Peran mediasi kepercayaan mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi kemudahan tidak hanya berdampak langsung pada penggunaan bank digital, tetapi juga bekerja melalui jalur tidak langsung dengan terlebih dahulu meningkatkan kepercayaan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk mendorong penggunaan bank digital sebaiknya tidak hanya berfokus pada penyediaan sistem yang mudah digunakan, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan terhadap layanan tersebut. Tanpa tingkat kepercayaan yang memadai, kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna berpotensi tidak memberikan dampak yang optimal terhadap penggunaan bank digital.

4.2.9 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi

Berdasarkan hasil analisis data, kepercayaan terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara persepsi manfaat dan penggunaan bank digital. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian pengaruh tidak langsung dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,067, t-statistik 2,377, serta p-value 0,018, yang mengindikasikan signifikansi statistik.

Peran mediasi kepercayaan ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat yang tinggi dari penggunaan bank digital, dampaknya tidak hanya langsung mendorong penggunaan layanan tersebut, tetapi juga terlebih dahulu meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap bank digital. Kepercayaan yang terbentuk kemudian berperan penting dalam memperkuat penggunaan bank digital secara lebih intensif dan berkelanjutan.

Hasil analisis pengaruh tidak langsung menunjukkan adanya mekanisme psikologis yang berperan penting dalam penggunaan bank digital pada mahasiswa Generasi Z. Ketika mahasiswa merasakan manfaat yang nyata dari penggunaan bank digital, seperti kemudahan bertransaksi, efisiensi waktu, serta dukungan dalam pengelolaan aktivitas keuangan, hal tersebut akan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan bank digital. Kepercayaan yang terbentuk ini kemudian mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan bank digital secara lebih aktif dan berkelanjutan.

Dari perspektif praktis, temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan penggunaan bank digital pada mahasiswa Generasi Z tidak cukup hanya dengan menyediakan fitur yang bermanfaat, tetapi juga harus diiringi dengan pembangunan kepercayaan pengguna. Persepsi manfaat yang positif perlu diperkuat melalui transparansi layanan, keandalan sistem, serta konsistensi dalam memberikan nilai

yang dijanjikan. Dengan demikian, kepercayaan berperan sebagai faktor mediasi yang menghubungkan persepsi manfaat dengan perilaku penggunaan bank digital secara lebih optimal.

Berdasarkan nilai *predictive relevance* (Q^2) sebesar 0,255 pada variabel kepercayaan dan 0,443 pada variabel penggunaan bank digital, hasil mediasi dalam penelitian ini semakin terbukti kuat, yang mengindikasikan bahwa model yang dibangun memiliki kemampuan prediktif yang memadai. Selain itu, nilai SRMR sebesar 0,052 lebih rendah dari batas maksimal 0,08 menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki tingkat kecocokan yang baik. Temuan ini semakin memperkuat keabsahan hasil analisis mediasi yang didapatkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan memediasi pengaruh Persepsi Manfaat terhadap penggunaan bank digital. Berdasarkan UTAUT, manfaat yang dirasakan akan meningkatkan ekspektasi kinerja dan memperkuat keyakinan terhadap teknologi. Secara umum, analisis mediasi ini menunjukkan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme kunci dalam menjelaskan pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital. Manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa Generasi Z tidak hanya berdampak langsung terhadap penggunaan layanan, tetapi juga memengaruhi keputusan penggunaan melalui peningkatan kepercayaan terhadap platform tersebut. Dengan demikian, kepercayaan menjadi penghubung penting yang memperkuat hubungan antara persepsi manfaat dan perilaku penggunaan bank digital secara lebih optimal dan berkelanjutan.

4.2.10 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital Pada Mahasiswa Generasi Z Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi

Hasil analisis penelitian menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan dari literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital melalui kepercayaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,073 dengan nilai t-statistik 2,531 serta p-value 0,018, yang mengindikasikan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Pola mediasi ini menggambarkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan bank digital. Pemahaman yang memadai mengenai konsep keuangan membuat individu lebih mampu menilai manfaat dan risiko layanan perbankan digital secara rasional. Kepercayaan yang terbentuk ini kemudian mendorong individu untuk menggunakan bank digital secara lebih optimal dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Selfianti et al. (2025) menyimpulkan bahwa kepercayaan yang kuat meningkatkan intensitas penggunaan. Rudakova & Markova (2020) menambahkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Lebih lanjut, kepercayaan tidak hanya sekadar menerima pengaruh, tetapi juga bertindak sebagai mediator yang menguatkan hubungan tidak langsung antara literasi keuangan dan adopsi pembayaran digital. Dukungan terhadap hal ini diperkuat oleh Kantika et al. (2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan berdampak positif pada kepercayaan terhadap bank digital. Secara keseluruhan, meskipun signifikansi statistiknya tidak selalu terinci, pola yang konsisten menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan cenderung membangun kepercayaan, yang pada akhirnya mendorong adopsi layanan perbankan digital yang lebih luas.

Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *effect size* (f^2) literasi keuangan terhadap kepercayaan sebesar 0,073, yang berdasarkan pedoman Hair (2014) termasuk dalam kategori efek kecil. Meskipun demikian, nilai ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap memberikan kontribusi yang bermakna dalam membentuk kepercayaan individu terhadap layanan keuangan. Melalui peran mediasi kepercayaan, literasi keuangan berkontribusi secara tidak langsung dalam mendorong perilaku penggunaan layanan keuangan secara lebih optimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap penggunaan bank digital. Dalam perspektif TPB, individu dengan kemampuan dan pemahaman yang baik akan memiliki kontrol perilaku yang lebih kuat, yang kemudian membentuk keyakinan positif terhadap suatu sistem. Selain itu, model penelitian menunjukkan kemampuan prediktif yang cukup baik terhadap variabel kepercayaan, dengan nilai R^2 sebesar 0,428, yang berarti bahwa 42,8% variasi kepercayaan dapat dijelaskan oleh literasi keuangan bersama dengan variabel independen lainnya. Nilai Q^2 sebesar 0,255 juga mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik untuk variabel mediasi kepercayaan. Dengan demikian, kepercayaan dapat dipandang sebagai mekanisme penting yang menjembatani pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku penggunaan layanan keuangan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan bertransaksi, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z di Kota Malang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan yang mencakup pemahaman terhadap konsep keuangan, kemampuan mengelola keuangan, serta sikap dalam pengambilan keputusan finansial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Mahasiswa Generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami fungsi, risiko, dan manfaat layanan bank digital sehingga mampu memanfaatkannya secara lebih optimal dalam aktivitas keuangan sehari-hari.
2. Persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital, serta menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong adopsi layanan tersebut. Kemudahan dalam mempelajari aplikasi, kejelasan fitur, dan proses transaksi yang sederhana membuat mahasiswa Generasi Z lebih nyaman dan terdorong untuk menggunakan bank digital secara berkelanjutan dalam berbagai kebutuhan finansial.
3. Persepsi manfaat terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital. Mahasiswa yang merasakan manfaat nyata seperti efisiensi waktu, fleksibilitas transaksi, kemudahan akses, dan kenyamanan penggunaan cenderung memiliki intensitas penggunaan bank digital yang lebih tinggi dalam pengelolaan keuangan mereka.

4. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital, serta menjadi faktor kunci dalam keputusan mahasiswa Generasi Z untuk terus menggunakan layanan bank digital. Kepercayaan yang tercermin melalui persepsi keamanan, keandalan sistem, dan integritas penyedia layanan mendorong pengguna untuk lebih yakin dalam melakukan transaksi keuangan secara digital.
5. Kepercayaan terbukti memediasi hubungan antara variabel independen dan penggunaan bank digital, dengan rincian sebagai berikut:
 - a. Kepercayaan memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital, di mana pemahaman keuangan yang baik meningkatkan rasa percaya mahasiswa terhadap sistem bank digital, sehingga mendorong penggunaan layanan tersebut.
 - b. Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan bertransaksi terhadap penggunaan bank digital, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya mendorong adopsi secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap bank digital.
 - c. Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan bank digital, dengan peran mediasi yang paling kuat. Manfaat yang dirasakan mampu membangun kepercayaan, yang selanjutnya mendorong mahasiswa Generasi Z untuk menggunakan bank digital secara lebih aktif dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap penggunaan bank digital dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penyedia layanan bank digital

Penyedia layanan bank digital disarankan untuk memprioritaskan penguatan kepercayaan pengguna sebagai strategi utama dalam meningkatkan penggunaan layanan. Hal ini dapat dilakukan dengan

meningkatkan konsistensi performa aplikasi, memperjelas informasi terkait keamanan transaksi, serta menyediakan mekanisme penanganan keluhan yang cepat dan transparan. Selain itu, pengembangan fitur bank digital sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik mahasiswa Generasi Z yang mengutamakan kecepatan, kepraktisan, dan pengalaman pengguna yang intuitif, sehingga persepsi kemudahan dan manfaat dapat dirasakan secara optimal.

2. Bagi mahasiswa Generasi Z sebagai pengguna bank digital

Mahasiswa Generasi Z disarankan untuk tidak hanya memanfaatkan bank digital sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai sarana pendukung pengelolaan keuangan pribadi. Peningkatan literasi keuangan menjadi penting agar mahasiswa mampu memahami fungsi, risiko, dan manfaat layanan bank digital secara menyeluruh. Dengan pemahaman yang baik, mahasiswa dapat membangun kepercayaan yang rasional terhadap bank digital serta menggunakan layanan tersebut secara lebih bijak dan bertanggung jawab.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan melibatkan responden dari wilayah, jenjang pendidikan, atau kelompok usia yang berbeda agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti persepsi risiko, keamanan digital, pengaruh lingkungan sosial, atau faktor teknologi untuk memperkaya model penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti perkembangan penggunaan bank digital dalam jangka waktu tertentu agar dapat menangkap perubahan perilaku pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103–150.
- Adhliana, B. S., Barry, H., & Sofa, N. (2022). Analisis literasi keuangan, efikasi keuangan, dan pengalaman keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan pengguna SPayLater DKI Jakarta. *JAProf: Jurnal Administrasi Profesional*, 3(2), 25–35.
- Adinda, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(1), 167–176.
- Agustino, L., & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422.
- Aisyiah, H. N., Prastiwi, S. K., & Rohimat, A. M. (2023). Can Perceived Usefulness and Online Experiences Affect ShopeePay Fintech Usage by Millennial Muslims? *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 101–122.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261.
- Altwaresh, R., & Aloud, M. (2021). Mobile payments from merchants' perspective: an empirical study using the TAM model in Saudi Arabia. *International Journal of Computer Science & Network Security*, 21(8), 317–326.
- Arsal, M., Ulfah, K., & Muchran, M. (2022). AMANAH AS A VALUE IN ZAKAT MANAGEMENT ACCOUNTING. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 7(2), 13–20. <https://doi.org/10.34202/imanensi.7.2.2022.13-20>
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.

- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165>
- Cecchetti, S. G., & Schoenholtz, K. L. (2023). Central bank digital currency: Is it really worth the risk? *Data, Digitalization, Decentralized Finance and Central Bank Digital Currencies*, 115–122.
- Chanafaro, M. K., & Sari, L. P. (2024). Determinan keputusan penggunaan pembayaran digital: Peran niat sebagai mediasi literasi keuangan. *Journal of Business & Banking*, 14(1), 133–148.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Nyanyofio, J. G. N. T. (2015). Determinants of mobile banking adoption in the Ghanaian banking industry: a case of access bank Ghana limited. *Journal of Computer and Communications*, 3(2), 1–19.
- Cupian, C., Valentino, U., & Noven, S. A. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1679–1688.
- Darwin, S., Yohanes, D., Kunto, S., & Si, S. (2014). SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ASURANSI Jiwa MANULIFE INDONESIA-SURABAYA. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Dasra Viana, E., Febrianti, F., & Ratna Dewi, F. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek Financial Literacy, Financial Inclusion, and Investment Interest Generation Z's in Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Detikfinance. (2024). Hasil Survei: Bank Digital RI Tumbuh Pesat Gegara Gen Z. <https://finance.detik.com/moneter/d-7430230/hasil-survei-bank-digital-ri-tumbuh-pesat-gegara-gen-z/amp>
- Didenko, A. N., & Buckley, R. P. (2021). Central bank digital currencies: A potential response to the financial inclusion challenges of the Pacific. *UNSW Law Research Paper*, 21–63.

- Dio Prasasti, G. (2025). *Gen Z dan Milenial Jadi Pengguna Bank Digital Paling Aktif* - TopCareerID. <https://topcareer.id/read/2025/09/25/113171/gen-z-dan-milenial-jadi-pengguna-bank-digital-paling-aktif/>
- Euglezyano, G., & Murtiasih, S. (2025). Pengaruh persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, persepsi biaya dan positive word of mouth (WOM) terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking BCA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(1), 29–52.
- Evitasari, K. E. K., Ivana, N., & Usman, O. (2023). The Influence of Financial Literacy, Perceived Benefits, and Perceived Ease of Use on QRIS Usage Decision among Students in DKI Jakarta with Trust as a Mediating Variable. *International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, 1(1), 89–112.
- Fitri, R. N., Kudus, M. F. I., Khaudlusshofa, W., Hidayat, W., & Peristiwo, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Layanan Keuangan Digital. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(6), 64–70.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis data menggunakan aplikasi smartpls v. 3.2. 7 2018. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–18.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 4(1), 35–46.
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261–11273.
- Hair, J. F. (2014a). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. sage.
- Harrison, D. A., Mykytyn Jr, P. P., & Riemenschneider, C. K. (1997). Executive decisions about adoption of information technology in small business: Theory and empirical tests. *Information Systems Research*, 8(2), 171–195.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.

- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3), 340.
- Jalalain, T. (1459). *Kitab - Tafsir Jalalain (Jelas)*.
- Jogiyanto, H. (2007). Sistem informasi keperilakuan. andi offset. *Yogyakarta: Andi Offset*, 235, 604.
- Kantika, K., Kurniasari, F., & Mulyono, M. (2022). The factors affecting digital bank services adoption using trust as mediating variable. *Journal of Business and Management Review*, 3(10), 690–704.
- Katsir, I. (2001). *Tafsir Ibnu Katsir 1 a*.
- Katsir, I. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir 2.1*.
- Keni, K. (2020). How perceived usefulness and perceived ease of use affecting intent to repurchase? *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481–496.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.
- Koufaris, M. (2002). Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior. *Information Systems Research*, 13(2), 205–223.
- Laia, Y., Sarumaha, M. S., & Laia, B. (2022). Bimbingan konseling dalam meningkatkan kemandirian belajar siswa di SMA Negeri 3 Susua tahun pelajaran 2021/2022. *Counseling For All: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 2(1), 1–12.
- Lestari, N. M. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah Dalam Transaksi E_Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 208–226.
- Linggadjaya, R. I. T., Sitio, B., & Situmorang, P. (2022). Transformasi Digital Pt Bank Jago Tbk dari Bank Konvensional menjadi Bank Digital. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 3(1), 9–22.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205–224.

- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9.
- Malik, A., & Chusni, M. M. (2018). *Pengantar statistika pendidikan: Teori dan aplikasi*. Deepublish.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa S-1 fakultas ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 76–85.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' perception on mobile payment services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404.
- Munari, S. A. L. H., & Susanti, S. (2021). The effect of ease of transaction, Digital Literacy, and Financial Literacy on the Use of E-Banking. *Economic Education Analysis Journal*, 10(2), 298–309.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)(studi kasus pada kegiatan belajar mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang). *Profit: Jurnal Adminsitasi Bisnis*, 6(1).
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.
- Nafsir As-saadi, A. R. (2006). *tafsir-al-saadi-pdf*.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap intention to use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722.
- Nelyumna, N., Oktrivina, A., & Salwa, A. K. (2022). Pengaruh penggunaan fintech (e-wallet) terhadap minat masyarakat dalam pembayaran online akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 95–102.

- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021a). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145.
- Ong, V., & Nuryasman, M. N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516–524.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- PDDikti. (2025). *PDDikti*. https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/detail-pt/_c_pFcHOt6lQbWXqPAmHz0csGmPZe5_R9uEr6dmuteoPdao3eiKTn_lg3_gcX_l9_qnukA==
- Perdani, T. A. M., Fitriati, A., Kusbandiyah, A., & Azizah, S. N. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan QRIS yang Dimediasi oleh Kepercayaan pada Generasi Z. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(2), 791–808.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39(3), 356–376.
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking bca, bni, bri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859.
- Pratiwi, S., & Sofwan, A. (2022). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk and trust on interest using fintech ShopeePay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(2), 141–154.
- Prayudi, I. G., Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2022). The role of trust in mediation the effect of perception of ease of use and perception of usefulness on intention to re-using the mobile banking service. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(4), 482–493.

- Purwanto, E., Deviny, J., & Mutahar, A. M. (2020). The Mediating Role of Trust in the Relationship between Corporate Image, Security, Word of Mouth and Loyalty in M-Banking Using among the Millennial Generation in Indonesia. *Management and Marketing*, 15(2), 255–274. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0016>
- Purwanto, S. K. (2018). *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*.
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Puteri, A. M., Inanda, I., & Prasetio, R. B. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 16–25.
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023a). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 215–228.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Rajna, A., Ezat, W. P. S., Al Junid, S., & Moshiri, H. (2011). Financial management attitude and practice among the medical practitioners in public and private medical service in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(8), 105.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan e-wallet GoPay di wilayah DKI Jakarta. 3(2), 134–139.
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162–170.
- Ramadhan, W., Daga, R., & Samad, A. (2023). Jurnal Sains Manajemen Nitro Analisis Perilaku Nasabah Bank CIMB Niaga Makassar Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai QRIS. In *Jurnal Sains Manajemen Nitro* (Vol. 2, Issue 2). <https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jsmn>

- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Rithmaya, C. L., Ardianto, H., & Sistiyanini, E. (2024). Gen Z and the future of banking: An analysis of digital banking adoption. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 26(1), 64–78.
- Rizkyla, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I. (2024). The Influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and trust as intervening variables on interest in using digital banks among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 7(1), 94–107.
- Rudakova, O. S., & Markova, O. M. (2020). The application of digital banking to promote banking products and services. *The 3rd International Conference on Economy, Management and Entrepreneurship (ICOEME 2020)*, 21–29.
- Sari, N. Y., & Hermawati, S. (2020). The effect of shopping lifestyle, hedonic shopping motivation, and sales promotion on impulse buying behavior in e-commerce (case study of berrybenka consumer). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 45–54.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021a). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587–632). Springer.
- Selfianti, S., Arsal, M., & Badollahi, I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Minat Belanja Mahasiswa: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 9(2), 1508–1518.
- Shihab, Q. (2006a). *Tafsir Al-Mishbah Jilid 01 -Dr. M. Quraish Shihab*.
- Shihab, Q. (2006b). *Tafsir Al-Mishbah Jilid 02 -Dr. M. Quraish Shihab*.
- Subagiya, B. (2023). Eksplorasi penelitian Pendidikan Agama Islam melalui kajian literatur: Pemahaman konseptual dan aplikasi praktis. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(3), 304–318.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Susilowati, N., Kardiyem, K., & Latifah, L. (2020). The Mediating Role of Attitude Toward Money on Students' Financial Literacy and Financial Behavior. *Journal of Accounting and Business Education*, 4(2), 58–68.

- Syahri, A., & Setyawati, C. Y. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Qris Bca Mobile Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(2), 143–151.
- Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Chong, S.-C., & Hew, T.-S. (2014). NFC mobile credit card: the next frontier of mobile payment? *Telematics and Informatics*, 31(2), 292–307.
- Tarigant, S. M. D., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2022). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Loan To Deposit Ratio, Profitabilitas Dan Risiko Pasar Terhadap Harga Saham Pada Bank Umum Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Values*, 3(2), 319–334.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113–126.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online: Studi kasus pada konsumen barang fashion di facebook. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120.
- Wajdi, F., Astiswijaya, N., Usman, E., Pudjiastuti, S. R., Risqi, E. N., Syafitri, E., & Utomo, Y. T. (2024). *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan*. Penerbit Widina.
- Wangdra, J., & Ompusunggu, H. (2025). Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(3).

- Wardhani, R. A., Arkeman, Y., & Ermawati, W. J. (2023). The impact of quick response adoption of payment code on MSMEs' financial performance in Indonesia. *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), 869–878.
- Wasana, I. D. P. T. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Sebagai Metode Pembayaran di E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 127–135.
- Widyasanti, I. A. H., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 145–154.
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018). *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N. M., & Baroroh, N. (2021). The roles of peers and social media in building financial literacy among the millennial generation: A case of Indonesian economics and business students. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1947579.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26.
- Zakiyyah, A., Gunasti, A., & Fadah, I. (2020). Does financial literacy influencing the university student's decision to use m-payment. *Proceedings of the 1st International Conference on Sustainable Management and Innovation, ICoSMI*, 14–16.
- Zusryn, A. S., & Al Hashfi, R. U. (n.d.). Mobile Money dan Layanan Keuangan Digital Perbankan: Komplementer atau Substitusi? *BRKP*, 67.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat Dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Malang Tahun 2026

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Putri Yulia Salsabilla, mahasiswi Program Studi Manajemen 2022 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat Dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Bank Digital Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Malang Tahun 2026” Sebagai bagian dari pelaksanaan penelitian tersebut, saya memerlukan partisipasi responden yang memenuhi kriteria berikut:

1. Generasi Z yang berusia 17- 25 tahun
2. Mahasiswa aktif (UB, UINMA, UM, UMM, POLINEMA)
3. Pernah dan sedang menggunakan bank digital

Partisipasi Anda sangat berharga dalam mendukung keberhasilan penelitian ini. Seluruh data dan jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Tidak ada jawaban benar atau salah, dan Anda diminta untuk menjawab secara jujur dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A. IDENTIFIKASI RESPONDEN

Nama	:
Jenis Kelamin	: • Laki-Laki • Perempuan
Usia	: • 17 – 20 tahun • 20-25 tahun • > 25 tahun
Instansi	: • Universitas Brawijaya • Universitas Negeri Malang • Universitas Islam Negeri Malang • Politeknik Negeri Malang • Universitas Muhammadiyah Malang
Pernah dan sedang menggunakan bank digital	: • YA • TIDAK

B. DAFTAR PERTANYAAN

Penggunaan Bank Digital (Y)

No	Pernyataan	Pilih Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya benar-benar menggunakan bank digital dalam aktivitas keuangan saya.					
2.	Saya gunakan secara langsung dalam melakukan transaksi keuangan.					
3.	Saya sering menggunakan bank digital dalam kegiatan keuangan sehari-hari.					
4.	Saya menggunakan bank digital secara rutin.					
5.	Saya merasa puas menggunakan bank digital dalam melakukan transaksi keuangan.					
6.	Penggunaan bank digital memberikan pengalaman yang memuaskan bagi saya.					

Persepsi Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	Pilih Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mudah dalam menggunakan bank digital					
2.	Saya merasa menggunakan bank digital tidak memerlukan usaha yang besar.					
3.	Saya mudah dalam interaksi dengan penggunaan bank digital dan dapat dimengerti					
4.	Saya merasa mudah memahami cara kerja fitur-fitur yang ada pada bank digital.					
5.	Saya mudah dan terampil dalam menggunakan bank digital					
6.	Mempelajari cara menggunakan bank digital merupakan hal yang mudah bagi saya.					

Persepsi Manfaat (X2)

No	Pernyataan	Pilih Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Menggunakan bank digital meningkatkan produktivitas/kinerja saya					
2.	Menggunakan bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat.					
3.	Menggunakan bank digital akan meningkatkan efektivitas saya dalam kehidupan sehari-hari bekerja.					
4.	Penggunaan bank digital membuat aktivitas keuangan saya menjadi lebih efektif.					
5.	Menggunakan bank digital membuat penanganan pembayaran lebih mudah.					
6.	Proses transaksi melalui bank digital lebih sederhana dibandingkan layanan perbankan konvensional.					
7.	Saya merasa mendapatkan keuntungan dengan menggunakan bank digital.					
8.	Saya merasa mendapatkan banyak manfaat dari penggunaan bank digital.					

Literasi Keuangan (X3)

No	Pernyataan	Pilih Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi.					
2.	Saya mengerti berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan bank digital.					
3.	Saya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan sebelum bertransaksi di bank digital.					
4.	Saya percaya bahwa sangat penting bertindak bijaksana dalam pengelolaan keuangan.					
5.	Saya memiliki kebiasaan menabung atau berinvestasi untuk kebutuhan jangka panjang.					
6.	Saya rutin mencatat dan mengecek transaksi keuangan di bank digital.					
7.	Saya menyimpan uang di bank karena merupakan cara menyimpan yang aman.					
8.	Saya mempertimbangkan kemampuan keuangan pribadi sebelum menggunakan fitur pinjaman pada bank digital.					
9.	Saya memiliki asuransi untuk melindungi diri dari risiko keuangan yang tidak terduga.					
10.	Saya mengetahui manfaat dan perlindungan dari produk asuransi yang saya akses melalui bank digital.					
11.	Saya memahami bahwa investasi merupakan potensi penghasilan jangka panjang.					
12.	Saya mempertimbangkan risiko dan potensi keuntungan sebelum berinvestasi melalui bank digital.					

Kepercayaan (Z)

No	Pernyataan	Pilih Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Bank digital menunjukkan itikad baik dalam membangun dan menjaga hubungan dengan nasabah.					
2.	Bank digital tidak memanfaatkan nasabah untuk memperoleh keuntungan secara tidak wajar atau tidak jujur.					
3.	Bank digital dapat diandalkan ketika saya membutuhkan layanan yang diberikan.					

4.	Bank digital secara konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah.					
5.	Bank digital memiliki standar kerja yang tinggi dalam memberikan layanan kepada nasabah.					
6.	Bank digital memiliki pengalaman dan kemampuan yang memadai dalam memenuhi kebutuhan nasabah.					
7.	Bank digital bertanggung jawab dalam menangani keluhan yang saya sampaikan.					
8.	Tindakan bank digital selalu sesuai dengan informasi dan pernyataan yang disampaikan kepada saya.					

Lampiran 2 Jawaban Responden

Penggunaan Bank Digital (Y)

Y01.01	Y01.02	Y01.03	Y01.04	Y01.05	Y01.06
4	4	4	3	3	4
5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	3	4
4	5	5	4	5	5
4	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5
2	2	3	3	2	3
4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
3	3	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	5

Y01.01	Y01.02	Y01.03	Y01.04	Y01.05	Y01.06
4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5
4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4
5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4
4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
2	2	3	2	2	2
4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	3
4	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4
5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4

Y01.01	Y01.02	Y01.03	Y01.04	Y01.05	Y01.06
5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5
4	3	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
2	2	2	2	2	2
5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	4
4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	4

Y01.01	Y01.02	Y01.03	Y01.04	Y01.05	Y01.06
5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
2	1	2	2	2	1
4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4
3	3	3	4	3	3
5	4	4	5	5	4
2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	4
4	3	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5
2	2	2	1	1	2
4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	5	5
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	4

Y01.01	Y01.02	Y01.03	Y01.04	Y01.05	Y01.06
4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5
1	2	2	2	3	2
4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5

Persepsi Kemudahan (X1)

X01.01	X01.02	X01.03	X01.04	X01.05	X01.06
5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
4	4	3	3	4	3
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4
3	3	3	3	4	3
5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	3
5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5

X01.01	X01.02	X01.03	X01.04	X01.05	X01.06
5	4	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5
5	4	4	3	4	4
4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5
3	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5

X01.01	X01.02	X01.03	X01.04	X01.05	X01.06
4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5
4	4	3	4	3	4
5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5
5	4	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	3
4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	4	4

X01.01	X01.02	X01.03	X01.04	X01.05	X01.06
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4
4	5	5	5	4	5
2	2	2	2	3	3
3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4
3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	5
3	4	4	3	3	3
4	4	5	4	4	3
2	2	3	3	3	2
4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4
2	2	3	3	2	2
4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4

X01.01	X01.02	X01.03	X01.04	X01.05	X01.06
4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
2	2	3	2	3	2
5	4	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4

Persepsi Manfaat (X2)

X02.01	X02.02	X02.03	X02.04	X02.05	X02.06	X02.07	X02.08
4	4	3	4	4	3	5	4
3	3	3	3	2	3	3	3
5	4	5	4	5	5	4	5
3	3	4	4	4	4	3	4
4	5	5	5	4	5	4	5
3	4	5	3	4	4	4	4
4	5	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5
3	2	2	3	2	2	3	2
4	5	4	4	4	4	4	3
4	3	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	3
4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	3
3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4

X02.01	X02.02	X02.03	X02.04	X02.05	X02.06	X02.07	X02.08
4	5	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	3
3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4
3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4	3	3
5	5	4	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	4	3	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	4	3
4	5	5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5	4	5
3	4	3	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	3
4	5	5	5	5	4	4	4

X02.01	X02.02	X02.03	X02.04	X02.05	X02.06	X02.07	X02.08
4	4	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	3	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	3
5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	4	3	5	4
5	4	5	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3	3
5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5
3	3	2	3	3	2	3	3
4	4	5	5	4	4	5	5

X02.01	X02.02	X02.03	X02.04	X02.05	X02.06	X02.07	X02.08
5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	5	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	2	3	2
5	5	4	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	3	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5
3	2	2	2	3	2	2	3
4	4	5	5	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	3	4
5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	5	4	4
5	4	4	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4	4	5
3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4

X02.01	X02.02	X02.03	X02.04	X02.05	X02.06	X02.07	X02.08
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4
2	3	2	3	2	2	2	2
5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5

Literasi Keuangan (X3)

X0 3.0 1	X0 3.0 2	X0 3.0 3	X0 3.0 4	X0 3.0 5	X0 3.0 6	X0 3.0 7	X0 3.0 8	X0 3.0 9	X0 3.1 0	X0 3.1 1	X0 3.1 2
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3

X0 3.0 1	X0 3.0 2	X0 3.0 3	X0 3.0 4	X0 3.0 5	X0 3.0 6	X0 3.0 7	X0 3.0 8	X0 3.0 9	X0 3.1 0	X0 3.1 1	X0 3.1 2
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4

X0 3.0 1	X0 3.0 2	X0 3.0 3	X0 3.0 4	X0 3.0 5	X0 3.0 6	X0 3.0 7	X0 3.0 8	X0 3.0 9	X0 3.1 0	X0 3.1 1	X0 3.1 2
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4

X0 3.0 1	X0 3.0 2	X0 3.0 3	X0 3.0 4	X0 3.0 5	X0 3.0 6	X0 3.0 7	X0 3.0 8	X0 3.0 9	X0 3.1 0	X0 3.1 1	X0 3.1 2
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3
4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4

X0 3.0 1	X0 3.0 2	X0 3.0 3	X0 3.0 4	X0 3.0 5	X0 3.0 6	X0 3.0 7	X0 3.0 8	X0 3.0 9	X0 3.1 0	X0 3.1 1	X0 3.1 2
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3
5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4

Kepercayaan (Z)

Z01.01	Z01.02	Z01.03	Z01.04	Z01.05	Z01.06	Z01.07	Z01.08
2	2	2	3	2	2	2	3
5	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	4
3	4	3	4	4	4	4	3
5	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	5

Z01.01	Z01.02	Z01.03	Z01.04	Z01.05	Z01.06	Z01.07	Z01.08
4	5	5	4	4	5	5	4
3	2	3	2	3	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	5	4	5	5	4	5
3	3	3	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5
3	3	2	3	3	3	3	2
5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	5	4	5
3	4	4	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	3	3
4	3	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	3

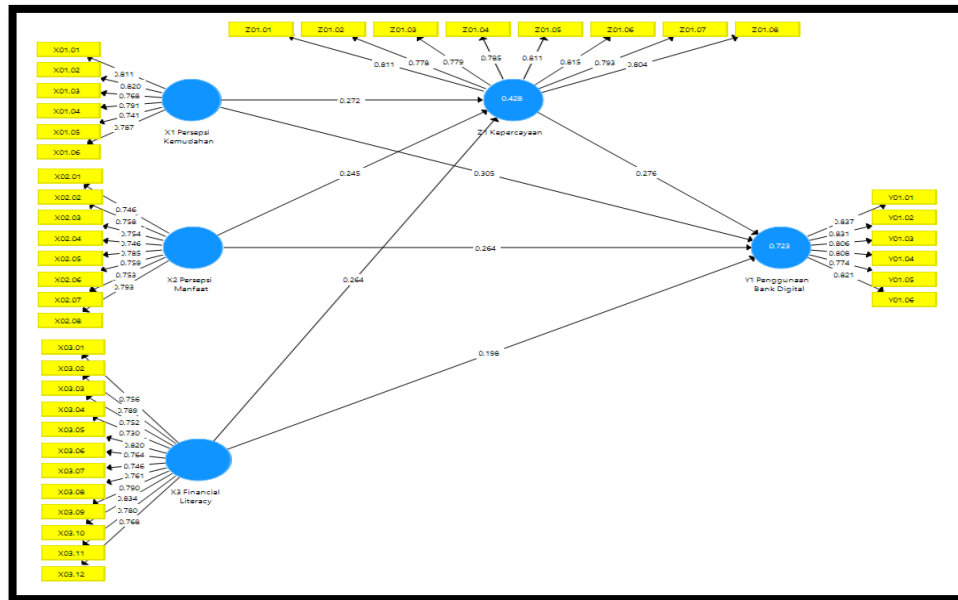
Z01.01	Z01.02	Z01.03	Z01.04	Z01.05	Z01.06	Z01.07	Z01.08
4	4	3	3	4	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4
4	3	3	2	3	3	3	3
4	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	4	3
4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4
4	3	3	3	4	3	4	3
5	5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	3	4
4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	5	5	4

Z01.01	Z01.02	Z01.03	Z01.04	Z01.05	Z01.06	Z01.07	Z01.08
3	3	3	2	3	3	3	3
4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	3	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
2	2	3	3	2	3	2	3
5	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4
4	3	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	2	2	3	3	2	2	2
3	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5	4
4	3	3	3	3	3	4	3
5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	2
5	5	4	4	5	5	5	4
5	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5

Z01.01	Z01.02	Z01.03	Z01.04	Z01.05	Z01.06	Z01.07	Z01.08
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4
2	3	2	2	1	2	2	2
5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4
3	3	2	2	2	2	2	2
5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5

Lampiran 3 Hasil Olah Data

Outer Model



Outer Loading

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X01.01	0,811				
X01.02	0,820				
X01.03	0,791				
X01.04	0,741				
X01.05	0,787				
X01.06					
X02.01		0,746			
X02.02		0,754			
X02.03		0,754			
X02.04		0,754			
X02.05		0,754			
X02.06		0,754			
X02.07		0,754			
X02.08		0,754			
X03.01			0,754		
X03.02			0,754		
X03.03			0,754		
X03.04			0,754		
X03.05			0,754		
X03.06			0,754		
X03.07			0,754		
X03.08			0,754		
X03.09			0,754		
X03.10			0,754		
X03.11			0,754		
X03.12			0,754		

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X0 2.0 1		0,746			
X0 2.0 2		0,758			
X0 2.0 3		0,754			
X0 2.0 4		0,746			
X0 2.0 5		0,785			
X0 2.0 6		0,759			
X0 2.0 7		0,753			
X0 2.0 8		0,793			
X0 3.0 1			0,756		
X0 3.0 2			0,789		
X0 3.0 3			0,752		
X0 3.0 4			0,730		
X0 3.0 5			0,820		
X0 3.0 6			0,764		

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X0 3.0 7			0,746		
X0 3.0 8			0,761		
X0 3.0 9			0,790		
X0 3.1 0			0,834		
X0 3.1 1			0,780		
X0 3.1 2			0,768		
Y0 1.0 1				0,837	
Y0 1.0 2				0,831	
Y0 1.0 3				0,806	
Y0 1.0 4				0,808	
Y0 1.0 5				0,774	
Y0 1.0 6				0,821	
Z0 1.0 1					0,811
Z0 1.0 2					0,778

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
Z0 1.0 3					0,779
Z0 1.0 4					0,785
Z0 1.0 5					0,811
Z0 1.0 6					0,815
Z0 1.0 7					0,793
Z0 1.0 8					0,804

Average Variance Extracted (AVE)

	Cronbach's Alpha	rho A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1 Persepsi Kemudahan	0,877	0,879	0,907	0,619
X2 Persepsi Manfaat	0,897	0,897	0,917	0,581
X3 Financial Literacy	0,939	0,941	0,947	0,600
Y1 Penggunaan Bank Digital	0,897	0,898	0,921	0,661
Z1 Kepercayaan	0,918	0,919	0,933	0,636

Discriminant Validity

a. Fornell-Larcker Criterion

	X1 Persepsi Kemudah an	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financia l Literacy	Y1 Penggunaa n Bank Digital	Z1 Keper cayaa n
X1 Persepsi Kemudaha n	0,787				
X2 Persepsi Manfaat	0,551	0,762			
X3 Financial Literacy	0,528	0,579	0,775		
Y1 Penggunaa n Bank Digital	0,706	0,698	0,663	0,813	
Z1 Kepercayaa n	0,546	0,548	0,550	0,696	0,797

b. Cross Loading

	X1 Persepsi Kemudaha n	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Keperc ayaan
X0 1.0 1	0,811	0,469	0,469	0,588	0,461
X0 1.0 2	0,820	0,496	0,437	0,614	0,465
X0 1.0 3	0,768	0,407	0,414	0,533	0,407
X0 1.0 4	0,791	0,429	0,386	0,526	0,447
X0 1.0 5	0,741	0,395	0,372	0,514	0,395

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X0 1.0 6	0,787	0,397	0,410	0,549	0,399
X0 2.0 1	0,391	0,746	0,392	0,551	0,394
X0 2.0 2	0,408	0,758	0,502	0,517	0,475
X0 2.0 3	0,389	0,754	0,459	0,521	0,435
X0 2.0 4	0,370	0,746	0,440	0,498	0,366
X0 2.0 5	0,461	0,785	0,400	0,540	0,410
X0 2.0 6	0,463	0,759	0,445	0,546	0,438
X0 2.0 7	0,457	0,753	0,434	0,515	0,418
X0 2.0 8	0,419	0,793	0,455	0,564	0,395
X0 3.0 1	0,289	0,446	0,756	0,444	0,401
X0 3.0 2	0,444	0,492	0,789	0,544	0,394
X0 3.0 3	0,451	0,519	0,752	0,574	0,519
X0 3.0 4	0,346	0,388	0,730	0,444	0,425
X0 3.0 5	0,453	0,441	0,820	0,536	0,406

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X0 3.0 6	0,394	0,386	0,764	0,533	0,387
X0 3.0 7	0,437	0,439	0,746	0,528	0,410
X0 3.0 8	0,430	0,493	0,761	0,559	0,462
X0 3.0 9	0,441	0,460	0,790	0,540	0,432
X0 3.1 0	0,483	0,515	0,834	0,567	0,485
X0 3.1 1	0,348	0,413	0,780	0,390	0,363
X0 3.1 2	0,339	0,343	0,768	0,442	0,379
Y0 1.0 1	0,621	0,588	0,525	0,837	0,545
Y0 1.0 2	0,586	0,607	0,624	0,831	0,560
Y0 1.0 3	0,567	0,590	0,537	0,806	0,567
Y0 1.0 4	0,618	0,584	0,533	0,808	0,566
Y0 1.0 5	0,526	0,500	0,463	0,774	0,619
Y0 1.0 6	0,519	0,528	0,547	0,821	0,541
Z0 1.0 1	0,459	0,425	0,402	0,561	0,811

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
Z0 1.0 2	0,396	0,428	0,413	0,533	0,778
Z0 1.0 3	0,430	0,397	0,425	0,525	0,779
Z0 1.0 4	0,409	0,465	0,444	0,541	0,785
Z0 1.0 5	0,414	0,403	0,418	0,573	0,811
Z0 1.0 6	0,518	0,437	0,489	0,575	0,815
Z0 1.0 7	0,408	0,486	0,475	0,590	0,793
Z0 1.0 8	0,444	0,448	0,432	0,535	0,804

c. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X1 Persepsi Kemudahan					
X2 Persepsi Manfaat	0,619				
X3 Financial Literacy	0,575	0,625			
Y1 Penggunaan Bank Digital	0,793	0,776	0,714		

	X1 Persepsi Kemudah an	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financia l Literacy	Y1 Pengguna an Bank Digital	Z1 Keper cayaa n
Z1 Kepercayaa n	0,607	0,602	0,586	0,767	

Reliabilitas Konstruk

d. Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composi te Reliabili ty	Average Variance Extracted (AVE)
X1 Persepsi Kemudahan	0,877	0,879	0,907	0,619
X2 Persepsi Manfaat	0,897	0,897	0,917	0,581
X3 Financial Literacy	0,939	0,941	0,947	0,600
Y1 Penggunaan Bank Digital	0,897	0,898	0,921	0,661
Z1 Kepercayaan	0,918	0,919	0,933	0,636

e. Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Compos ite Reliabili ty	Average Variance Extracted (AVE)
X1 Persepsi Kemudahan	0,877	0,879	0,907	0,619
X2 Persepsi Manfaat	0,897	0,897	0,917	0,581
X3 Financial Literacy	0,939	0,941	0,947	0,600
Y1 Penggunaan Bank Digital	0,897	0,898	0,921	0,661
Z1 Kepercayaan	0,918	0,919	0,933	0,636

Koefisien Determinasi (R², F², Q²)

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Y1 Penggunaan Bank Digital	0,723	0,715
Z1 Kepercayaan	0,428	0,416

Hasil Uji *Effect Size*

	X1 Persepsi Kemudahan	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financial Literacy	Y1 Penggunaan Bank Digital	Z1 Kepercayaan
X1 Persepsi Kemudahan				0,196	0,081
X2 Persepsi Manfaat				0,138	0,061
X3 Financial Literacy				0,079	0,073
Y1 Penggunaan Bank Digital					
Z1 Kepercayaan				0,157	

Hasil Uji Predictive Relevance (Q²)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
X1 Persepsi Kemudahan	942,000	942,000	
X2 Persepsi Manfaat	1256,000	1256,000	
X3 Financial Literacy	1884,000	1884,000	
Y1 Penggunaan Bank Digital	942,000	524,933	0,443
Z1 Kepercayaan	1256,000	935,639	0,255

Multikolinearitas (Inner VIF)

	X1 Persepsi Kemudah an	X2 Persepsi Manfaat	X3 Financia l Literacy	Y1 Pengguna an Bank Digital	Z1 Keper cayaa n
X1 Persepsi Kemudaha n				1,716	1,587
X2 Persepsi Manfaat				1,825	1,721
X3 Financial Literacy				1,784	1,662
Y1 Pengguna an Bank Digital					
Z1 Kepercayaa n				1,747	

SRMR

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,052	0,052
d_ ULS	2,240	2,240
d_ G	1,110	1,110
Chi-Square	896,105	896,105
NFI	0,803	0,803

Signifikansi Jalur Secara Langsung

	Origin al Sample (O)	Sampl e Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STD EV)	P Va lue s
X1 Persepsi Kemudahan -> Y1	0,305	0,301	0,086	3,552	0,000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Penggunaan Bank Digital					
X1 Persepsi Kemudahan -> Z1 Kepercayaan	0,272	0,276	0,106	2,566	0,011
X2 Persepsi Manfaat -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,264	0,264	0,066	4,005	0,000
X2 Persepsi Manfaat -> Z1 Kepercayaan	0,245	0,243	0,077	3,197	0,001
X3 Financial Literacy -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,198	0,202	0,071	2,771	0,006
X3 Financial Literacy -> Z1 Kepercayaan	0,264	0,262	0,087	3,044	0,002
Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,276	0,272	0,067	4,120	0,000

Signifikansi Jalur Secara Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 Persepsi Kemudahan -> Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,075	0,076	0,036	2,054	0,040
X2 Persepsi Manfaat -> Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,067	0,067	0,028	2,377	0,018
X3 Financial Literacy -> Z1 Kepercayaan -> Y1 Penggunaan Bank Digital	0,073	0,071	0,029	2,531	0,012

Lampiran 4 Bebas Plagiasi

2/12/26, 12:29 PM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Putri Yulia Salsabilla
NIM : 220501110002
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, PERSEPSI MANFAAT DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGGUNAAN BANK DIGITAL DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA MALANG TAHUN 2026**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
16%	12%	5%	10%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Februari 2026

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan

2/12/26, 1:13 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 220501110002
Nama : Putri Yulia Salsabilla
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, PERSEPSI MANFAAT DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP PENGGUNAAN BANK DIGITAL DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	22 September 2025	1. Bimbingan terkait judul 2. menambahkan judul dengan minimal 5 variabel 3. bimbingan dengan membahas pengajuan antara afirmasi dan skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	24 September 2025	- mencari jurnal internasional dan sinta - Menambahkan jurnal di penelitian terdahulu - menambahkan grand theory	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	1 Oktober 2025	- Menambahkan data preferensi perbandingan penggunaan bank digital antara gen z dan milenial - menambahkan latar belakang minim 10 halaman - mencari data populasi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	17 Oktober 2025	- Menambah latar belakang menjafi 12 halaman - menambahkan model di setiap grand teori - memperbaiki sumber di data yang berada di latar belakang	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	6 November 2025	Bimbingan terkait ppt sempro	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	27 November 2025	Revisi proposal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	5 Desember 2025	Bimbingan kuisioner penelitian	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	20 Januari 2026	- Bimbingan jurnal ecogent - Bimbingan bab 4 dan 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

<https://accessfe.uin-malana.ac.id/print/bimbinaan/2090>

1/2

9	12 Februari 2026	• Bimbingan cek hasil bab 1-5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	15 Februari 2026	• Bimbingan ppt sidang	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 15 Februari 2026

Dosen Pembimbing



Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

Lampiran 6 Biodata

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Putri Yulia Salsabilla

Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 05 Juli 2004

Alamat Asal : Sendangharjo, Brondong, Lamongan

Alamat Domisili : Mencorek, Sendangharjo, Brondong, Lamongan

Telepon/Hp : 081232071008

Email : putriyuliasalsabilla@gmail.com

Pendidikan Formal

2022-2025 : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Uin Maulana
Maliki Ibrahim Malang

2019-2022 : MA Al-ishlah Sendangagung, Paciran

2016-2019 : SMPM 12 Sendangagung, Paciran

2010-2016 : SDN II Sedayulawas

Pendidikan Non Formal

2023-2024 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI) UIN
Maulana Malik Ibrahim Malang

2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan bahasa Arab (PKPBA) UIN
Maulana Malik Ibrahim Malang