

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, KEMUDAHAN  
PROSEDUR, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
DI BANK DIGITAL DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERATING**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**KIKI AZKIYAH  
NIM. 1917202054**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI ISLAM DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kiki Azkiyah  
NIM : 1917202054  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan  
Prosedur, dan Keamanan Terhadap Keputusan  
Menabung di Bank Digital dengan Religiusitas  
sebagai Variabel Moderating

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 4 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



Kiki Azkiyah

NIM. 1917202054

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Kiki Azkiyah 1917202054 yang berjudul:

**Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamua'laikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 4 Mei 2023

Pembimbing,



Muhammad Ash-Shiddiqy, M.E.

NIP. 199503142020121010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, KEMUDAHAN PROSEDUR  
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK  
DIGITAL DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

Yang disusun oleh Saudara **Kiki Azkiyah NIM 1917202054** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **13 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Miftaakhul Amri, S. Sy., M.H.  
NIP. 19920912 202012 1 012

Pembimbing/Penguji

Muhammad Ash-Shiddiqy, M.E.  
NIP. 19950314 202012 1 010

Purwokerto, 28 Juli 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## MOTTO

“Barang siapa menginginkan kebahagiaan didunia maka haruslah dengan ilmu,  
barang siapa yang menginginkan kebahagiaan di akhirat haruslah dengan ilmu,  
dan barang siapa yang menginginkan kebahagiaan pada keduanya maka haruslah  
dengan ilmu”

(HR. Ibn Asakir)



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, KEMUDAHAN  
PROSEDUR, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
DI BANK DIGITAL DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERATING**

**Kiki Azkiyah**

**1917202054**

**Email: kikiazkiyah163@gamil.com**

**Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

**Abstrak**

Perkembangan teknologi dirasakan seluruh sektor kehidupan termasuk pada sektor jasa keuangan dan perbankan. Layanan berbasis digital gencar dilakukan lembaga perbankan mengikuti preferensi masyarakat yang terus condong dalam melakukan transaksi secara swalayan dengan memanfaatkan fitur saluran digital via internet. Pesatnya pertumbuhan bank digital di Indonesia menjadikan nilainya terus tumbuh positif dan solid pada sisi penghimpunan dana pihak ketiga (DPK). Keputusan dalam menggunakan layanan digital dapat dipengaruhi beberapa faktor baik berasal dari faktor psikologis, faktor pribadi maupun faktor sosial.

Penelitian ini memfokuskan apakah faktor literasi keuangan digital, kemudahan prosedur dan keamanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di bank digital dan apakah religiusitas dapat memoderasi literasi keuangan digital, kemudahan prosedur, dan keamanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 dan menggunakan 3 variabel independen yaitu literasi keuangan digital, kemudahan prosedur dan keamanan serta satu variabel moderating yaitu religiusitas. Teknik analisis yang digunakan adalah *Moderated Regresion Analipsis* (MRA).

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel literasi keuangan digital, dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank digital sedangkan variabel kemudahan prosedur tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung. Kemudian Religiusitas tidak dapat memoderasi literasi keuangan digital, kemudahan prosedur dan keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital.

**Kata kunci: Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, Keamanan, Keputusan, Religiusitas.**

**EFFECTS OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, PROCEDURAL  
CONVENIENCE AND SECURITY ON DIGITAL BANK SAVINGS  
DECISIONS WITH RELIGION AS A MODERATING VARIABLE**

**Kiki Azkiyah  
1917202054**

**E-mail: kikiazkiyah163@gamil.com**

**Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

**Abstract**

Technological developments can be felt in all areas of life, including the financial and banking services sector. Digital-based services are widely used by banking institutions to cater to the preferences of the public, who continue to prefer self-service transactions through the use of Internet digital channel capabilities. The rapid growth of digital banks in Indonesia means that their value in terms of third-party financing (DPK) continues to grow aggressively and steadily. Decisions to use digital services may be influenced by a variety of factors, including psychological, personal and social.

This study focuses on whether digital financial literacy, procedural convenience, and security factors affect customers' savings decisions in digital banks, and whether religious beliefs inhibit digital financial literacy, procedural convenience, and security on customers' savings decisions in digital banks. This study adopts the quantitative method of non-probability sampling technique and directional sampling method, the total number of samples is 100, and uses three independent variables, namely, digital financial literacy, procedural convenience and security, and one moderator variable, namely religious belief. Moderated regression analysis (MRA) was used as the analysis technique.

The results of this study show that the variables digital financial literacy and security have an effect on the savings decision in digital banking, while the variable procedural convenience has no effect on the savings decision. Religion then fails to moderate digital financial literacy, procedural convenience, and security of digital bank savings decisions.

**Keywords: digital financial literacy, procedural convenience and security, decision-making, religious belief.**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ĥ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

## 2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

ع د ة	Ditulis	'iddah
-------	---------	--------

## 3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة لغير	Ditulis	zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

## 4. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	a
اِ	Kasrah	Ditulis	i
اُ	Dammah	Ditulis	u

## 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كري م	Ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furûd

## 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

## 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating".

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan tenaga, dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. In Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Muhammad Ash-Shiddiqy, M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala arahan bimbingan dan waktu yang telah diberikan. Semoga selalu diberikan perlindungan oleh Allah SWT.
11. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
13. Kedua orang tua tercinta Bapak Nurofiq dan Ibu Jamilah yang telah merawat, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis, serta dukungan dan doa-doanya yang tidak pernah putus selama ini. Terimakasih banyak semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan perlindungan, kesehatan dan rezeqi yang berlimpah oleh Allah.
14. Kakak tersayang Ayu Aini Rifqi yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Untuk teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah B angkatan 2019, terimakasih atas kebersamaan selama kurang lebih 4 tahun dalam keadaan suka maupun duka.
16. Teman-teman Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, terimakasih karena sudah memberikan pengalaman berorganisasi semasa kuliah.
17. Teman-teman KSPPS IBiL Purwokerto Tahun 2021-2022, terimakasih karena sudah menjadi bagian keluarga yang baik dan banyak belajar perbankan.
18. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritikan yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan nikmat-Nya pada kita semua.

Purwokerto, 4 Mei 2023

Kiki Azkiyah

1917202054



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
B. Kajian Teori.....	15
C. Landasan Teologis .....	28
D. Model Pemikiran .....	30
E. Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian .....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	36
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	38

F. Analisis Data Penelitian .....	40
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Bank Digital di Indonesia.....	46
B. Karakteristik Responden.....	58
C. Hasil Penelitian .....	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
A. Simpulan.....	90
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

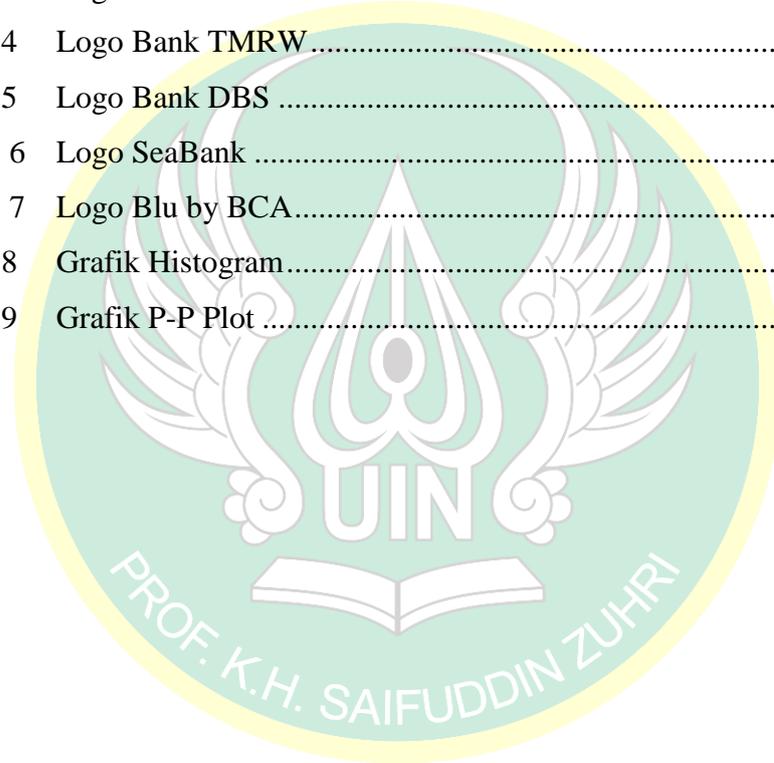


## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.2	Umur Responden .....	58
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	59
Tabel 4.4	Penghasilan Perbulan.....	59
Tabel 4.5	Pekerjaan .....	60
Tabel 4.6	Bank Digital yang Digunakan .....	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas Literasi Keuangan Digital .....	70
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas Kemudahan Prosedur.....	70
Tabel 4.14	Hasil Uji Linieritas Keamanan .....	71
Tabel 4.15	Hasil Uji t .....	72
Tabel 4.16	Hasil Uji F .....	73
Tabel 4.17	Hasil Uji $R^2$ ( <i>Coefficients</i> Determinasi).....	73
Tabel 4.18	Hasil Uji Model 2 Literasi Keuangan Digital.....	74
Tabel 4.19	Hasil Uji Model 3 Literasi Keuangan Digital.....	75
Tabel 4.20	Hasil Uji Model 2 Kemudahan Prosedur.....	75
Tabel 4.21	Hasil Uji Model 3 Kemudahan Prosedur.....	76
Tabel 4.22	Hasil Uji Model 2 Keamanan .....	77
Tabel 4.23	Hasil Uji Model 3 Keamanan .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Penggunaan Teknologi tahun 2021 .....	2
Gambar 1.2	Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital (Mei 2022).....	3
Gambar 1.3	Bank Digital Paling Banyak di Gunakan di Indonesia.....	4
Gambar 1.4	Hasil Survey SNLIK OJK, 2022 .....	5
Gambar 4.1	Logo Bank Jago .....	47
Gambar 4.2	Gambar Logo Bank Jenius .....	49
Gambar 4.3	Logo Bank Neo Commerce .....	51
Gambar 4.4	Logo Bank TMRW.....	53
Gambar 4.5	Logo Bank DBS .....	54
Gambar 4. 6	Logo SeaBank .....	56
Gambar 4. 7	Logo Blu by BCA.....	57
Gambar 4.8	Grafik Histogram.....	66
Gambar 4.9	Grafik P-P Plot .....	66



# BAB I

## PENDAHULUAN

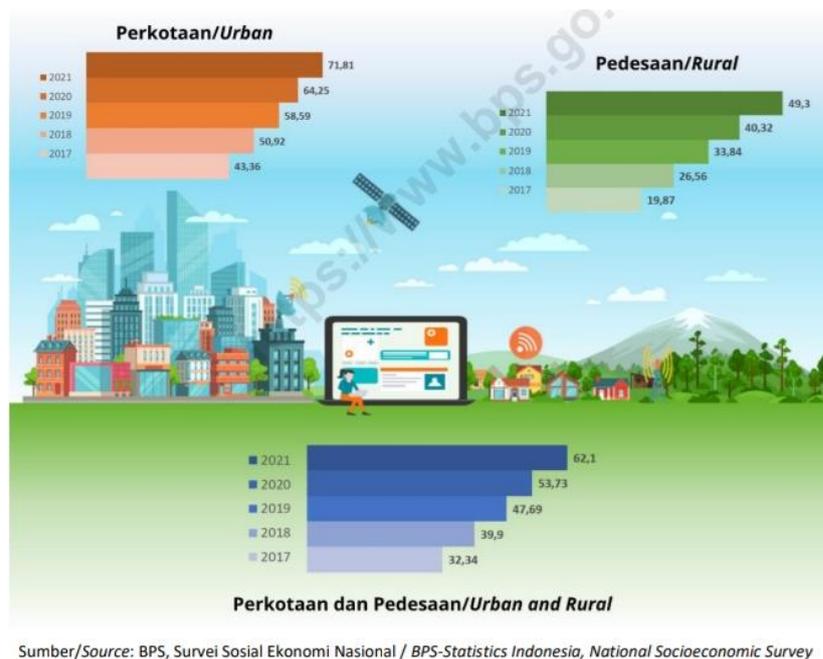
### A. Latar Belakang Masalah

Bank mencakup perusahaan seperti bank komersial, asosiasi simpan dan pinjam, bank multisimpanan dan koperasi kredit (*credit union*). Operasional kegiatan bank pada mulanya hanya sebatas tempat untuk penukaran uang namun karena berjalan waktu bank mengalami berbagai kemajuan dengan menghadirkan berbagai produk yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Hery, 2020: 2). Bank menjadi lembaga intermediasi yang memiliki tujuan utama sebagai penunjang pembangunan nasional melalui peningkatan pemerataan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional sehingga lembaga perbankan dalam menjalankan fungsinya harus benar.

Lembaga perbankan saat ini terus mengalami perkembangan dan pertumbuhan kearah positif. Lembaga perbankan konvensional maupun syariah terus berupaya menciptakan dan mengembangkan strategi guna bersaing dalam menghadapi berbagai tantangan mendatang. Dampak perkembangan teknologi dirasakan seluruh sektor kehidupan termasuk pada sektor jasa keuangan dan perbankan. Kemajuan teknologi dilihat dari meningkatnya fitur-fitur yang semakin memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya secara mudah dan cepat. Layanan berbasis digital saat ini sedang gencar dilakukan lembaga perbankan mengikuti preferensi nasabah yang terus condong dalam melakukan transaksi secara swalayan dengan memanfaatkan fitur saluran digital via internet.

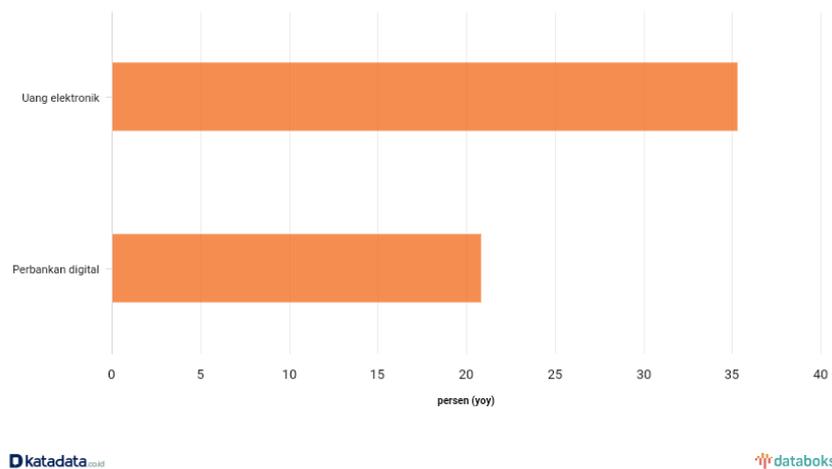
Badan Pusat Statistik melalui hasil survei perkembangan penggunaan teknologi 2021 menyatakan penggunaan teknologi saat ini

semakin mengalami peningkatan baik di perkotaan maupun perdesaan. Gambar 1.1 merupakan data perkembangan penggunaan teknologi. Pada tahun 2020, sejumlah penduduk yang berusia 5 tahun ke atas menyatakan pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir dengan presentase sekitar 53,73% dan pada tahun 2021 meningkat sebesar 62,10%. (Badan Pusat Statistik, 2021).



Gambar 1.1 Perkembangan Penggunaan Teknologi tahun 2021

Menurut laporan Bank Indonesia telah terjadi perkembangan secara pesat pada transaksi ekonomi dan keuangan digital hal tersebut sejalan dengan penerimaan dan minat masyarakat untuk berbelanja secara daring, pengembangan sistem layanan pembayaran digital serta percepatan *digital banking*. Hal tersebut dapat dilihat pada transaksi perbankan digital yang nilainya tumbuh sebesar 20,82% (yoy) ke Rp 3,7667 triliun. (Bank Indonesia, 23 Juni 2022)



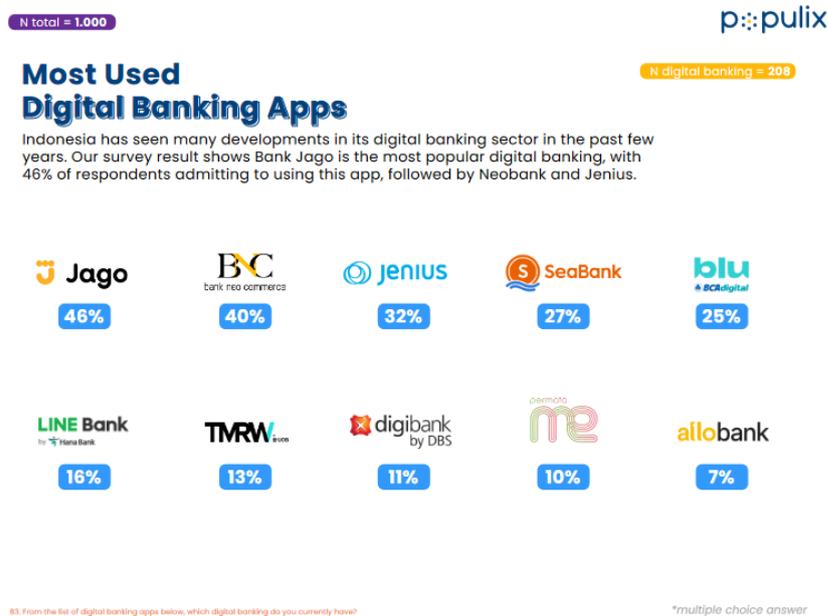
Gambar 1.2 Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital (Mei 2022)

Hal tersebut menjadi bukti bahwa penyebaran transaksi perbankan digital akan terus berlanjut sejalan dengan tren layanan perbankan yang mengarah ke perbankan digital. Adanya tuntutan publik akan layanan keuangan yang cepat dan efisien menjadi tuntutan perbankan untuk melakukan akselerasi digital yang menjadikan adanya transformasi digital pada sektor perbankan. Menurut survey PwC Indonesia (2018) mengenai perbankan digital terhadap bank-bank di Indonesia pada 2018, terungkap bahwa bank-bank telah menjadikan strategi digital sebagai bagian dari strategi perusahaan (Simatupang, 2021: 10) Salah satu bentuk layanan digital pada perbankan adalah dengan menghadirkan Bank Digital.

Berdasarkan peraturan OJK nomor 12/PJOK.03/2021 disebutkan bahwa bank digital merupakan bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama lewat saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik terbatas. Bank digital sangat membantu masyarakat dalam memberikan kemudahan bertransaksi dimanapun dan kapanpun. Nasabah dapat melakukan transaksi tanpa batasan wilayah dan waktu. Bank digital memiliki fitur layanan yang lebih luas dibanding e-banking. Nasabah Bank

Digital akan melakukan pengoperasionalan secara mandiri tanpa dilayani oleh petugas (*self service*).

Pesatnya pertumbuhan bank digital di Indonesia menjadikan nilainya terus tumbuh positif dan solid pada sisi penghimpunan dana pihak ketiga (DPK). Bank digital yang hadir di Indonesia antara lain seperti Bank Jago, Jenius, Neo Bank, TMRW, Digibank by DBS, Sea Bank, Blu by BCA. Menurut survey Populix, aplikasi bank digital terpopuler pada Mei 2022 adalah sebagai berikut: (Populix, 2022)



Gambar 1.3 Bank Digital Paling Banyak di Gunakan di Indonesia

Dilansir pada laman publikasi Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) PRESS-29/SEKL/2022 disebutkan bahwa jumlah rekening simpanan bank digital nilainya meningkat mencapai mencapai 38,2 juta rekening pada Mei 2022 atau meningkat 8.238,4 persen YoY. Selain itu nominal simpanan bank digital juga menunjukkan peningkatan meskipun tidak secepat peningkatan jumlah akun. Per Mei 2022, nominal simpanan pada bank digital mencapai Rp49,3 triliun atau meningkat 58,1 persen YoY (LPS, 2022) Keputusan dalam menggunakan layanan digital dapat dipengaruhi beberapa faktor baik berasal dari faktor psikologis, faktor

pribadi maupun faktor sosial. Dalam penelitian ini menggunakan faktor psikologis yang dioperasionalkan oleh variabel pengetahuan literasi keuangan digital, faktor pribadi atau situasional dioperasionalkan oleh kemudahan prosedur dan keamanan. Sirait & Sinaga (2020) keputusan nasabah untuk menabung dapat dipengaruhi oleh adanya suatu keinginan dan kebutuhan. Keinginan dan kebutuhan nasabah untuk melakukan proses putusan membeli produk atau jasa perbankan akan membutuhkan cukup waktu sebelum memberikan keputusan. Pemahaman literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank digital.



Gambar 1.4 Hasil Survey SNLIK OJK, 2022

Berdasarkan hasil Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan atau SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68% mengalami kenaikan dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03%. *Organization for Economic Coperation and Developmen* (OECD) mengemukakan bahwa literasi keuangan digital dapat mempengaruhi perilaku keuangan karena layanan keuangan digital dapat meningkatkan beberapa aspek seperti kenyamanan dan lamanya waktu transaksi, varian penyedia, varian layanan, dan transaksi bermanfaat lainnya. Thohari & Hakim (2021) literasi keuangan dianggap sebagai pengetahuan dan keterampilan dalam memanajemen keuangan dimana hal tersebut sangat penting dalam memberikan sebuah keputusan keuangan

yang tepat. Penelitian yang dilakukan Gathergood dalam P. D. Wardani & Susanti (2019) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan seseorang akan berdampak pada permasalahan keuangan. Literasi keuangan diperlukan untuk membuat keputusan keuangan sehingga kesejahteraan akan tercapai.

Penelitian yang dilakukan Delista (2021) menunjukan hasil bahwa variabel literasi keuangan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Ini berarti apabila semakin besar tingkat literasi keuangan yang dimiliki nasabah maka semakin kuat pula pengaruhnya terhadap keputusan untuk menabung. Dengan begitu meningkatkan literasi keuangan akan menimbulkan sikap yang baik dalam mengelola keuangan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu dkk (2021) dimana literasi keuangan tidak signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan kontribusi terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung. Pemahaman literasi yang meningkat juga belum tentu meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung.

Selanjutnya faktor yang menentukan keputusan nasabah untuk menabung merupakan kemudahan prosedur. Bala & Haryanto (2021) keputusan menabung seringkali di pengaruhi oleh kemudahan prosedur yang diberikan lembaga perbankan, sehingga peran kemudahan prosedur mempengaruhi keputusan menabung. Kemudahan prosedur menjadi salah satu faktor nasabah dalam memberikan keputusan untuk menggunakan suatu barang atau produk. Menurut penelitian yang dilakukan Bala & Haryanto (2021) mengatakan bahwa kemudahan prosedur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. penelitian ini berlainan dengan penelitian yang Rendy Putra Pradwita dkk (2020) yang menunjukan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk atau jasa.

Perkembangan teknologi yang semakin cepat memunculkan berbagai bentuk ancaman baru. Ancaman kini dapat terjadi di dunia virtual atau biasa dikenal dengan istilah *cyber*. Dianta & Zusrony, (2019) menyebutkan beberapa kasus *cyber crime* melalui media sosial dan internet merupakan kejahatan yang dilakukan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab hal tersebut selain merugikan pribadi juga mengganggu *national security*. Transaksi keuangan digital yang semakin mudah dan praktis perlu diimbangi dengan pemahaman akan adanya keamanan data pribadi. Upaya perlindungan data pribadi nasabah merupakan prioritas utama lembaga perbankan yang harus dijaga. Keamanan merupakan upaya yang diberikan lembaga perbankan guna menjamin rasa aman dan rasa percaya nasabah yang menitipkan dananya. Pada penelitian yang dilakukan Setianto dkk., (2022) menunjukkan hasil bahwa keamanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Keputusan nasabah menabung karena ingin mendapatkan keamanan untuk uang yang disimpan. Masyarakat akan merasa aman dan tenang saat menabung karena risiko dapat diminimalisir dengan menabung di bank. Namun fenomena ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Prihanto (2017) dimana dalam penelitiannya menyebutkan bahwa variabel jaminan keamanan di bank syariah tidak terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih menabung di bank syariah. Apabila dilihat dari segi teori seharusnya jaminan dapat memberikan dampak keputusan masyarakat untuk menabung sebab keamanan yang lemah akan mempertinggi risiko yang diterima masyarakat.

Religiusitas merupakan tingkat keteguhan individu terhadap agama atau keyakinan yang dianutnya. Religiusitas seseorang ditunjukkan dari sikap, perilaku serta komitmen yang dicerminkan dalam sikap dan tindakan (Mahardika, 2019). Religiusitas erat dengan dorongan individu dalam melakukan tindakan partisipatif dan terlibat pada suatu keputusan. Religiusitas seseorang berbeda satu sama lain. Isnaini (2020) mengatakan

bahwa terdapat hubungan antara tingkat kepercayaan atau keyakinan seseorang dalam perilaku ekonomi. Nurmaeni dkk (2020) Perilaku ekonomi di tentukan oleh kualitas religiusitas seseorang yang kemudian membentuk sebuah kecondongan dalam berperilaku konsumsi dan produksi di pasar. Perspektif itu juga berpengaruh terhadap perilaku menabung. Teori ini didukung penelitian yang dilakukan Alfani & Rifa (2022) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas nasabah terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Namun pada penelitian yang dilakukan Rachmatullah (2020) menunjukkan hasil bahwa tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hasil ini memberikan pengertian bahwa pengambilan keputusan untuk menabung di bank syariah tidak didasarkan pada tingkat religiusitas yang dimiliki. Hal ini dapat terjadi apabila seseorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi namun tidak memiliki uang untuk ditabung maka keputusan menabung tidak bisa terpenuhi.

Pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan digital diikuti dengan segala kemudahan dan keamanannya tentu akan memberikan pengaruh pada keputusan individu untuk melakukan keputusan menabung. Berdasarkan landasan teori, fenomena serta kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) serta mengasumsikan pada kondisi sebenarnya menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating” Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan menambahkan religiusitas atau tingkat keimanan individu sebagai variabel moderating.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital?

2. Apakah kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital?
3. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital?
4. Apakah literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap keputusan menabung melalui religiusitas sebagai variabel moderating?
5. Apakah kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan menabung melalui religiusitas sebagai variabel moderating?
6. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung melalui religiusitas sebagai variabel moderating?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
  - a. Untuk mengetahui pengaruh positif literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung di bank digital
  - b. Untuk mengetahui pengaruh positif kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung di bank digital
  - c. Untuk mengetahui pengaruh positif keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital
  - d. Untuk mengetahui religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung
  - e. Untuk mengetahui religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung
  - f. Untuk mengetahui religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi keamanan terhadap keputusan menabung
2. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
  - a. Manfaat Praktis
    - 1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat membantu penulis dalam menambah pemahaman dan ilmu pengetahuan tentang bagaimana pengaruh literasi keuangan digital, kemudahan prosedur, dan keamanan

dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Serta sebagai bentuk pengaplikasian teori-teori penulis selama perkuliahan.

#### 2) Bagi Perbankan

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau pertimbangan bagi lembaga perbankan dalam mempertahankan atau memperbaiki kualitas layanan bank digital sehingga dapat menjadi penentu kebijakan kedepan.

#### 3) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau referensi penelitian selanjutnya serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

#### b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yang diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan sehingga dapat menjadi referensi atau landasan pada penelitian berikutnya.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian ini guna sebagai rujukan. Penelitian dengan judul “Peranan *Consumer Knowledge* dan Kemudahan Prosedur terhadap Kepuasan dan Keputusan Menabung di PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen” dari Bala & Haryanto pada tahun 2021 menggunakan metode survey online dengan teknik analisis yang digunakan berupa uji instrument, analisis jalur, koefisien korelasi, uji parsial (t), uji serempak (F) dan uji koefisien determinasi dengan hasil penelitian bahwasanya *consumer knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, Kemudahan prosedur berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan menabung. Selain itu pada pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan secara bersama-sama bahwa *consumer knowledge*, kemudahan prosedur dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen (Bala & Haryanto, 2021)

Jurnal penelitian oleh Rahmat Setianto pada tahun 2022 dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Sistem Layanan, Tingkat Suku Bunga, Keamanan, terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung (Studi Kasus PT. BPR Dharma Nagari)” Penelitian menggunakan metode analisis regresi berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sistem layanan menabung tidak berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan nasabah dalam menabung, tingkat suku bunga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung, dan variabel keamanan berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah dalam menabung (Setianto dkk., 2022)

Jurnal penelitian dari Ahmad Faturrahman tahun 2019 dengan judul penelitian “Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank

Syariah”. Pada penelitian ini menggunakan metode uji regresi linier sederhana. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikansi antara Religiusitas terhadap keputusan menabung (Faturrahman, 2019)

Jurnal penelitian yang dilakukan Delista Ekayanti pada tahun 2021 penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR Artha Sukapura Tasikmalaya” Pada penelitian tersebut menggunakan teknik penelitian uji regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, sedangkan variabel lainnya yaitu literasi keuangan, tingkat pendapatan, dan persepsi suku bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung variabel literasi keuangan menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. (Delista, 2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Jontro Simanjuntak tahun 2017 dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Prosedur Kemudahan Menggadai Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggadai Barang (Studi Kasus Nasabah PT Pegadaian Kota Batam). Penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi ganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kemudahan prosedur terhadap keputusan nasabah menggadai barang di PT Pegadaian (Simanjuntak, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Adhi Kurniawan C., dkk pada tahun 2021 dengan judul penelitian yaitu Pengaruh *E-service Quality* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Marketplace* Tokopedia (Studi Kasus *Seller* Tokopedia). Penelitian ini menggunakan teknik uji analisis regresi linier berganda dengan tipe penelitian *explanatory research*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara pengujian parsial variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa, variabel *e-service* berpengaruh positif terhadap

keputusan. Adapun secara simultan *e-service* dan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. (Kurniawan dkk., 2021)

Penelitian yang dilakukan Muhammad Zuhriyan dan Nurlinda tahun 2018. Dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. Penelitian menggunakan uji analisis regresi linier berganda dengan tipe penelitian kausal. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, sedangkan persepsi nasabah tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan. Pengujian secara simultan dilakukan dan hasilnya menunjukan bahwa secara bersama-sama variabel religiusitas dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Berikut ini merupakan tabel perbandingan penelitian terdahulu yang berisi identitas penelitian, persamaan, perbedaan dan hasil penelitian.

**Tabel 2.1 Kajian Pustaka**

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Peranan <i>Counsumer Knowledge</i> dan Kemudahan Prosedur terhadap Kepuasan dan Keputusan Menabung di PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen (Bala & Haryanto, 2021)	Menggunakan variabel independen kemudahan prosedur dan variabel dependen keputusan menabung	Tidak menggunakan variabel literasi keuangan digital dan keamanan. Objek penelitian yang digunakan di PT BKK Jawa Tengah cabang Sragen, tempat dan waktu penelitian	Kemudahan prosedur berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung di PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen

			berbeda.	
2.	Pengaruh Sistem Layanan, Tingkat Suku Bunga, Keamanan, terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung (Studi Kasus PT. BPR Dharma Nagari) (Setianto dkk., 2022)	Menggunakan variabel independen keamanan, dan variabel dependen keputusan menabung	Tidak menggunakan variabel literasi keuangan digital dan kemudahan prosedur. Objek penelitian yang digunakan di PT BPR Dharma Nagari, tempat dan waktu penelitian berbeda	Hasil penelitian menunjukkan variabel kemanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Jika keamanan menabung meningkat maka keputusan nasabah untuk menabung juga meningkat di BPR Dharma Nagari
3.	Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Faturrahman, 2019)	Menggunakan variabel independen religiusitas variabel dependen keputusan menabung	Objek penelitian dan waktu penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung
4.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR Artha Sukapura Tasikmalaya (Delista. 2021)	Variabel independen literasi keuangan dan variabel dependen keputusan menabung	Tidak menggunakan variabel kemudahan prosedur dan keamanan. Objek penelitian yang digunakan di PT BPR Artha Sukapura Tasikmalaya, tempat dan	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung

			waktu penelitian berbeda	
5.	Pengaruh Prosedur Kemudahan Menggadai Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggadai Barang (Studi Kasus Nasabah PT Pegadaian Kota Batam) (Simanjuntak, 2017)	Menggunakan variabel independen kemudahan prosedur dan variabel dependen keputusan	Tidak menggunakan variabel literasi keuangan digital dan keamanan. Objek, tempat dan waktu penelitian berbeda	Variabel kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggadai barang di PT Pegadaian.
6.	Pengaruh <i>E-service Quality</i> dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa <i>Marketplace</i> Tokopedia (Studi Kasus <i>Seller</i> Tokopedia) (Kurniawan dkk., 2021)	Menggunakan variabel independen keamanan dan variabel dependen keputusan	Tidak menggunakan variabel literasi keuangan digital dan kemudahan prosedur. Objek, tempat dan waktu penelitian berbeda	Secara parsial maupun simultan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa <i>marketplace</i> tokopedia oleh <i>seller</i>

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Keputusan

#### a. Pengertian Keputusan

Menurut Engel *et al* dalam Pride dan Ferrell perilaku pembelian diartikan sebagai suatu mekanisme keputusan dan kegiatan orang-orang yang melibatkan diri dalam pembelian ataupun penggunaan suatu produk. Pride dan Ferrell (1995) berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir berarti seseorang yang membeli suatu produk untuk digunakan secara pribadi bukan untuk dijual kepada pihak

lain sebagai bisnis (Sangadji & Sopiah, 2018: 332). Kotler dan Armstrong (2015) keputusan pembelian konsumen adalah perilaku membeli merek yang paling disukai diantara beberapa merek, namun terdapat dua faktor yang ada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Dimana mengenal masalahnya, mengetahui informasi terkait produk maupun merek produk tersebut dan melakukan evaluasi sehingga dapat memecahkan masalah dan dapat mengarah kepada keputusan pembelian (Brama Kumbara, 2021). Keputusan merupakan hasil proses pemikiran dengan mempertimbangkan segala aspek untuk memilih diantara beberapa pilihan guna memecahkan suatu masalah yang dihadapi. Proses pemikiran ini digunakan untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan.

Tabungan menurut Undang-undang perbankan No 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Keputusan menabung dimaknai sebagai usaha untuk mendapatkan, menetapkan suatu produk dan jasa termasuk pada proses pengambilan keputusan dimana perilaku ini dilakukan secara nyata dan sadar. Keputusan menabung memiliki makna yang sama dengan keputusan pembelian (Nugroho, 2014)

b. Faktor yang mempengaruhi keputusan

Pride dan Ferrel (1995) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor utama yang bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut: (Sangadji & Sopiah, 2018: 335-337):

1) Faktor Psikologis

Faktor psikologis muncul dari dalam individu, faktor ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Faktor psikologis didapat dari pengalaman konsumen baik dari

pengalaman sendiri maupun didapat dari pengalaman orang lain. Setelah mendapatkan pengalaman konsumen biasanya akan melakukan penilaian apakah mereka puas atau tidak puas dalam menggunakan produk tersebut. Apabila kepuasan konsumen terpenuhi, maka akan terjadi fenomena pembelian ulang atau dengan kata lain penggunaan ulang dilain waktu. Begitu juga sebaliknya, apabila kepuasan konsumen tidak terpenuhi, maka tidak akan terjadi fenomena pembelian atau penggunaan ulang dilain waktu. Terdapat enam lingkup faktor psikologis yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen:

a) Motivasi

Motivasi adalah keinginan kuat yang timbul dari dalam diri akibat adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen sehingga dapat mempengaruhi proses keputusan dalam membeli maupun menggunakan suatu barang atau jasa.

b) Kepribadian

Kepribadian yaitu personalitas seseorang yang bisa mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam memilih maupun membeli produk. Kepribadian bisa mengurangi pengaruh dari adanya iklan maupun keadaan pemasaran terhadap tingkah laku konsumen.

c) Pengolahan Informasi dan Persepsi

Cara di mana informasi diproses dan bagaimana konsumen memandang suatu produk atau layanan dapat memengaruhi pilihan mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Konsumen terlibat dalam pemrosesan informasi setiap kali mereka disajikan dengan stimulus seperti nama merek, produk, komersial, kemasan, atau nama produsen. Proses

perseptual melibatkan memperhatikan, terpapar, dan memahami informasi yang telah disajikan.

d) Proses Belajar

Pengetahuan dan pengalaman dapat diperoleh melalui proses belajar. Sejauh ini diperoleh melalui pendidikan, hal itu berpotensi mengubah keyakinan dan kebiasaan membeli konsumen.

e) Sikap

Sikap adalah bentuk pandangan konsumen mengenai objek apakah disukai atau tidak disukai. Sikap menjadi gambaran rasa percaya konsumen atas berbagai keunikan dan faedah dari suatu objek.

f) Agama

Penjualan produk dan jasa dapat dipengaruhi oleh ajaran agama. Akibatnya, konsumen cenderung tidak membeli barang yang bertentangan dengan keyakinan agama mereka.

2) Faktor Pribadi

Faktor pribadi dibagi menjadi tiga yaitu:

- a) Faktor demografi, Contoh variabel demografis termasuk karakteristik individu seperti jenis kelamin, ras, etnis, pendapatan, kehidupan keluarga, cara berkendara, dan pekerjaan.
- b) Faktor situasional, melingkupi kondisi sarana dan prasarana, tempat belanja, waktu belanja, pengguna produk, dan kondisi saat pembelian. Faktor situasional sangat menentukan konsumen untuk melakukan pembelian atau penggunaan produk dan jasa, apabila terdapat faktor situasional yang tidak terpenuhi maka konsumen akan mengurungkan niatnya untuk pembelian atau penggunaan produk dan jasa yang ditawarkan

- c) Faktor tingkat keterlibatan, pertimbangan yang diberikan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebelum melakukan pembelian.

### 3) Faktor Sosial

Pengaruh ini berasal dari lingkungan terdekat konsumen. Berikut ini adalah empat kategori pengaruh masyarakat terhadap kebiasaan belanja konsumen:

#### a) Peran dan pengaruh keluarga

Keluarga adalah jejaring sosial pertama seseorang. Karena rumah adalah tempat sebagian besar pelanggan menghabiskan waktunya, anggota keluarga memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen.

#### b) Kelas sosial

Kelas sosial mempengaruhi jenis fasilitas jasa, produk dan merek yang digunakan konsumen itu sendiri. Kelas ini terdiri dari beberapa orang yang mempunyai tingkatan atau posisi dalam masyarakat.

#### c) Kelompok Acuan

Orang-orang yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan suatu produk dikenal sebagai "grup referensi".

#### d) Budaya

Budaya adalah segala bentuk pemikiran, simbol dan nilai yang mempengaruhi tingkah laku, cara menyikapi, kepercayaan, maupun kebiasaan seseorang. Budaya merupakan bentuk daya cipta manusia yang bisa menentukan perilaku seseorang.

Pengambilan keputusan akan memerlukan banyak pertimbangan hal ini dapat dipengaruhi baik dari faktor psikologis, pribadi maupun faktor sosial sehingga apabila ketiga hal tersebut

berinteraksi maka keputusan seseorang untuk menggunakan atau membeli suatu jasa perbankan dapat tercapai.

c. Tahapan pengambilan keputusan

Menurut Kotler (1995) dalam penelitian dari (Brama Kumbara, 2021) ada lima tahapan yang harus dilalui seorang konsumen dalam mengambil keputusan yaitu:

- 1) Pengenalan masalah, proses ini diawali saat pembeli mengidentifikasi permasalahan atau kebutuhan. Pembeli tahu perbedaan antara apa yang nyata dan apa yang diinginkan. Rangsangan internal dan lingkungan memiliki peran dalam memicu dorongan ini.
- 2) Pencarian informasi, konsumen termotivasi oleh kebutuhan mereka, mungkin atau mungkin tidak mencari informasi tambahan. Jika keinginan konsumen kuat dan produknya dekat, konsumen dapat langsung membelinya. Jika tidak kebutuhan konsumen itu hanya tinggal kenangan.
- 3) Evaluasi alternatif, Pembeli mengevaluasi pilihan yang tersedia dengan mempertimbangkan data yang relevan tentang merek yang tersedia
- 4) Keputusan, Pada fase keempat dan terakhir, pembeli mempertimbangkan pilihan mereka untuk berbagai merek dan membuat keputusan pembelian akhir. Meskipun pelanggan sering memilih merek pilihan mereka, pendapat dari orang-orang di sekitar mereka dan peristiwa yang tidak terduga mungkin memiliki peran dalam keputusan akhir.
- 5) Perilaku pasca keputusan, setelah membeli suatu produk konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

## 2. Literasi Keuangan Digital

Menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Yushita (2017), literasi keuangan adalah “kapasitas untuk memahami, memperoleh, dan

secara efektif menerapkan pengetahuan tentang masalah keuangan pribadi untuk mencapai kesejahteraan di masa yang akan datang”. Chen and Volpe (1998) menjelaskan bahwa orang dengan pengetahuan rendah dapat membuat keputusan keuangan yang buruk. Sesuai dengan penelitiannya yang menunjukkan hasil bahwa pengetahuan di bidang keuangan pribadi akan mempengaruhi mahasiswa untuk mengambil keputusan keuangan yang baik (Said & Amiruddin, 2017).

Tony & Desai (2020) mendefinisikan Literasi keuangan digital atau *digital financial literacy* merupakan gabungan dari dua konsep, literasi keuangan dan platform digital. Literasi keuangan sendiri merupakan sikap dan perilaku, pemahaman seseorang terhadap produk dan jasa keuangan, serta kemampuan seseorang dalam mengelola pengelolaan keuangan pribadi. Platform digital adalah segala sesuatu (kombinasi perangkat lunak dan perangkat keras) yang menggunakan teknologi komputer dan internet. Sehingga *digital financial literacy* merupakan pemahaman dan pengetahuan individu tentang produk dan layanan keuangan pada teknologi digital seperti dalam melakukan pembelian, pembayaran dan sistem perbankan *online*. Dapat disimpulkan bahwa literasi digital merupakan kehandalan seseorang dalam menggunakan teknologi digital untuk penciptaan, kolaborasi, komunikasi, pencarian informasi, dan evaluasi dalam masyarakat digital.

Peneliti Setiawan dkk (2020), Prasad dkk (2018) dan Morgan dkk (2019) menyebutkan elemen esensial yang menjadi indikator literasi keuangan digital dalam melakukan keputusan menabung diantaranya yaitu *knowledge, experience, skills, awareness*. Pengetahuan atau *knowledge* merupakan pemahaman yang dimiliki responden terhadap produk-produk keuangan digital. Kemampuan seseorang untuk mempersiapkan diri dan membuat pilihan keuangan yang baik, seperti pilihan untuk menabung, sangat ditingkatkan

dengan tingkat literasi keuangan mereka. Pengalaman atau *experience* dalam literasi keuangan merupakan pengalaman responden dalam menggunakan layanan produk keuangan digital. Pengalaman dapat diperoleh dari pengalaman pribadi maupun orang lain sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk memperbaiki terkait perencanaan investas, pengelolaan, maupun pengambilan keputusan. Pengalaman keuangan akan dijadikan individu dalam pembelajaran dalam mengatur keuangan ataupun pengambilan keputusan pada waktu yang akan datang. *Skills* adalah kecakapan responden dalam mengatur kegiatan yang terkait dengan keuangan digital. *Awareness* merupakan kesadaran akan manfaat dan risiko dari produk keuangan yang digunakan. Hadirnya lembaga keuangan digital menjadi solusi namun bisa menjadi risiko mulai dari perlindungan konsumen, perlindungan data nasabah dan IT hingga manajemen risiko yang dapat memberikan dampak di masyarakat (Rahayu, 2022)

### 3. Kemudahan Prosedur

Davis (1989) menyatakan teori kemudahan sebagai ukuran seseorang yang percaya bahwa mempergunakan suatu sistem tertentu bebas dari usaha. Sulfina dkk (2022) kemudahan adalah seseorang yang percaya bahwa dalam memakai teknologi tidak perlu memerlukan usaha yang besar saat menggunakannya (*free of effort*). Semakin mudah suatu sistem digunakan maka semakin sedikit upaya yang dilakukan untuk menggunakannya. Pengguna tidak merasa keberatan dan tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika menggunakan sistem tersebut. Teknologi informasi yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah dalam menggunakannya (*compatible*) merupakan karakteristik dari kemudahan.

Penyederhanaan proses maupun langkah-langkah yang telah ditetapkan dan digunakan sebagai pedoman pegawai dalam memberikan pelayanan merupakan definisi kemudahan prosedur menurut Tjiptono (2017). Prosedur menabung berarti serangkaian

proses dalam pengaturan keuangan untuk mempersiapkan dana simpanan di masa depan. Keputusan menabung seringkali di pengaruhi adanya faktor kemudahan prosedur yang lembaga perbankan berikan. Kemudahan prosedur menjadi salah satu faktor nasabah dalam memberikan keputusan untuk menggunakan suatu barang atau produk (Bala & Haryanto, 2021). Indikator untuk menilai variabel kemudahan prosedur yaitu waktu yang relatif singkat, persyaratan yang sederhana, dan sesuai dengan kehendak nasabah (Simanjuntak, 2017).

#### **4. Keamanan**

Menurut Park dan Kim (2006:70) dalam Farokha & Rivai (2021) keamanan merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk mengawasi dan melindungi data transaksi serta kerahasiaan data nasabah. Faktor keamanan yaitu sebuah usaha dalam memberikan perasaan aman dan perasaan tenang calon nasabah atau nasabah yang hendak menyimpan dananya pada lembaga perbankan. Keamanan dalam menabung menjadi hal penting dan kebutuhan dasar bagi nasabah, adanya keamanan yang terjamin, nasabah dapat yakin akan keamanan dana yang disimpan. Keamanan yang ditawarkan perbankan mencakup beberapa bagian salah satunya seperti keamanan dalam teknologi yang ditawarkan oleh perbankan (Emila, 2022).

Prihanto (2017) mengemukakan bahwa keputusan seseorang untuk menabung karena ingin memperoleh keamanan atas uang yang disimpan. Peraturan Undang-undang No. 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan hadir guna menjadi jawaban atas kekhawatiran nasabah yang menyimpan uang di bank. Undang-undang menyebutkan bahwa Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) menjadi lembaga yang independen atau berdiri sendiri yang memiliki fungsi untuk menjamin simpanan nasabah yang disimpan pada lembaga perbankan di Indonesia. Lembaga LPS akan berperan aktif

dalam menjaga stabilitas sistem perbankan sesuai dengan fungsi dan kewenangannya (Pemerintah Republik Indonesia, 2004).

Menurut Farokha & Rivai (2021) indikator kewanaman meliputi:

a. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan dapat meminimalisir kekhawatiran konsumen akan penyalahgunaan data pribadi dan data transaksi yang menjadi ancaman privasi konsumen. Ketika pelanggan merasa aman, mereka akan bersedia memberikan informasi pribadi dan membeli rasa aman.

b. Kerahasiaan Data

Informasi data seseorang sangat penting oleh karena itu menjaga kerahasiaan data perlu dilakukan. Data yang diketahui oleh orang yang salah bisa disalahgunakan sehingga akan merugikan data orang tersebut.

c. Citra Penjualan Perusahaan

Citra penjualan ada dalam benak pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap aktivitas dan produk yang ditawarkan perusahaan.

d. Kualitas Produk

Kualitas produk didapatkan dari pengalaman langsung pelanggan dalam membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan.

**5. Religiusitas**

Religiusitas memunculkan tindakan yang sesuai dengan tingkatan ketaatan agama seseorang yang berasal dari dorongan dalam diri untuk melakukan suatu pekerjaan. Menghayati nilai-nilai ajaran agama dengan keyakinan agama dan pemahaman hidup yang lebih baik merupakan reaksi, persepsi, pengamatan terhadap pikiran dan tindakan seseorang berdasarkan keyakinan agama. Semakin religius seseorang, semakin terbuka dalam mengevaluasi dan memilih institusi yang cocok dengan sistem keuangannya (Utami, 2012). Perilaku

konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor religiusitas dalam proses pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah (Firdaus, 2017). Individu yang telah menanamkan rasa keyakinan agama terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan memilih produk bank syariah.

Banyak kontribusi empiris terhadap literatur telah membahas dampak religiusitas pada keputusan. Penelitian yang dilakukan León & Pfeifer (2017) menemukan bahwa individu yang berafiliasi dengan agama menunjukkan keputusan investasi yang berbeda dibandingkan dengan individu yang tidak beragama. Umat Katolik dan Protestan di Jerman lebih mungkin dari pada orang non-religius untuk memiliki rekening tabungan. Hasil Renneboog dan Spaenjers (2012) mengungkapkan bahwa individu Katolik dan Protestan lebih cenderung menabung dari pada yang non-religius. Tingkat kepercayaan seseorang memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku ekonomi mereka. Beberapa ekonom Islam telah mencapai hasil yang serupa pada korelasi antara perilaku ekonomi dan tingkat kepercayaan/atau keyakinan masyarakat bahwa perilaku tersebut akan menimbulkan perilaku konsumsi dan produksi di pasar mempengaruhi perilaku konsumen (Parastika dkk., 2021).

Indikator religiusitas menurut Faturrahman (2019) terdapat lima macam dari indikator religiusitas diantaranya :

a. Keyakinan atau ideologis

Keyakinan merupakan tingkat kepercayaan, keimanan seseorang terhadap kebenaran ajaran yang dianutnya.

b. Peribadatan atau ritualistik

Tingkat peribadatan dapat dilihat dari kepatuhan seseorang dalam melaksanakan segala perintah tuhan-Nya dan menjauhi apa yang dilarang-Nya

c. Eksperiensial atau pengalaman

Eksperiensial merupakan pengalaman setelah melakukan pekerjaan atau kegiatan yang dirasakan seseorang.

d. Intelektual atau pengetahuan

Intelektual merupakan tingkat pemahaman dan kepekaan seseorang terhadap agama yang dianutnya.

e. Konsekuensi atau penerapan

Implementasi sikap yang menunjukkan kepatuhan atas perintah dan larangan-Nya.

## 6. Bank Digital

Sebuah Bank Berbadan Hukum Indonesia (Bank BHI) dianggap digital jika bank tersebut menyediakan dan menjalankan layanan komersial secara digital dan tidak memiliki atau hanya memiliki sedikit kantor cabang fisik hal ini sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank umum (Linggadjaya dkk., 2022). Pedoman Penyelenggaraan Cabang Digital dari OJK mendefinisikan "perbankan digital" sebagai layanan atau kegiatan perbankan yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah melalui kantor perbankan tertentu dengan menggunakan sarana elektronik atau digital yang dimiliki oleh bank dan/atau melalui media digital, yang memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk melakukan kegiatan mendapatkan informasi, komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, antara lain untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi dengan bank, membuka rekening, melakukan penyetoran, melakukan penarikan dana, dan menutup rekening. Sementara e-banking memungkinkan pengguna mengakses subset layanan perbankan online, perbankan digital mencakup seluruh jajaran layanan keuangan.

Brett King dalam *Bank 4.0: Banking everywhere, never at a bank* (2019) menjelaskan empat masa dalam perkembangan bank di dunia yaitu sebagai berikut: (Linggadjaya dkk., 2022)

- a. Bank 1.0 (1472-1980) adalah kelahiran perbankan tradisional. Bank saat itu masih menjadi tempat perjumpaan fisik antara pelanggan dengan pihak bank. Bank sudah menjalankan fungsi sebagai tempat penyimpanan dan peminjaman uang. Bank saat ini sudah menggunakan komputer mainframe, namun tidak langsung digunakan sebagai hubungan dengan nasabah.
- b. Bank 2.0 (1980-2007) Perbankan saat ini telah memiliki ATM dimana nasabah dapat melakukan transaksi tanpa harus bersentuhan secara fisik sehingga menandai era pelayanan mandiri (*sefl service*) telah dimulai. Pada tahun 1995 telah hadir internet komersial
- c. Bank 3.0 (2007-2017) sudah muncul smartphone yang menjadi gerbang pertama munculnya *mobile payment*. Periode ini disebut generasi *internet banking* dan *mobile banking*. Nasabah telah melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.
- d. Bank 4.0 (2017-saat ini) masa ini banyak bank telah meninggalkan konsep tatap muka, atau menawarkan layanan di cabang. Lembaga perbankan saat ini menggunakan sumber daya teknologi untuk menopang jalannya operasional antara lain Big data, *Artificial Intelligence* (AI) serta teknologi block chain.

Ketua komisioner OJK, Wimboh Santoso mengatakan bahwa pada tahun 2025 Indonesia akan menjadi kawasan ekonomi digital terdepan di asia tenggara karena kehadiran bank digital. Menyusul kontribusi sebesar 124\$ USD (Dolar Amerika Serikat) atau setara dengan Rp. 1,847 triliun rupiah transaksi digital. Hal ini dapat terjadi karena adanya potensi Indonesia untuk pengembangan digital industri keuangan, diantaranya seperti jumlah penduduk 272 juta dengan angkatan kerja 137 juta dimana sekitar 65,3% atau sekitar 175 juta penduduk merupakan pengguna internet dan sebanyak kurang lebih 129.000.000 orang yang melakukan transaksi 3 *e-commerce* senilai Rp. 266 triliun pada akhir 2020 (Linggadjaya dkk., 2022)

Agar sebuah bank disebut Bank Digital, ada enam hal yang harus dilakukan dan terus dilakukan selama beroperasi menjadi Bank Digital dijelaskan dalam POJK Nomor 12/POJK.03/2021. Antara lain sebagai berikut: (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

- a. Memiliki strategi bisnis yang memanfaatkan teknologi inovatif dan aman untuk memenuhi tuntutan konsumen
- b. Kemampuan untuk mengoperasikan model bisnis perbankan digital yang bertanggung jawab dan berkelanjutan
- c. Kemampuan untuk mengelola risiko secara memadai
- d. Memenuhi aspek tata kelola termasuk pemenuhan direksi yang mempunyai kompetensi di bidang teknologi informasi dan kompetensi lain sesuai dengan ketentuan OJK mengenai penilaian kemampuan dan kepatuhan bagi pihak utama lembaga jasa keuangan
- e. Tetapkan perlindungan untuk privasi informasi klien
- f. Mengambil tindakan yang mendorong pertumbuhan ekosistem keuangan digital dan/atau inklusi keuangan.

Bank digital yang hadir di Indonesia antara lain seperti Bank Digital, Jenius, Neo Bank, TMRW, Digibank by DBS, Sea Bank, Blu by BCA. Menurut survey Populix, aplikasi bank digital terpopuler pada Mei 2022 adalah sebagai berikut: (Populix, 2022)

- a. Bank Jago
- b. Bank Jenius
- c. Neo Bank
- d. TMRW
- e. Digibank by DBS
- f. Sea Bank
- g. Blu by BCA

### **C. Landasan Teologis**

Proses membuat keputusan, dilakukan dengan hati-hati dan pertimbangan yang matang dengan cara mengumpulkan informasi terlebih

dahulu maupun dengan cara melakukan musyawarah dengan orang-orang yang dianggap mumpuni sehingga keputusan dapat diambil dengan bijak tidak mengikuti hawa nafsu semata.

Al-Qur'an surat yusuf ayat 80:

فَلَمَّا اسْتَيْسُوا مِنْهُ خَلَصُوا نَجِيًّا قَالَ كَبِيرُهُمْ أَلَمْ تَعْلَمُوا أَنَّ أَبَاكُمْ قَدْ أَخَذَ عَلَيْكُمْ مَوْثِقًا مِنَ اللَّهِ وَمِنْ قَبْلُ مَا فَرَّطْتُمْ فِي يُوسُفَ فَلَنْ أَبْرَحَ الْأَرْضَ حَتَّى يَأْذَنَ لِي أَبِي أَوْ يَحْكُمَ اللَّهُ لِي وَهُوَ خَيْرُ الْحَاكِمِينَ

Artinya: “Maka tatkala mereka berputus asa dari pada putusan yusuf mereka menyendiri sambil berunding dengan berbisik-bisik. Berkatalah yang tertua diantara mereka: “Tidakkah kamu ketahui bahwa sesungguhnya ayahmu telah mengambil janji dari kamu dengan nama Allah dan sebelum itu kamu telah menyia-nyiakan Yusuf. Sebab itu aku tidak akan meninggalkan negeri Mesir, sampai ayahku mengizinkan kepadaku (untuk kembali), atau Allah memberi keputusan kepadaku. Dan Dia adalah Hakim yang sebaik-baiknya”.

Ayat di atas dijelaskan dalam proses pengambilan keputusan harus difikirkan secara matang dan dapat dilakukan musyawarah agar menghasilkan keputusan yang mufakat. Dalam pengambilan keputusan tidak hanya melibatkan orang yang memiliki otoritas tinggi, tetapi hal-hal di sekitar juga dapat mempengaruhi cara seseorang membuat keputusan.

Secara tidak langsung agama islam mendorong umatnya menyimpan uang untuk mempersiapkan kehidupan di masa yang akan datang. Hal ini terdapat dalam ajaran kitab suci Al-Qur'an surat An-Nisa (4): 9 merupakan ayat yang membahas tentang menabung.

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا.

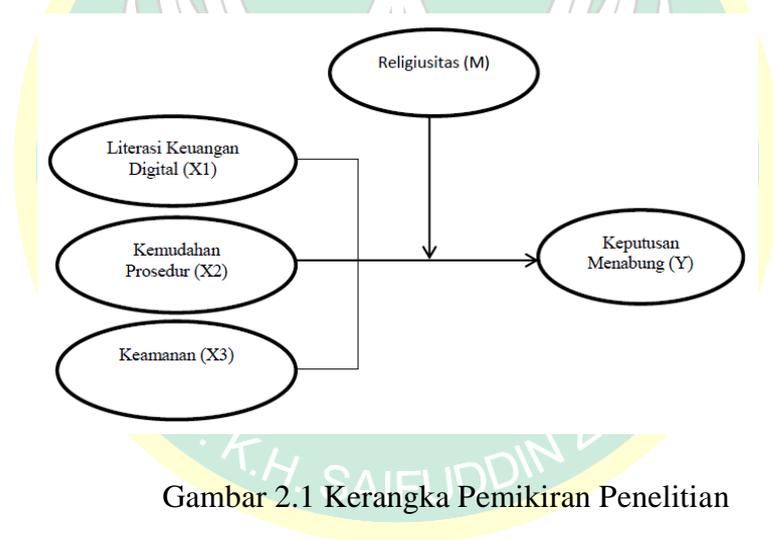
Artinya: “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh karena itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar”.

Pendapat yang representatif mengenai Qur'an surat An-Nisa (4): 9 yaitu Allah SWT memerintahkan umatnya untuk menyiapkan generasi selanjutnya agar tidak menjadi generasi yang lemah, baik kelemahan

dalam ekonomi, syariat, sosial, aqidah, psikis dan lain sebagainya. Ayat tersebut apabila dilihat dari sudut ekonomi, maka dianjurkan dan memotivasi para orang tua untuk menyisihkan uang dan aset untuk masa depan anak dan cucu mereka. Kandungan ayat sebelum dan setelah ayat 9 membahas bagian dari pokok-pokok hukum waris, yaitu tentang bagaimana agar harta dapat diwariskan antara lain dengan cara mengumpulkan, menyimpan atau menginvestasikan pemasukan yang diperoleh untuk kesejahteraan generasi yang akan datang.

#### D. Model Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan guna memudahkan peneliti untuk menguraikan pokok permasalahan penelitian secara tersusun dan sistematis.



#### E. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini mengajukan beberapa hipotesis sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Menabung

Menurut gagasan yang dikemukakan oleh Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan keuangan yang salah. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan di bidang *personal finance* akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan keuangan yang

baik (Said & Amiruddin, 2017). Efendi dk., (2022) menjelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan keuangan yang baik nasabah harus memiliki literasi keuangan yang memadai.

Variabel literasi keuangan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan menabung menurut temuan penelitian Delista (2021). Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan mampu menjadikannya memiliki kemampuan dan keyakinan dalam hal memilih dan memanfaatkan produk dari jasa keuangan.

**H<sub>1</sub>: Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif terhadap keputusan menabung**

2. Pengaruh Kemudahan Prosedur terhadap Keputusan Menabung

Kemudahan prosedur, sebagaimana didefinisikan oleh Tjiptono (2017) dalam Bala & Haryanto (2021) mengungkapkan kemudahan prosedur merupakan penyederhanaan proses maupun langkah-langkah yang telah ditetapkan dan digunakan sebagai pedoman pegawai dalam memberikan pelayanan. Intensitas perilaku menabung masyarakat pada bank disebabkan dari faktor internal maupun faktor eksternal. Salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung yaitu kemudahan prosedur. Fenomena yang terjadi di masyarakat akan menurunnya keputusan menabung terhadap bank dapat disebabkan karena kemudahan prosedur yang buruk terhadap nasabah.

Penelitian yang dilakukan Bala & Haryanto (2021) menunjukkan hasil bahwa kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan pelanggan untuk membeli suatu produk atau jasa akan dipengaruhi oleh seberapa mudah melakukannya

**H<sub>2</sub> : Variabel kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan menabung**

### 3. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menabung

Masalah keamanan menjadi aspek krusial dalam sudut pandang nasabah karena dengan adanya keamanan yang terjamin, nasabah akan percaya terhadap uang yang disimpan. Menurut Rose (1993) sebagaimana dikutip dalam dalam Irmayanto dkk., (2009) salah satu faktor yang ada pada Bank dan lembaga keuangan lainnya adalah kepercayaan. Rasa percaya akan timbul jika ada rasa aman dan nyaman dalam menyimpan dana yang dimiliki.

Pada penelitian yang dilakukan Setianto dkk., (2022) menunjukkan hasil bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Jaminan rasa aman yang diberikan perbankan menjadi kebutuhan dasar bagi nasabah oleh karena itu mutlak diperlukan. Jaminan rasa aman merupakan jaminan yang diberikan dalam bertransaksi maupun pelayanan dalam membangkitkan rasa percaya nasabah. Sehingga semakin aman sistem pada lembaga perbankan maka nasabah akan percaya dengan lembaga perbankan tersebut.

### **H3 : Variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung**

### 4. Pengaruh literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung dengan religiusitas sebagai variabel moderating

Religiusitas merupakan tingkat keteguhan individu terhadap agama atau keyakinan yang dianutnya. Religiusitas seseorang ditunjukkan dari sikap, perilaku serta komitmen yang dicerminkan dalam sikap dan tindakan (Mahardika, 2019). Pada penelitian yang dilakukan Rahim dkk., (2016) yaitu dengan mengembangkan konstruksi dalam menguji validitas dan reliabilitas literasi keuangan dan faktor-faktor lain penentu seperti keputusan, religiusitas dan kepuasan keuangan. Dimana dalam penelitian ini menggunakan data yang didistribusikan kepada 200 siswa di Universitas Utara Malaysia.

Penelitian ini menemukan bahwa afiliasi keagamaan adalah satu-satunya prediktor paling signifikan terhadap literasi keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Falevy (2022) menunjukkan pentingnya pengetahuan keuangan dan agama nasabah dalam mempengaruhi pilihan layanan perbankan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan seseorang untuk menyisihkan uang dipengaruhi oleh pendidikan dan keimanannya.

**H4: Religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung.**

5. Pengaruh kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung dengan religiusitas sebagai variabel moderating

Fasilitas teknologi yang ada di lembaga perbankan guna mempermudah layanannya bagi nasabah. Dengan kemudahan layanan serta kesederhanaan prosedur akan mampu membuat peningkatan jumlah nasabah dari koperasi maupun perbankan. Penelitian yang dilakukan Bala & Haryanto (2021) menunjukan hasil bahwa kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Zuhirsyan & Nurlinda (2018) menunjukan bahwa sikap religiusitas seseorang berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Hal ini dapat dipahami bahwa kecenderungan seseorang untuk menabung akan meningkat sebanding dengan derajat agamanya, dan sebaliknya.

**H5: Religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung.**

6. Pengaruh keamanan terhadap keputusan menabung dengan religiusitas sebagai variabel moderating

Pada penelitian yang dilakukan Kurniawan (2021) menunjukan hasil bahwa keamanan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa di Tokopedia oleh *seller*. Keamanan memiliki kategori yang kuat pada penelitian ini menunjukan korelasi yang paling besar diantara variabel yang lain. Penelitian yang dilakukan

Faturrahman (2019) menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Sehingga dipahami apabila tingkat religiusitas individu tersebut baik maka semakin baik pula perilakunya dalam keputusan keuangan seperti menabung, begitu juga sebaliknya.

**H6: Religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi keamanan terhadap keputusan menabung.**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian langsung yang dilaksanakan di lapangan pada objek yang akan diteliti (*field research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang pengumpulan, penafsiran serta hasilnya diinterpretasikan menggunakan angka. Metode kuantitatif pengolahan datanya menggunakan perhitungan statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat yang dituju dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank digital di Indonesia. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November 2022 dan akan selesai pada bulan April 2023.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah total objek secara keseluruhan yang telah ditetapkan karakteristiknya oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Saptutyningasih, 2020: 134). Penelitian ini menggunakan populasi nasabah Bank digital yang berjumlah 38.200.000 nasabah (LPS, 2022).

##### **2. Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya dapat mewakili keseluruhan populasi. Pemilihan sampel menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* yaitu metode pemilihan sampel dimana elemen populasi tidak berpeluang sama sebagai anggota sampel (non random – tidak acak) dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel atas dasar pertimbangan tertentu (Saptutyningasih, 2020: 136-137). Kriteria dalam pengambilan sampel antara lain sebagai berikut:

- a. Berusia > 17 Tahun
- b. Bertempat tinggal di Wilayah Indonesia

c. Sebagai nasabah dari Bank Digital

Sampel yang dijadikan untuk menentukan jumlah responden didasarkan pada rumus slovin. Untuk mengetahui jumlah populasi dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel atau jumlah responden

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Presisi kelonggaran kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir,  $e = 0,01$  (10%)

Maka berdasarkan rumus:

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

$$n = \frac{38.200.000}{1+38.200.000.(0,1)^2}$$

$$n = \frac{38.200.000}{382.001}$$

$$n = 99.9997$$

Berdasarkan sampel di atas sampel yang menjadi responden dalam penelitian sebanyak 99.9997 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden nasabah Bank Digital. Hal tersebut guna memudahkan peneliti dalam pengolahan dan pengujian data lebih baik.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

##### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yakni segala hal yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian dan dapat diperoleh informasi guna menarik suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan variabel

independen Literasi Keuangan Digital (X1), Kemudahan Prosedur (X2) dan Keamanan (X3). Sedangkan untuk variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Menabung. Selain itu pada penelitian ini menambahkan Variabel Moderating (Z) yaitu Religiusitas.

## 2. Indikator Penelitian

**Tabel 3.1 Indikator Penelitian**

No	Variabel	Indikator
1.	Literasi Keuangan Digital (X1) Literasi keuangan digital atau <i>digital financial literacy</i> merupakan pemahaman dan pengetahuan individu tentang produk dan layanan keuangan pada teknologi digital seperti dalam melakukan pembelian, pembayaran dan sistem perbankan <i>online</i> . (Prasad dkk, 2018)	Menurut Setiawan dkk (2020), Prasad dkk (2018) dan Morgan dkk (2019) dalam Rahayu (2022)  1. <i>Knowledge</i> 2. <i>Experience</i> 3. <i>Skills</i> 4. <i>Awareness</i> .
2.	Kemudahan Prosedur (X2) Menyatakan teori kemudahan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu bebas dari usaha. (Davis, 1989)	Menurut (Simanjuntak, 2017)  1. Waktu yang relatif singkat 2. Persyaratan yang sederhana 3. Sesuai dengan kehendak nasabah.
3.	Keamanan (X3)  Keamanan merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk mengawasi dan melindungi data transaksi serta kerahasiaan data nasabah. (Park dan Kim, 2006) dalam (Farokha & Rivai, 2021)	Menurut Farokha & Rivai (2021)  1. Jaminan Keamanan 2. Kerahasiaan Data 3. Citra Penjualan Perusahaan 4. Kualitas Produk
4.	Keputusan Menabung (Y)  Pengambilan keputusan adalah	Menurut Kotler dalam Brama Kumbara (2021)

	aktivitas seseorang yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan guna memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang. (Kotler dan Armstrong, 2017) dalam (Brama Kumbara, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan</li> <li>5. Perilaku pasca keputusan</li> </ol>
5.	Religiusitas (Z) Religiusitas merupakan kualitas penghayatan seseorang dalam beragama dengan menjadikan agama sebagai pembimbing dalam berperilaku dan bertindak sehingga sikapnya akan selalu berorientasi pada apa yang dinyakini. (Faturrahman, 2019)	<p>Menurut (Faturrahman, 2019)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenyakinan</li> <li>2. Peribadatan</li> <li>3. Eksperiensial</li> <li>4. Intelektual</li> <li>5. Konsekuensi</li> </ol>

Sumber: Data sekunder yang diolah

## E. Pengumpulan Data Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Kuisisioner terdiri dari beberapa pernyataan ataupun pertanyaan tertulis guna mendapatkan informasi dari responden. Metode kuisisioner sebagai alat pengumpul data dalam penelitian digunakan karena alasan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan yang diajukan kepada responden dapat diinterpretasikan sesuai dengan subyek penelitian.
- b. Responden akan lebih leluasa dalam menjawab
- c. Pilihan jawaban akan diberi skor nilai sesuai dengan ketentuan sehingga data dengan mudah dianalisa.

Skala merupakan alat yang digunakan untuk mengukur data atau konkritnya sebuah pertanyaan dalam menghasilkan data. Skala yang digunakan, yaitu skala linkert. Skala linkert dipakai dalam mengestimasi persepsi, sikap dan argument seseorang atas suatu

fenomena sosial (Saptutyningasih, 2020: 145). Pada tabel 3.2 merupakan penilaian dalam skala linkert yang dipakai dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2 Penilaian dalam skala linkert**

Nilai Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumbernya secara langsung dimana pengambilan data melalui penyebaran kuisisioner yang telah dibuat peneliti melalui *google form* secara daring. Data primer yang dihasilkan berasal dari tanggapan responden dalam kuisisioner atau angket yang diisi mengenai variabel-variabel penelitian yaitu literasi keuangan digital, kemudahan prosedur, keamanan serta religiusitas.

b. Data Sekunder

Data kedua yang digunakan yaitu berasal dari data sekunder berupa penelitian pustaka. Penelitian pustaka merupakan data pendukung dalam penelitian dengan mencari dan mengumpulkan data melalui jurnal, buku, website resmi dan sejenisnya.

## F. Analisis Data Penelitian

### 1. Teknik Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Instrument yang dinilai valid apabila alat yang digunakan dapat dengan baik mengukur objek ukur. Oleh karena itu, alat yang valid adalah alat yang tepat untuk mengukur objek yang akan diukur (Saptutyningasih, 2020: 164). Kuisisioner dikatakan valid apabila responden dapat menerima dan memahami apa yang disajikan pada kuisisioner sehingga dapat terungkap suatu informasi. Kuisisioner diukur menggunakan metode *pearson's product moment correlation*, dengan cara menghitung hubungan antar item pertanyaan dengan skor total.

Kriteria penilaian validitas sebagai berikut:

- 1) Dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05
- 2) Dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitif dari masa ke masa. Reliabilitas sebagai indikator validitas atau keakuratan suatu alat ukur dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dengan hasil yang sama (Saptutyningasih, 2020: 166). Teknik yang digunakan dalam pengukuran menggunakan koefisien alpha cronbach sebesar  $>0,60$

Kriteria penilaian reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Koefisien lebih besar dari nilai kritis atau alpha crumbach lebih besar dari 0,6 maka item tersebut berarti reabilitas yang baik.
  - 2) Koefisien alpha kurang dari 0,6 menunjukkan reabilitasnya buruk.
2. Uji Asumsi Klasik
- a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas penelitian ini menggunakan dua cara yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali, 2018: 161).

Dasar pengambilan keputusan dengan melihat grafik:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu penelitian ini menggunakan uji kolmogorov Swirnov (KS) dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

Dasar keputusan sebagai berikut:

- 1) Nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 5% maka data residual berdistribusi normal ( $\text{Asymp.sig} > 0,05$ ).
  - 2) Nilai Asymo. Sig. lebih kecil dari 5% maka data tidak berdistribusi normal ( $\text{Asymp.sig} < 0,05$ ).
- a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Gejala adanya Multikolinearitas antara lain melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* nya. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah sebagai berikut: (Ghozali, 2018: 107)

- 1) Besarnya nilai VIF (variabel *inflation factor*)  $\leq 10$
- 2) Besarnya *Tolerance*  $\geq 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam uji glejser jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 137)

c. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau lebih baik dalam spesifikasi model lain. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linier. (Ghozali, 2018: 167)

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1, X2, X3) secara individual mempengaruhi variabel defendant

(Y). (S. Wardani & Permatasari, 2022) tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 5% dengan derajat kebebasan  $df = n-1$ . Berikut merupakan hipotesis penelitian dari uji t pada penelitian ini:

- 1)  $H_1$  : Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung.
- 2)  $H_2$  : Kemudahan Prosedur berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung .
- 3)  $H_3$  : Keamanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung.

Adapun kriteria uji t yaitu:

Hipotesis diterima jika:  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan  $sig. < 0,05$

Hipotesis ditolak jika :  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dan  $sig. > 0,05$

b. Uji F

Uji f merupakan uji pengaruh secara bersama-sama variabel-variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Uji f (simultan) pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 16. Uji f yang menunjukkan nilai f statistik yang signifikan mengindikasikan bahwa secara keseluruhan semua variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikatnya (Susilawati, 2020). Dengan derajat keyakinan 95% atau signifikansi ( $\alpha$ ) 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar  $(k-1) (m-1)$

Pengambilan keputusan:

apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  maka tidak berpengaruh

apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  maka berpengaruh

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *coefficients* determinasi adalah antara nol

dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau lemah dan jika  $R^2$  mendekati 1 maka semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam model regresi tersebut dalam menerangkan variabel terikat. (Ghozali, 2018: 97)

d. Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antara variabelnya. Analisis regresi mempelajari hubungan yang diperoleh dinyatakan dalam persamaan matematika yang menyatakan hubungan fungsional antara satu variabel prediktor dengan satu variabel kriterium . regresi linier sederhana merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan (X) atau disebut juga prediktor sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan (Y) atau disebut juga response (Nixon, 2020)

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= variabel terikat

X= variabel bebas

a = intersep

b = koefisien regresi/ slop

e. Uji Moderated Regression Analisis (MRA)

Penelitian ini menggunakan analisis moderasi regresi *Moderated Regression Analisis* (MRA) adalah pengujian interaksi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel

independen) *Moderated Regression Analysis* berbeda dengan analisis sub-kelompok karena menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. (Untuk menggunakan MRA dengan satu variabel prediktor (X), maka harus membandingkan tiga persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderator. (Ghozali, 2018: 227) Ketiga persamaan tersebut adalah:

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \varepsilon \quad (10.4)$$

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \varepsilon \quad (10.5)$$

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \beta_3 X_i * Z_i + \varepsilon \quad (10.6)$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- 1) Variabel Z bukanlah variabel moderator, tetapi sebagai variabel prediktor (independen) jika persamaan (10.5) dan (10.6) tidak berbeda secara signifikan atau ( $\beta_3=0; \beta_2 \neq 0$ )
- 2) Variabel Z merupakan variabel pure moderator maka persamaan (10.4) dan (10.5) tidak berbeda, tetapi harus berbeda dengan persamaan (10.6) atau ( $\beta_2 = 0; \beta_3 \neq 0$ )
- 3) Variabel Z merupakan variabel quasi moderator jika persamaan (10.4), (10.5) dan (10.6) harus berbeda satu dengan lainnya atau ( $\beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ )

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Bank Digital di Indonesia

#### 1. Gambaran Umum Bank Jago

##### a. Sejarah Singkat Bank Jago

Jago sebelumnya dikenal sebagai PT Bank Artos Indonesia Tbk (Bank Artos) kemudian berganti pada tahun 2020 menjadi PT Bank Jago Tbk merupakan aplikasi keuangan yang menawarkan layanan bank secara digital yang membawa solusi pengaturan keuangan inovatif di Indonesia. Bank jago menghadirkan solusi finansial dengan mengambil *best practices* dari industri perbankan dan *fintech*. Aspek kehati-hatian dari dunia perbankan, dipadukan dengan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dari dunia *fintech*. Bank jago beroperasi dengan jaringan kantor yang ramping dengan mengoptimalkan 4 cabang kantor operasional. Memanfaatkan teknologi dan tertanam di ekosistem digital.

Pada tahun 2020, perusahaan Gojek akan mengakuisisi saham bisnis tersebut melalui divisi layanan keuangan dan pembayaran digital Gopay. Tahun 2021, bank jago diberikan komitmen untuk memperkuat posisi bank jago guna terus berinovasi menjadi bank digital terbaik oleh GIC *Private Limited*. Saat ini total modal yang dimiliki bank jago mencapai Rp. 8 triliun, Bank Jago kini masuk kategori bank dengan peluang tumbuh dan inovasi yang besar dan kuat. Bank jago memiliki fokus pada kebutuhan pangsa pasar ritel seperti konsumen maupun pelaku UMKM maupun pasar yang lebih luas seperti *mass-market* (Laporan Tahunan Bank Jago, 2021: 30-33)

##### b. Visi dan Misi Bank Jago

###### 1) Visi

Menjadi salah satu bank terkuat di Indonesia, siap untuk perekonomian digital yang memenuhi kebutuhan nasabah

menengah dan mass market, tertanam dalam suatu ekosistem, dan menggunakan teknologi.

## 2) Misi

Meningkatkan kesempatan tumbuh berjuta insan melalui solusi finansial digital yang berfokus pada kehidupan. (Laporan Tahunan Bank Jago, 2021: 37)

## c. Logo Bank Jago



Gambar 4.1 Logo Bank Jago

## d. Kegiatan Usaha Bank Jago

Bank jago tidak hanya menyediakan layanan berbasis konvensional melainkan juga berbasis syariah. Produk dan layanan PT Bank Jago Tbk dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu penghimpunan, penyaluran, serta jasa perbankan lainnya (Laporan Tahunan Bank Jago, 2021:38-40).

### 1) Produk Penghimpunan Dana

Produk seperti giro wadiah dengan akad wadiah yad dhamanah dan deposito mudharabah dengan akad mudharabah muthlaqah juga digunakan untuk menghimpun keuangan masyarakat.

### 2) Produk Penempatan Dana

Penyaluran pinjaman dan pembiayaan bank jago berfokus pada segmen ritel dan *mass market*, termasuk usaha UMKM dan ultra mikro. Produk kredit yang ditawarkan bank jago antara lain kredit modal kerja, kredit investasi, kredit konsumsi, kredit multiguna, bank garansi, pembiayaan modal kerja (ultra mikro) dengan akad murabahah bil wakalah.

### 3) Jasa Perbankan yang Lainnya

Jasa layanan perbankan lainnya yang ditawarkan bank jago melingkupi pembayaran tagihan bulanan (telepon, listrik, internet dll), kiriman uang/ RTGS/SKN, tagihan warkat luar kota, tagihan warkat dalam kota – kliring, jaringan ATM bersama dan Alto, rekening dana nasabah (RDN) & kartu debit.

## 2. Gambaran Umum Bank Jenius

### a. Sejarah Singkat Bank Jenius

Didirikan pada tahun 1958 dengan nama PT Bank BTPN Tbk di Bandung, perusahaan berganti nama menjadi PT Bank Tabungan Pensiun Nasional pada tahun 1985. Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 055/KM.17/1993 menetapkan BTPN sebagai bank umum pada tanggal 22 Maret 1993. Pada tanggal 1 Februari 2019, BTPN melakukan penggabungan usaha (merger) dengan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (SMBCI), yang menandai sebuah transformasi lain bagi bank.

Divisi Perbankan Ritel PT Bank BTPN Tbk terdiri dari berbagai sub-divisi: pinjaman ritel, manajemen kekayaan, bisnis mikro, dan perbankan digital (Jenius dan BTPN Wow). Divisi Jenius dari Retail Banking bertanggung jawab untuk menyediakan layanan perbankan elektronik. Kesuksesan Bank Jenius yang berkelanjutan tercermin dari peningkatan klien sebesar 20% di tahun 2021. Bank Genius menjalani tahun yang sukses, meningkatkan pendapatan mereka sebesar 17,48% dari Rp 13.281 menjadi Rp 15.603 miliar. Demikian pula, kinerjanya di pasar pinjaman "Flexicash" meningkat sebesar 112,13% tahun itu. Nilai pinjaman sebesar Rp154 miliar pada tahun 2020 akan meningkat menjadi Rp326 miliar pada tahun 2021. Portofolio masih dalam kondisi prima, dengan kredit bermasalah sebesar 1,6% untuk Flexicash pada tahun 2021 dan 1,7% untuk tahun 2020 (Laporan Keberlanjutan Bank BTPN, 2021: 53).

b. Visi dan Misi Bank Jenius

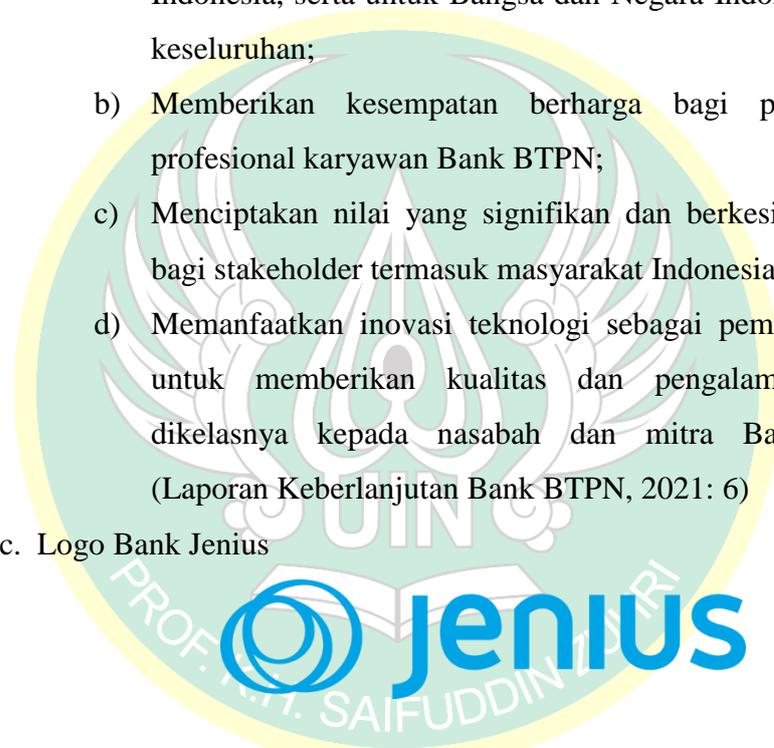
1) Visi

Menjadi bank pilihan utama di Indonesia, yang dapat memberikan perubahan berarti dalam kehidupan jutaan orang, terutama dengan dukungan teknologi digital.

2) Misi

- a) Menawarkan solusi dan layanan keuangan yang lengkap ke berbagai segmen ritel, mikro, UKM dan korporat bisnis di Indonesia, serta untuk Bangsa dan Negara Indonesia secara keseluruhan;
  - b) Memberikan kesempatan berharga bagi pertumbuhan profesional karyawan Bank BTPN;
  - c) Menciptakan nilai yang signifikan dan berkesinambungan bagi stakeholder termasuk masyarakat Indonesia;
  - d) Memanfaatkan inovasi teknologi sebagai pembeda utama untuk memberikan kualitas dan pengalaman terbaik dikelasnya kepada nasabah dan mitra Bank BTPN.
- (Laporan Keberlanjutan Bank BTPN, 2021: 6)

c. Logo Bank Jenius



Gambar 4.2 Gambar Logo Bank Jenius

d. Kegiatan Usaha Bank Jenius

Jenis kegiatan usaha di Bank Jenius antara lain sebagai berikut: (Laporan Keberlanjutan Bank BTPN, 2021: 52)

- 1) Aplikasi jenius
- 2) Tabungan (flexi saver, dream saver dan valuta asing)
- 3) Deposito (maxi saver)
- 4) Pembayaran tagihan

- 5) ATM Card/ Debit Jenius
- 6) Transfer (RTOL, SKN, & RTGS)
- 7) Top-up ewallet
- 8) Pinjaman (Flexi Cash)
- 9) Jenius pay
- 10) Jenius QRIS
- 11) Jenius keyboard
- 12) Jenius for business
- 13) Bisniskit by jenius
- 14) Moneytory
- 15) Sinaya prioritas di aplikasi jenius

### **3. Gambaran Umum Neo Bank**

#### **a. Sejarah Singkat Neo Bank**

PT Bank Yudha Bhakti didirikan berawal dari terdapatnya PAKTO 27/1988 yang awali oleh Dephankam, Perum ASABRI, Pepabri dan para developer yang beroperasi pada tanggal 9 Januari 1990. Selanjutnya pada tahun 2001, Bank mulai melakukan perluasan dengan dibukanya Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu di wilayah Jawa dan Sumatera. Setelah lebih dari 30 tahun melayani Bank Yudha Bhakti menggandeng PT Akulaku Silvr Indonesia sebagai pemegang saham baru melalui Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (PMTHEMD). Kemudian pada tahun 2020 berubah menjadi Bank Neo Commerce yang memiliki komitmen untuk menjadi bank retail digital yang berfokus pada pelayanan kebutuhan nasabah pada segmen pasar milenial. (Laporan Keuangan Tahunan Neo Bank Commerce, 2021: 6-7)

#### **b. Visi dan Misi Neo Bank**

Visi dan misi dari Neo Bank antara lain sebagai berikut:  
(Laporan Keuangan Tahunan Neo Bank Commerce, 2021: 47)

## 1) Visi

Lebih dari Sekedar Bank. Kami mendefinisikan ulang cara bekerja perbankan dengan menciptakan sistem layanan yang didasarkan oleh kebutuhan dan keinginan pelanggan. Didukung oleh kemajuan teknologi, kami memberikan pelayanan keuangan inklusif berbasis digital yang menguntungkan dan dapat dimiliki semua orang.

## 2) Misi

- a) Bersama-sama menyajikan Neo Experience dalam perbankan.
- b) Menghadirkan ketenangan dan kesejahteraan finansial bagi pelanggan.
- c) Mengoptimalkan layanan digital yang memberi kemudahan dan kenyamanan maksimal bagi pelanggan.
- d) Konsisten dalam menyediakan layanan keuangan yang inklusif, nyaman, dan berkelanjutan.

## c. Logo Neo Bank



Gambar 4.3 Logo Bank Neo Commerce

## d. Kegiatan Usaha Neo Bank

Bank neo menawarkan layanan dan produk sebagai berikut:  
(laporan keuangan tahunan Neo Bank Commerce, 2021: 51-53)

- 1) Produk Pendanaan seperti giro, tabungan, deposito berjangka dan deposito on-call
- 2) Produk Wealth Management seperti reksa Dana

- 3) Produk Pembiayaan seperti kredit khusus pensiun, kredit *channeling*, kredit multi guna (KMG), kredit kepemilikan kendaraan bermotor, kredit kepemilikan rumah, kredit personal, kredit modal kerja, kredit investasi, *direct loan* dan jasa lainnya

#### 4. Gambaran Umum TMRW

##### a. Sejarah Singkat TMRW

TMRW merupakan bank digital yang dapat diakses secara *online* sepenuhnya dan diluncurkan oleh UOB. TMRW sendiri sebenarnya sudah hadir pertama kali pada tahun 2019 di Thailand dan memperoleh berbagai penghargaan di level ASEAN. Adapun kehadiran TMRW di Indonesia baru muncul di tahun berikutnya, tepatnya Januari 2020 (laporan keuangan UOB, 2021: 33-35).

##### b. Visi dan Misi TMRW

###### 1) Visi

Menjadi bank terkemuka di Indonesia, bagian penting dari Grup UOB, dihargai oleh para nasabah, kolega, pemegang saham dan regulator, dikagumi oleh masyarakat, sebagai perbankan jangka panjang yang terpercaya.

###### 2) Misi

Menciptakan nilai ekonomis yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan melalui tim bankir yang loyal, berdedikasi dan profesional, berkomitmen untuk memenuhi bahkan melampaui kebutuhan dan ekspektasi para pemangku kepentingan, dengan produk dan layanan berkualitas tinggi bagi target nasabah di segmen perbankan *retail* dan *wholesale* dengan hasil kinerja keuangan dan hasil penilaian kehati-hatian yang unggul bagi para karyawan, pemegang saham dan regulator (laporan keuangan UOB, 2021: 36).

c. Logo TMRW



Gambar 4.4 Logo Bank TMRW

d. Kegiatan Usaha TMRW

TMRW memiliki produk jasa yang terdiversifikasi sebagai berikut: (laporan keuangan UOB, 2021: 39)

- 1) Produk Investasi dan *Bancassurance* seperti agen penjual efek reksa dana, SUN Pasar sekunder, UOBI Maxi yield, obligasi riset (E-SBN), obligasi korporasi, *builder Assurance Account* (BAA), *builder Assurance Account Max* (BAA Max), PRU Cinta, *smart Level Term*, dan lain-lain
- 2) Produk Lending seperti *bussines Property Loan*, *bussines Solution Loan*, *current account loan (rupiah and fix)*, *revolving credit facility*, *fixed loan*, *property business financing*, dan lain-lain
- 3) Produk Funding seperti *privilege account*, *one account*, *stash account*, *lady's account*, U-Save, U-plan, TMRW Everyday Account, TMRW Saving Account, TMRW Power Saver, dan lain-lain
- 4) Produk Treasuri seperti produk valuta asing, produk derivative, produk pasar uang, structured product, instrument efek
- 5) Layanan seperti UOB Lady's Account, simpanan pelajar, safe deposit box transfer LC, clearing, dan lain-lain

**5. Gambaran Umum Digibank by DBS**

a. Sejarah Singkat Digibank by DBS

PT Bank DBS Indonesia (DBS Indonesia) bagian dari DBS Group di Singapura didirikan pada tahun 1998 merupakan bank

berdiri terlama di Asia. PT Bank DBS Indonesia (DBS Indonesia) memiliki 1 Kantor Pusat, 13 Kantor Cabang, 17 Kantor Cabang Pembantu dan 6 Wilayah di 15 Kota Besar Indonesia, Bank DBS Indonesia memiliki sub pelayanan yang menyeluruh bagi seluruh nasabah di segmen perbankan korporasi, UKM, dan konsumen (Laporan Keuangan Tahunan DBS Indonesia, 2021:2). Bank DBS Indonesia menciptakan produk dan layanan yang sederhana, cepat dan cerdas sehingga nasabah lebih *Live More, Bank Less* karena kegiatan transaksi perbankan akan menjadi lebih mudah dengan Bank DBS Indonesia (Laporan Keuangan Tahunan DBS Indonesia, 2021: 6).

b. Visi dan Misi Digibank by DBS

1) Visi

Menjadi Bank Pilihan Nasabah dengan memanfaatkan jaringan DBS Group di Asia untuk memperoleh pengalaman perbankan yang menyenangkan.

2) Misi

Untuk menjadi bank komersial terkemuka dengan keseimbangan pertumbuhan bisnis baik sektor Ritel maupun Korporasi serta meneruskan *cross sell* di semua bisnis (Laporan Keuangan Tahunan DBS Indonesia, 2021: 66).

c. Logo Digibank by DBS



Gambar 4.5 Logo Bank DBS

d. Kegiatan Usaha Digibank by DBS

DBS Indonesia menawarkan layanan dan produk perbankan yang mencakup segemen bisnis sebagai berikut: (Laporan Keuangan Tahunan DBS Indonesia, 2021: 68-69)

- 1) Perbankan Korporasi seperti perbankan korporasi, *Financial Institution Group* (FIG), Global Transactional Service (GTS) dan Kustodian.
- 2) *Treasury & Markets* seperti pertukaran mata uang asing, pendapatan tetap (obligasi pemerintahan (termasuk retail) dan obligasi korporasi, dalam bentuk mata uang Rp dan USD), derivatif (termasuk *options*), produk terstruktur
- 3) Perbankan Konsumer

DBS Indonesia memberikan layanan melalui serangkaian produk perbankan *Consumer Banking Group* (CDG) yang lengkap seperti, simpanan nasabah (rekening koran, tabungan, deposito), Reksa Dana, produk-produk *treasury* dan *FX*, obligasi pemerintah, *bancassurance*, kredit tanpa agunan, kredit kepemilikan rumah, *Credit Card*, *Cashline*, *Joint Financing* (Laporan Keuangan Tahunan DBS Indonesia, 2021: 69).

## 6. Gambaran Umum Sea Bank

### a. Sejarah Singkat Sea Bank

Bank BKE secara resmi mengganti namanya menjadi PT Bank Seabank Indonesia. PT Bank Seabank Indonesia meluncurkan fitur layanan digital utama yakni Tabungan dan Virtual Account. Tabungan digital Bank menawarkan kemudahan dan suku bunga tabungan tinggi yang dibayarkan selain itu sea bank juga menawarkan bebas biaya admin dan biaya transfer. Virtual Account perbankan digital memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran online dan offline seperti pengisian saldo e-wallet, pembayaran belanja di e-commerce, maupun pembayaran tagihan lainnya tanpa biaya penanganan. Proses transaksi virtual account secara *real-time*, sistem konfirmasi otomatis, dan transaksi dengan otentikasi dua faktor untuk keamanan transaksi sehingga keamanannya terjamin (Laporan Tahunan Sea Bank, 2021: 37).

b. Visi dan Misi Sea Bank

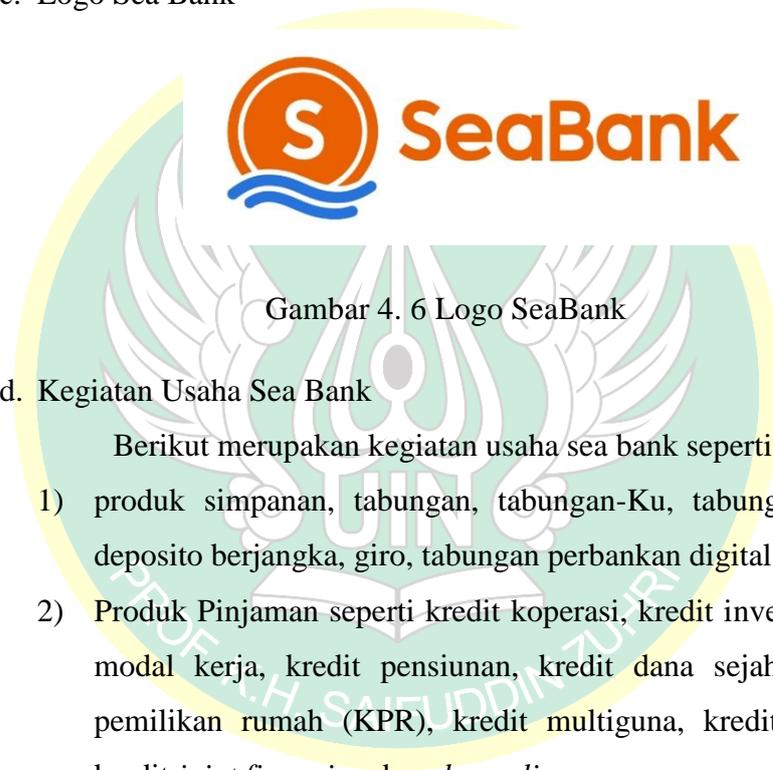
1) Visi

Menjadi bank umum yang terpercaya, andal, dan bangga, untuk melayani segmen ritel dan UMKM di Indonesia

2) Misi

Menyediakan layanan keuangan yang berkualitas dan profesional untuk nasabah ritel dan UMKM di Indonesia (Laporan Tahunan Sea Bank, 2021: 44).

c. Logo Sea Bank



Gambar 4. 6 Logo SeaBank

d. Kegiatan Usaha Sea Bank

Berikut merupakan kegiatan usaha sea bank seperti

- 1) produk simpanan, tabungan, tabungan-Ku, tabungan SimPel, deposito berjangka, giro, tabungan perbankan digital
- 2) Produk Pinjaman seperti kredit koperasi, kredit investasi, kredit modal kerja, kredit pensiunan, kredit dana sejahtera, kredit pemilikan rumah (KPR), kredit multiguna, kredit karyawan, kredit *joint financing* dan *channeling*
- 4) Layanan Perbankan seperti ATM, transfer, kliring, RTGS (*Real Time Gross Settlement*), *virtual account* perbankan digital, *bill payment*, bank garansi (BG), *electronic payroll*, *SMS banking*

**7. Gambaran Umum Blu by BCA**

a. Sejarah Singkat Blu by BCA

PT Bank Rakjat Parahyangan berdiri tahun 1965 di Tjiparaj (Bandung) berubah nama di tahun 1990 menjadi PT Bank Royal Indonesia (Bank Royal). Kemudian Bank Royal diakuisisi oleh PT

Bank Central Asia Tbk (BCA) seiring dengan akuisisi oleh BCA serta transformasi menjadi bank digital berubah nama menjadi BCA Digital atau PT Bank Digital BCA secara resmi pada tanggal 28 Mei 2020 merupakan bank yang hadir melalui platform digital (Laporan Tahunan Blu by BCA, 2021: 32-33)

b. Visi dan Misi Blu by BCA

1) Visi

Menjadi bank digital pilihan utama masyarakat

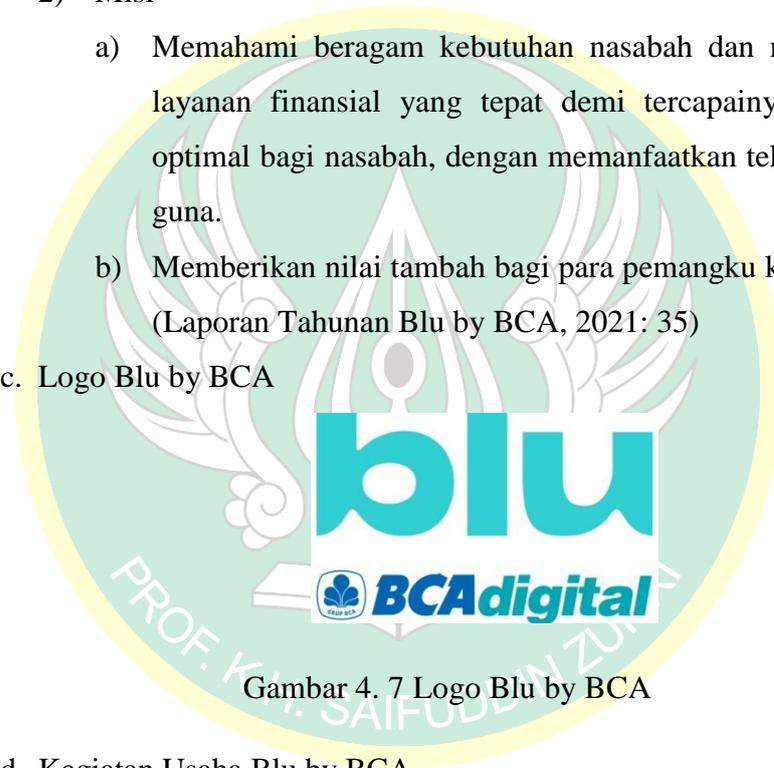
2) Misi

a) Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dengan memanfaatkan teknologi tepat guna.

b) Memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan.

(Laporan Tahunan Blu by BCA, 2021: 35)

c. Logo Blu by BCA



Gambar 4. 7 Logo Blu by BCA

d. Kegiatan Usaha Blu by BCA

Selama tahun 2021 setelah peluncuran aplikasi digital banking BCA Digital, kegiatan usaha yang aktif dilakukan bank meliputi: (Laporan Tahunan Blu by BCA, 2021: 60-61)

- 1) Penghimpunan Dana (*Funding*) seperti tabungan, deposito berjangka
- 2) Penyaluran Dana seperti kredit usaha/ modal kerja, kredit investasi

- 3) Jasa Perbankan Lainnya, transfer online/RTGS/LLG, pembayaran tagihan bulanan (Internet/TV Kabel), penambahan dana e-money, pembayaran menggunakan QRIS, tarik dan setor tunai tanpa kartu via ATM BCA, transfer virtual Account BCA, layanan BCA Digital pada aplikasi mitra (Pembukaan Rekening, Pembayaran Tax Online dll)

## B. Karakteristik Responden

### 1. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.1 menunjukkan kriteria jenis kelamin responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 responden atau sebesar 35% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 65 responden atau sebesar 65%. Sehingga jenis kelamin responden yang digunakan sebagai sampel penelitian paling banyak dari perempuan yaitu berjumlah 65 responden atau 65%.

### 2. Umur Responden

**Tabel 4.2 Umur Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 Tahun	17	17.0	17.0	17.0
	21-25 Tahun	81	81.0	81.0	98.0
	26-30 Tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.2 menunjukkan kriteria usia responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk umur 17-20 tahun sejumlah 17 responden atau 17% , umur 21-25 tahun sejumlah 81 responden atau 81%,, umur 26-30 tahun sejumlah 2 responden atau 2%. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa umur responden yang digunakan sebagai sampel penelitian paling banyak berada di umur 21-25 tahun yaitu berjumlah 81 responden atau 81%.

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

**Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	2	2.0	2.0	2.0
	SMA	75	75.0	75.0	77.0
	Sarjana	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.3 menunjukkan kriteria pendidikan terakhir responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendidikan terakhir SMP atau sekolah menengah pertama sebanyak 2 responden atau 2 %, SMA atau sekolah menengah atas sebanyak 75 responden atau 75% dan sarjana sebanyak 23 responden atau 23%. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa pendidikan terakhir responden yang digunakan sebagai sampel penelitian paling banyak dari SMA atau sekolah menengah pertama yang berjumlah 75 responden atau 75%.

#### 4. Penghasilan Perbulan

**Tabel 4.4 Penghasilan Perbulan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp. 500.000	48	48.0	48.0	48.0
	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	27	27.0	27.0	75.0
	Rp. 1.500.000 sd R. 2.500.000	13	13.0	13.0	88.0
	>Rp. 2.500.000	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.4 menunjukkan kriteria penghasilan perbulan responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk penghasilan perbulan <Rp. 500.000 sebanyak 48 responden atau 48%, Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000 sebanyak 27 responden atau 27%, Rp. 1500.000-Rp. 2.500.000 sebanyak 13 responden atau 13%, dan >Rp. 2.500.000 sebanyak 12 responden atau 12%. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa penghasilan perbulan responden yang digunakan sebagai sampel penelitian paling banyak dari penghasilan perbulan Rp.500.000 sd Rp. 1.500.000 yang berjumlah 27 responden atau 27%.

#### 5. Pekerjaan

**Tabel 4.5 Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/ Mahasiswa	72	72.0	72.0	72.0
	Wiraswasta	3	3.0	3.0	75.0
	Guru	2	2.0	2.0	77.0
	Karyawan Swasta	14	14.0	14.0	91.0

	PNS	2	2.0	2.0	93.0
	Yang Lainnya	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.5 menunjukkan kriteria pekerjaan responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk pelajar atau mahasiswa sebanyak 72 responden atau 72%, wiraswasta sebanyak 3 responden atau 3%, guru sebanyak 2 responden atau 2%, karyawan swasta sebanyak 14 responden atau 14%, PNS sebanyak 2 responden atau 2% dan yang lainnya sebanyak 7 responden atau 7%. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa pekerjaan responden yang digunakan sebagai sampel penelitian paling banyak dari pelajar atau mahasiswa yang berjumlah 72 responden atau 72%.

## 6. Bank Digital yang Digunakan

**Tabel 4.6 Bank Digital yang Digunakan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Jago	16	16.0	16.0	16.0
	Bank Jenius	9	9.0	9.0	25.0
	Neo Bank	22	22.0	22.0	47.0
	TMRW	4	4.0	4.0	51.0
	Digibank by DBS	2	2.0	2.0	53.0
	Sea Bank	27	27.0	27.0	80.0
	Blu by BCA	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.6 menunjukkan kriteria bank digital responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk Bank Jago sebanyak 16 responden atau 16%, Bank Jenius sebanyak 9 responden atau 9%, Neo

Bank sebanyak 22 responden atau 22%, TMRW sebanyak 4 responden atau 4%, Digibank by DBS sebanyak 2 responden atau 2%, Sea Bank sebanyak 27 responden atau 27%, Blu by BCA sebanyak 20 responden atau 20%. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa bank digital responden yang digunakan sebagai sampel penelitian paling banyak dari Sea Bank yang berjumlah 27 responden atau 27%,

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Keabsahan Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat apakah tes pengukuran telah sesuai dengan objek yang seharusnya diukur sebelum digunakan untuk penelitian lebih lanjut (Saptutyningih, 2020: 164). Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah ukuran sampel. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden untuk diujikan validitas. Dalam tabel statistik, nilai  $r$ -tabel dapat dilihat dengan signifikansi 0,05. Hasil dari nilai  $r$ -tabel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r - \text{tabel} &= n - 2 \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 \\ &= 0,1966. \end{aligned}$$

Hasil pengujian validitas melalui SPSS versi 16.0 sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Sig.	r-tabel	Hasil		Keterang an
				Sig.	<i>r- hitung</i>	
Literasi	1	0,05	0,1966	0,000	0.359	<i>Valid</i>

Keuangan Digital (X1)	2	0,05	0,1966	0,000	0,593	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,1966	0,000	0,630	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,1966	0,000	0,686	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,1966	0,000	0,402	<i>Valid</i>
	6	0,05	0,1966	0,000	0,429	<i>Valid</i>
	7	0,05	0,1966	0,000	0,547	<i>Valid</i>
	8	0,05	0,1966	0,000	0,539	<i>Valid</i>
Kemudahan Posedur (X2)	1	0,05	0,1966	0,000	0,812	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,1966	0,000	0,843	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,1966	0,000	0,842	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,1966	0,000	0,608	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,1966	0,000	0,841	<i>Valid</i>
Keamanan (X3)	1	0,05	0,1966	0,000	0,711	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,1966	0,000	0,645	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,1966	0,000	0,738	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,1966	0,000	0,790	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,1966	0,000	0,642	<i>Valid</i>
Keputusan (Y)	1	0,05	0,1966	0,010	0,696	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,1966	0,000	0,806	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,1966	0,000	0,708	<i>Valid</i>

	4	0,05	0,1966	0,010	0,604	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,1966	0,004	0,526	<i>Valid</i>
	6	0,05	0,1966	0,001	0,752	<i>Valid</i>
	7	0,05	0,1966	0,000	0,674	<i>Valid</i>
Religiusitas (Z)	1	0,05	0,1966	0,000	0,637	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,1966	0,002	0,693	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,1966	0,000	0,857	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,1966	0,000	0,856	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,1966	0,000	0,763	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas menunjukan bahwa masing-masing indikator atau pertanyaan variabel memiliki nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel ( $r\text{-hitung} > 0,1966$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa data pada variabel Literasi Keuangan Digital (X1), Kemudahan Prosedur (X2), Keamanan (X3) dan Keputusan Menabung (Y) dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan pada analisis data selanjutnya.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebagai indikator ketelitian suatu alat ukur diketahui dengan melakukan pengukuran berulang terhadap gejala yang sama dengan hasil yang sama (Saptutyningasih, 2020: 166). Teknik yang digunakan dalam pengukuran menggunakan konfensiensi *alpha crombach* sebesar  $>0,60$ . Instrumen akan dikatakan *reliable* apabila nilai *cronbach's alpha*  $>$  nilai *alpha*

(*cronbach's alpha* > 0,60) Hasil pengujian reliabilitas melalui SPSS versi 16.0 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Chombach alpha	Kesimpulan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,610	Reliable
Kemudahan Prosedur (X2)	0,836	Reliable
Keamanan (X3)	0,743	Reliable
Keputusan (Y)	0,806	Reliable
Religiusitas (Z)	0,819	Reliable

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

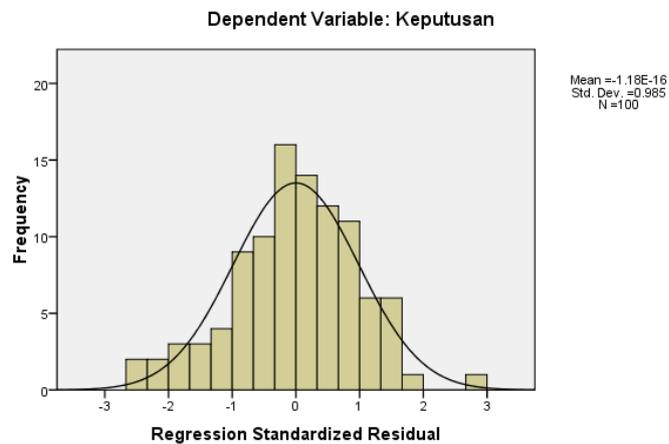
Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X1), Kemudahan Prosedur (X2), Keamanan (X3), Keputusan (Y) dan Religiusitas (Z) memiliki *chombach's alpha* >0.60 dapat disimpulkan bahwa setiap variabel reliabel dan data dapat dilanjutkan pengujian.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual atau variabel pengganggu dalam model regresi mengikuti distribusi normal dalam penelitian ini dapat dilihat dari grafik dan uji statistik, yaitu sebagai berikut:

## 1) Grafik Histogram

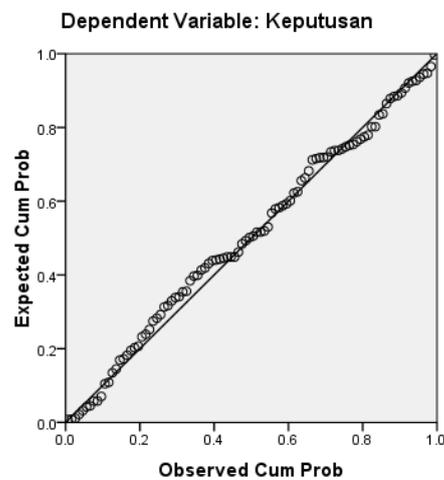


Gambar 4.8 Grafik Histogram

Gambar 4.8 menunjukkan perbandingan data yang diamati dengan distribusi yang mendekati normal. Gambar chart tersebut berbentuk seperti lonceng terbalik dimana yang memenuhi garis lonceng merupakan data yang berdistribusi normal. Sehingga grafik histogram di atas memiliki model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.

## Grafik P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.9 Grafik P-P Plot

Gambar 4.9 menunjukkan titik-titik yang mengikuti dan mendekati garis diagonal. Titik-titik tersebut menyebar dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Kolmogorov Smirnov

Dalam pengambilan keputusan uji Kolmogorov smirnov, nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika  $K \text{ hitung} < K \text{ tabel}$  atau  $\text{Sig.} > \alpha (0,05)$ .

**Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.51219820
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.037
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.921
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Tabel 4.9 menunjukkan nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,921 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal sehingga asumsi persyaratan normalitas telah terpenuhi.

## b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* nya. Dimana besaran nilai VIF (*variablel inflantion factor*)  $\leq 10$  dan besarnya *Tolerance*  $\geq 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.766	3.571		2.175	.032		
Literasi Keuangan Digital	.237	.113	.196	2.099	.038	.803	1.246
Kemudahan Prosedur	-.080	.134	-.058	-.599	.551	.732	1.366
Keamanan	.683	.121	.517	5.655	.000	.834	1.199

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Dari tabel 4.10 menunjukkan masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari sama dengan 0,10 ( $Tolerance \geq 0,10$ ). Literasi Keuangan Digital memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,803 Kemudahan Prosedur sebesar 0,732 dan Keamanan sebesar 0,834. Kemudian jika dilihat dari nilai VIF maka masing-masing variabel independen memiliki nilai  $VIF \leq 10$ . Literasi Keuangan Digital (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,246, Kemudahan Prosedur (X2) sebesar 1,366 dan Keamanan (X3) sebesar 1,199. Berdasarkan nilai  $Tolerance \geq 0,10$  dan  $VIF \leq 10$  maka dapat diartikan semua variabel tidak terjadi gejala multikolineritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. (Ghozali, 2018: 137)

**Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.498	2.201		1.135	.259
Literasi Keuangan Digital	.049	.070	.079	.702	.484
Kemudahan Prosedur	.027	.082	.039	.333	.740
Keamanan	-.101	.074	-.150	-1.355	.178

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Kriteria pengujian glejser jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05. Literasi Keuangan Digital (X1) sebesar 0,484 Kemudahan Prosedur (X2) sebesar 0,740 dan Keamanan (X2) sebesar 0,178. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **d. Uji Linieritas**

Dasar pengambilan keputusan uji linieritas yaitu jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linier. (Ghozali, 2018: 167)

## 1) Literasi Keuangan Digital

**Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas Literasi Keuangan Digital**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Literasi Keuangan Digital	Between Groups	(Combined)	367.995	15	24.533	1.416	.159
		Linearity	174.390	1	174.390	10.068	.002
		Deviation from Linearity	193.606	14	13.829	.798	.668
	Within Groups		1454.915	84	17.320		
Total			1822.910	99			

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai *Sig. deviation from linearity* sebesar  $0,668 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara literasi keuangan digital dengan keputusan menabung.

## 2) Kemudahan Prosedur

**Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas Kemudahan Prosedur**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Kemudahan Prosedur	Between Groups	(Combined)	333.767	13	25.674	1.483	.140
		Linearity	95.437	1	95.437	5.512	.021
		Deviation from Linearity	238.330	12	19.861	1.147	.334
	Within Groups		1489.143	86	17.316		
Total			1822.910	99			

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai *Sig. deviation from linearity* sebesar  $0,334 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara kemudahan prosedur dengan keputusan menabung.

## 3) Keamanan

Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas Keamanan

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Keamanan	Between Groups	(Combined)	697.392	14	49.814	3.762	.000
		Linearity	545.185	1	545.185	41.173	.000
		Deviation from Linearity	152.207	13	11.708	.884	.572
	Within Groups	1125.518	85	13.241			
Total			1822.910	99			

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai *Sig. deviation from linearity* sebesar  $0,572 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara keamanan dengan keputusan menabung.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel literasi keuangan digital, kemudahan prosedur dan keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital. Dikatakan diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan  $sig. < 0,05$ .  $t$  tabel didapatkan dari perhitungan melalui rumus:  $[DF = n-k]$  yaitu  $Df = 100-4 = 96$ , kemudian diperoleh  $t$  tabel sebesar 1,986.

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.766	3.571		2.175	.032
	Literasi Keuangan Digital	.237	.113	.196	2.099	.038
	Kemudahan Prosedur	-.080	.134	-.058	-.599	.551
	Keamanan	.683	.121	.517	5.655	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan tabel 4.15 menghasilkan output yaitu X1 (literasi keuangan digital) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,099 > 1,986$  artinya bahwa variabel literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap keputusan (Y). Pada variabel X2 kemudahan prosedur yang memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-0,599 < 1,986$  memiliki arti bahwa variabel kemudahan prosedur tidak berpengaruh terhadap keputusan (Y). Pada variabel X3 keamanan memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,655 > 1,986$  memiliki arti bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan (Y).

#### b. Uji F

Pada pengujian uji f dikatakan diterima apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$ . Dimana  $f_{hitung}$  didapatkan dari pengujian statistik dan  $f_{tabel}$  didapatkan dari rumus:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

Dimana:

$$n = 100 \text{ (banyaknya responden)}$$

$$k = 4 \text{ (variabel penelitian)}$$

Maka akan menjadi:

$$df1 = 4 - 1 = 3$$

$df_2 = 100 - 3 = 97$ , dan diperoleh  $f_{\text{tabel}}$  sebesar 2,70

**Tabel 4.16 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.692	3	200.564	15.766	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1221.218	96	12.721		
	Total	1822.910	99			

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan tabel 4.16 menghasilkan nilai  $f_{\text{hitung}}$  sebesar 15,766 yang lebih besar dari  $f_{\text{tabel}}$  yaitu 2,70 ( $15,766 > 2,70$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variabel independen literasi keuangan digital, kemudahan prosedur, dan keamanan secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan menabung.

**c. Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi)**

**Tabel 4.17 Hasil Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 <sup>a</sup>	.330	.309	3.56665

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui nilai R atau *coefficients* korelasi sebesar 0,575 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen hal tersebut dikarenakan nilai R yang mendekati nilai 1. Tabel 4.17 juga diperoleh nilai *coefficients* determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,330 yang berarti bahwa variabel independen berkontribusi mempengaruhi

variabel dependen sebesar 0,330 atau 33% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel diluar model.

**d. Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)**

*Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah pengujian interaksi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). (Ghozali, 2018: 227)

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Model 2 Literasi Keuangan Digital**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.436	3.390		2.489	.015
	Literasi Keuangan Digital	.186	.106	.153	1.757	.082
	Religiusitas	.623	.106	.512	5.875	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan output persamaan regresi kedua diperoleh *coefficients* regresi literasi keuangan digital sebesar 0,623 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.

**Tabel 4.19 Hasil Uji Model 3 Literasi Keuangan Digital****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.870	16.044		-.117	.907
	Literasi Keuangan Digital	.507	.501	.418	1.013	.314
	Religiusitas	1.168	.836	.959	1.397	.166
	X1Z	-.017	.026	-.588	-.657	.513

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan output persamaan regresi ketiga diperoleh koefisien regresi variabel interaksi sebesar -0,017 dan nilai signifikan  $0,513 > 0,05$  maka variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

**Tabel 4.20 Hasil Uji Model 2 Kemudahan Prosedur****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.260	2.764		4.435	.000
	Kemudahan Prosedur	.064	.122	.047	.522	.603
	Religiusitas	.661	.109	.543	6.078	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan output persamaan regresi kedua diperoleh koefisien regresi religiusitas sebesar 0,661 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

**Tabel 4.21 Hasil Uji Model 3 Kemudahan Prosedur**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.165	12.392		1.627	.107
	Kemudahan Prosedur	-.313	.588	-.228	-.532	.596
	Religiusitas	.248	.640	.203	.387	.700
	X2Z	.020	.030	.506	.654	.514

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisiner SPSS Versi 16

Berdasarkan output persamaan regresi ketiga diperoleh koefisien variabel regresi interaksi sebesar 0,020 nilai signifikan 0,514 > 0,05 maka variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

**Tabel 4.22 Hasil Uji Model 2 Keamanan**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.239	2.191		4.674	.000
	Keamanan	.420	.140	.318	2.998	.003
	Religiusitas	.427	.129	.351	3.309	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan output persamaan regresi kedua diperoleh koefisien regresi religiusitas sebesar 0,427 dan nilai signifikan 0,001 < 0,05 maka variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung.

**Tabel 4.23 Hasil Uji Model 3 Keamanan**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.885	8.930		.771	.443
	Keamanan	.615	.523	.466	1.176	.242
	Religiusitas	.599	.462	.492	1.298	.198
	X3Z	-.010	.025	-.264	-.388	.699

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner SPSS Versi 16

Berdasarkan output persamaan regresi ketiga diperoleh koefisien variabel regresi interaksi sebesar -0,010 nilai signifikan 0,699 > 0,05 maka variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka secara keseluruhan pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital

Hipotesis pertama (H1) penelitian ini menduga bahwa variabel literasi keuangan digital (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t maka diperoleh nilai t hitung untuk variabel literasi keuangan digital (X1) sebesar 2,099 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,099 > 1,986$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,038 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya  $H_1$  **diterima** sehingga variabel Literasi Keuangan Digital (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung. Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,237 hal tersebut dapat diartikan apabila terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada nilai literasi keuangan digital maka keputusan menabung akan meningkat sebesar 0,237. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi literasi keuangan digital seseorang maka semakin tinggi pula keputusan mereka untuk menabung di bank digital.

Penelitian ini diperkuat dengan teori Pride dan Ferrell (1995) yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial (Sangadji & Sopiah, 2018: 335). Literasi keuangan digital dioperasionalkan sebagai faktor psikologis seseorang dimana Pengetahuan dan pengalaman akan menentukan perubahan sikap dan perilaku konsumen pada saat mengambil keputusan pembelian atau menggunakan produk. Chen dan Volpe (1998) kemudian mengajukan teori yang menjelaskan bahwa orang dengan tingkat pengetahuan yang rendah dapat membuat keputusan keuangan yang salah. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan di bidang keuangan pribadi

mempengaruhi seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang baik (Said dan Amiruddin, 2017). Selanjutnya penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Delista (2021) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel literasi keuangan dengan keputusan menabung. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pemahaman literasi keuangan nasabah berpengaruh besar terhadap keputusan menabung nasabah.

Literasi keuangan digital memberikan pemahaman tentang tata cara pengelolaan keuangan termasuk pada pemahaman produk dan layanan keuangan pada teknologi untuk mencapai kesejahteraan. Menurut temuan penelitian di lapangan, responden perbankan digital mengetahui produk keuangan digital yang mereka gunakan. Pengalaman responden dengan produk keuangan digital dan kemampuan nasabah dalam mengelola aktivitas keuangan memungkinkan mereka mengambil keputusan untuk menabung di bank digital. Responden dalam studi kasus ini juga memahami risiko dan manfaat yang mereka hadapi saat menggunakan perbankan digital. Hasil ini tidak diragukan lagi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital yang lebih tinggi akan membantunya membuat perencanaan keuangan dan keputusan keuangan yang baik, seperti keputusan menabung. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan digital seseorang yang tinggi berdampak baik pada perilaku menabung mereka.

Hal tersebut sesuai dengan yang tertera dalam Al Qur'an surat Mujadalah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman apabila dikatakan kepadamu: Berlapang-lapanglah dalam majlis, maka lapanglah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: Berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang

*yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Dari ayat di atas dalam Tafsir as-Sa'di atau Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, pakar tafsir abad 14 H menunjukkan keutamaan sebuah ilmu dan keindahan ilmu. Allah akan mengangkat derajat orang yang berilmu dan beriman. Buah dari sebuah ilmu adalah beradab. Ilmu akan menghasilkan adab yang baik dimana berperilaku baik merupakan bagian dari ilmu dan iman (Tafsirweb, 2023). Hal ini berarti bahwa dengan meningkatkan keilmuan tentang literasi keuangan digital maka akan menjadi sikap yang bijak dalam mengatur keuangan seperti keputusan menabung. Literasi keuangan digital digunakan sebagai landasan dalam membuat keputusan keuangan yang bijak sehingga kesejahteraan akan tercapai.

## 2. Pengaruh Kemudahan Prosedur terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital

Hipotesis kedua ( $H_2$ ) penelitian ini menduga bahwa variabel kemudahan prosedur ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital ( $Y$ ). Berdasarkan hasil analisis uji t maka diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kemudahan prosedur ( $X_2$ ) sebesar -599 yang menunjukan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-599 < 1,986$ ) dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,551 > 0,05$ ) dan koefisien regresi sebesar -0,080. Hal tersebut menunjukan bahwasanya  $H_2$  **ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukan koefisien regresi yang bernilai negatif yaitu sebesar -0,080.

Kemudahan prosedur merupakan kesederhanaan sebuah langkah-langkah atau proses dimana seseorang tidak memerlukan banyak usaha dan bebas dari tantangan dalam pemanfaatannya. Penelitian ini tidak mendukung teori Pride dan Ferrell (1995) yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial (Sangadji & Sopiah, 2018: 335). Kemudahan prosedur dioperasionalkan sebagai faktor situasional, meliputi kondisi sarana dan

prasarana, tempat berbelanja, kapan berbelanja, siapa yang menggunakan produk, dan kondisi saat dibeli. Faktor situasional sangat menentukan pembelian atau penggunaan produk dan jasa oleh konsumen. Jika salah satu faktor situasional tidak terpenuhi, konsumen akan enggan untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang diberikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Bala dan Haryanto, 2021), yang menyatakan bahwa kesederhanaan prosedur berdampak positif terhadap keputusan menabung nasabah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rendy Putra Pradwita dkk (2020) bahwa faktor kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan. Tidak terdapatnya pengaruh positif dari faktor kemudahan terhadap keputusan dalam penelitian ketahu karena terdapat faktor lain yang lebih mempengaruhi keputusan. Sesuai hasil penelitian jika dilihat dari rata-rata usia pada responden masuk ke dalam kategori usia muda dimana mereka mudah beradaptasi atas perkembangan teknologi sehingga mereka beranggapan bahwa kemudahan prosedur yang ditawarkan bank digital tidak mempengaruhi mereka dalam melakukan pengambilan keputusan. Selain itu penelitian ini didukung pula oleh penelitian Yuliawan (2018) dimana penelitian tersebut menjelaskan bahwa faktor kemudahan tercermin dari bagaimana pengoperasional saat bertransaksi secara online. Pada saat bertransaksi secara online individu akan memerlukan banyak waktu untuk beradaptasi maupun memahami bagaimana bertransaksi dalam sistem online bahkan terkadang mengalami kesulitan karena tidak semua bisnis online akan menerapkan sistem transaksi yang sama. Sehingga hal tersebut akhirnya membuat individu cenderung mengurungkan niatnya jika menemui kesulitan dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil penelitian beberapa responden ada yang menganggap bahwa persyaratan yang dibutuhkan untuk menabung di bank digital cukup merepotkan selain itu responden membutuhkan waktu yang

cukup lama untuk memahami menu yang ada pada aplikasi bank digital ketika melakukan transaksi, sehingga responden cenderung menunda untuk melakukan transaksi menabung apabila menjumpai suatu kesulitan. Hal demikian dapat terjadi apabila masyarakat belum sepenuhnya memahami aplikasi maupun fitur yang ada di bank digital.

### 3. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital

Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) penelitian ini menduga bahwa variabel keamanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital ( $Y$ ). Berdasarkan hasil analisis uji t maka diperoleh nilai t hitung untuk variabel keamanan ( $X_3$ ) sebesar 8,747 yang menunjukan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,655 > 1,986$ ) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukan bahwasanya  $H_3$  **diterima** sehingga variabel Keamanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian ini menunjukan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,683 sehingga dapat diartikan apabila terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada nilai keamanan maka keputusan menabung akan meningkat sebesar 0,683. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi keamanan yang ditawarkan bank digital maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk menabung di bank digital.

Penelitian ini diperkuat dengan teori Pride dan Ferrell (1995) yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial (Sangadji & Sopiah, 2018: 335). Keamanan dioperasionalkan sebagai faktor situasional. Faktor situasional, meliputi kondisi sarana dan prasarana, tempat berbelanja, kapan berbelanja, siapa yang menggunakan produk, dan kondisi saat dibeli. Faktor situasional akan menentukan konsumen dalam pembelian atau penggunaan produk dan jasa. Pada penelitian ini faktor situasional telah terpenuhi sehingga konsumen memutuskan niatnya untuk melakukan pembelian atau penggunaan produk dan jasa yang ditawarkan.

Kemudian penelitian ini juga didukung oleh teori dari Rose (1993) dalam Irmayanto dkk., (2009) salah satu faktor yang ada pada Bank dan lembaga keuangan lainnya adalah kepercayaan. Jika ada rasa aman dan nyaman dalam menyimpan uang yang dimiliki, maka kepercayaan akan lahir. Kontribusi terbesar dari penelitian ini terletak pada faktor keamanan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Setianto dkk., (2022) menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Keputusan nasabah menabung karena ingin mendapatkan keamanan untuk uang yang disimpan.

Jaminan rasa aman yang diberikan perbankan menjadi kebutuhan dasar bagi nasabah oleh karena itu mutlak diperlukan. Jaminan rasa aman merupakan jaminan yang diberikan dalam bertransaksi maupun pelayanan dalam membangkitkan rasa percaya nasabah. Sehingga semakin aman sistem pada lembaga perbankan maka nasabah akan percaya dengan lembaga perbankan tersebut. Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan responden akan memilih bank digital yang memiliki reputasi yang baik yang di tunjukan dengan kemampuan perusahaan dalam menjaga privasi dan menjamin keamanan data nasabah sehingga hal ini menjadi faktor penting yang membuat responden memutuskan untuk menabung di bank digital. Indikator privasi yang terjaga akan menjadikan nasabah tidak merasa khawatir dalam menaruh dana di bank digital dalam hal ini nasabah akan percaya pada bank digital yang sudah memiliki sistem dan pengaturan kegiatan yang secara keseluruhan telah terintegrasi pada sektor keuangan seperti sudah terdaftar di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) serta dilindungi oleh LPS (Lembaga Penjamin Sosial). Hal ini menjadi tantangan bagi perbankan digital untuk terus meningkatkan kualitas keamanannya terutama pada penjaminan keamanan produk tabungan.

Hal tersebut sesuai dengan yang tertera dalam Al Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-182:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar”.

Dari ayat di atas dalam Tafsir as-Sa'di atau Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, pakar tafsir abad 14 H mengandung perintah untuk menyempurnakan timbangan dan takaran serta larangan untuk mengurangi timbangan dan takaran. Apabila seseorang akan memberikan kepada orang lain maka diharuskan untuk menyempurnakan takaran dengan tidak mengurangi takarannya yang menjadikan diri menjadi serakah atas pembayaran yang kurang. Adapun jika ingin meminta dari mereka, maka mintalah dalam keadaan yang cukup. Sehingga ambillah sebagaimana yang kalian serahkan dan serahkanlah sebagaimana yang kalian ambil (TafsirWeb, 2023). Dari tafsir ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila menjalankan usaha harus amanah dan jujur tidak boleh mengambil hak orang lain yang akan menyebabkan kerugian di salah satu pihak. Sehingga pengaplikasiannya pada bank digital yaitu harus mengedepankan pelayanan yang aman dan amanah sehingga nasabah akan merasa aman dan tidak merasa dirugikan ketika melakukan transaksi di Bank digital seperti ketika menitipkan dananya atau menabung.

#### 4. Pengaruh literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung di Bank Digital yang di moderasi dengan religiusitas

Hipotesis ke lima (H<sub>4</sub>) penelitian ini menduga bahwa religiusitas sebagai moderasi dapat mempengaruhi literasi keuangan digital terhadap keputusan. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel religiusitas pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukan variabel interaksi) berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar  $0,000 < 0,05$ . Namun pada persamaan regresi ketiga variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar  $0,385 > 0,513$ . Mengacu pada buku karya (Ghozali, 2018: 227) bahwa variabel moderator terbagi dalam tiga kategori, salah satunya adalah tipe

*predictor moderation* dimana  $b_2$  signifikan ( $b_2 \neq 0$ ) dan  $b_3$  tidak signifikan ( $b_3 = 0$ ) dikatakan *predictor moderation* dikarenakan variabel yang awalnya dihipotesiskan untuk menjadi variabel moderasi tetapi pada pengujian menunjukkan bahwa variabel tersebut hanya sebagai variabel penjelas atau predictor tidak untuk memoderasi.

Penelitian ini berbeda dengan teori Pride dan Ferrell (1995) yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial (Sangadji & Sopiah, 2018: 335). Religiusitas dioperasionalkan sebagai faktor psikologis seseorang dimana ajaran-ajaran agama dapat memengaruhi sikap, motivasi, persepsi, dan perilaku konsumen saat menggunakan barang atau jasa. Oleh karena itu, jika suatu produk tidak sesuai dengan keyakinan agama konsumen, maka konsumen akan mengurungkan niat untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung di bank digital oleh karena itu religiusitas yang dimiliki literasi keuangan digital tidak memiliki peran dalam meningkatkan peran keputusan untuk menabung di bank digital. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Thohari & Hakim (2021), Al hakim (2022) yang menyatakan bahwa peran religiusitas tidak dapat memperkuat atau memperlemah literasi keuangan terhadap keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan digital yang diiringi tingkat religiusitas yang tinggi belum tentu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung.

Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat atau memperlemah literasi keuangan digital seseorang terhadap keputusan menabung di bank digital. Sehingga hipotesis keenam ( $H_6$ ) yang menyatakan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi literasi

keuangan digital terhadap keputusan menabung **ditolak**. Keterlibatan antara religiusitas dan literasi keuangan digital ialah tingkat literasi keuangan digital dalam penelitian ini tidak dapat terdorong untuk meningkat atau melemah dengan hanya kehadiran religiusitas meskipun religiusitas sangat mampu mempengaruhi suatu keputusan menabung.

5. Pengaruh kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung di bank digital yang di moderasi dengan religiusitas

Hipotesis ke lima ( $H_5$ ) penelitian ini menduga bahwa religiusitas sebagai moderasi dapat mempengaruhi kemudahan prosedur terhadap keputusan. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel religiusitas pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukan variabel interaksi) berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar  $0,000 < 0,05$ . Namun pada persamaan regresi ketiga, variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar  $0,514 > 0,05$ . Dengan berpedoman pada buku karya (Ghozali, 2018: 227) maka variabel religiusitas pada hipotesis  $H_5$  merupakan tipe *predictor moderation* dimana  $b_2$  signifikan ( $b_2 \neq 0$ ) dan  $b_3$  tidak signifikan ( $b_3 = 0$ ) diktakan *predictor moderation* dikarenakan variabel yang awalnya dihipotesiskan untuk menjadi variabel moderasi tetapi pada pengujian menunjukkan bahwa variabel tersebut hanya sebagai variabel penjelas atau predictor tidak untuk memoderasi.

Penelitian ini berbeda dengan teori Pride dan Ferrell (1995) yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial (Sangadji & Sopiah, 2018: 335). Religiusitas dioperasionalkan sebagai faktor psikologis seseorang dimana ajaran-ajaran agama dapat memengaruhi sikap, motivasi, persepsi, dan perilaku konsumen saat menggunakan barang atau jasa. Oleh karena itu, jika suatu produk tidak sesuai dengan keyakinan agama konsumen, maka konsumen akan mengurungkan niat untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan hasil ini dapat dikatakan bahwa variabel

keyakinan agama tidak memoderasi hubungan antara kemudahan prosedur dengan keputusan menabung pada perbankan digital, sehingga keyakinan agama dengan kemudahan prosedur tidak berpengaruh terhadap peningkatan keputusan menabung. bank digital.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh kemudahan prosedur terhadap keputusan, akan tetapi keputusan menabung di bank digital dapat dipengaruhi oleh religiusitas. Sehingga hipotesis kelima ( $H_5$ ) yang menyatakan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi kemudahan prosedur terhadap keputusan **ditolak**.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Rachman, (2018) yang menyatakan bahwa peran religiusitas tidak dapat memperkuat atau memperlemah kemudahan terhadap keputusan menabung. Peran keyakinan agama tidak memperkuat atau memperlemah keputusan kemudahan menabung. Nilai-nilai religiusitas tidak mendorong masyarakat untuk menabung di bank digital. Ketaatan dan kepatuhan tidak serta merta membuat masyarakat memilih menabung di bank digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudahnya proses bertransaksi yang diiringi tingkat religiusitas yang dimiliki individu belum tentu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung. Keyakinan yang kuat dalam menjalankan agama tidak terbukti selaras dengan pilihan dalam memilih bertransaksi dengan bank digital.

#### 6. Pengaruh keamanan terhadap keputusan menabung di Bank Digital yang di moderasi dengan religiusitas

Hipotesis keenam ( $H_6$ ) penelitian ini menduga bahwa religiusitas sebagai moderasi dapat mempengaruhi keamanan terhadap keputusan. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel religiusitas pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukan variabel interaksi) berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar  $0,001 < 0,05$  dan

pada persamaan regresi ketiga variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar  $0,699 > 0,05$ . Dengan berpedoman pada buku karya (Ghozali, 2018: 227) maka variabel religiusitas pada hipotesis  $H_6$  merupakan tipe *predictor moderation* dimana  $b_2$  signifikan ( $b_2 \neq 0$ ) dan  $b_3$  tidak signifikan ( $b_3 = 0$ ) dikatakan *predictor moderation* dikarenakan variabel yang awalnya dihipotesiskan untuk menjadi variabel moderasi tetapi pada pengujian menunjukkan bahwa variabel tersebut hanya sebagai variabel penjelas atau predictor tidak untuk memoderasi

Penelitian ini berbeda dengan teori Pride dan Ferrell (1995) yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial (Sangadji & Sopiah, 2018: 335). Religiusitas dioperasionalkan sebagai faktor psikologis seseorang dimana ajaran-ajaran agama dapat memengaruhi sikap, motivasi, persepsi, dan perilaku konsumen saat menggunakan barang atau jasa. Oleh karena itu, jika suatu produk tidak sesuai dengan keyakinan agama konsumen, maka konsumen akan mengurungkan niat untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital oleh karena itu religiusitas yang dimiliki keamanan tidak memiliki peran dalam meningkatkan peran keputusan untuk menabung di bank digital. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Prihanto (2017) yang mengatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Perbedaan dari penelitian ini dengan peneliti yakni menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel moderating dimana dalam penelitian ini tidak terdapat memperkuat atau memperlemah pengaruh keamanan terhadap keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan yang diberikan perbankan digital dalam proses bertransaksi yang diiringi tingkat religiusitas yang

dimiliki individu belum tentu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi tidak memperkuat atau memperlemah keamanan terhadap keputusan. Sehingga hipotesis keenam ( $H_6$ ) yang menyatakan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi keamanan terhadap keputusan **ditolak**.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital. Dimana literasi keuangan digital dapat menjadi tolak ukur atau faktor responden dalam melakukan pengambilan keputusan.
2. Variabel kemudahan prosedur tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital. Dimana kemudahan prosedur tidak dapat menjadi tolak ukur atau faktor responden dalam melakukan pengambilan keputusan.
3. Variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank digital. Dimana keamanan dapat menjadi tolak ukur atau faktor responden dalam melakukan pengambilan keputusan.
4. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung di bank digital. Religiusitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah faktor literasi keuangan digital terhadap keputusan menabung di bank digital.
5. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung di bank digital. Religiusitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah faktor kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung di bank digital.
6. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital. Religiusitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah faktor keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau rujukan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya seperti menambahkan atau mengembangkan variabel moderating maupun variabel independen diluar penelitian misalnya variabel motivasi, produk atau persepsi masyarakat sehingga dapat menjadi pembeda dari penelitian ini. Selain itu dapat menggunakan alat analisis yang lain seperti faktor, SEM dan lain-lain agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengambilan keputusan untuk kepentingan pengembangan bank digital. Perbankan digital diharapkan mampu memahami keluhan-keluhan nasabah seperti dengan menyederhanakan tampilan aplikasi yang mudah dipahami nasabah sehingga tidak rumit untuk digunakan. Untuk mempertahankan dan meningkatkan faktor keamanan, lembaga perbankan digital harus lebih menjaga keamanan dan privasi nasabah karena faktor keamanan merupakan faktor tertinggi menjadikan nasabah yakin dalam menitipkan dananya.
3. Bagi masyarakat hasil penelitian ini dapat digunakan referensi atau sumber bacaan untuk mengedukasi masyarakat Indonesia pada umumnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, M. H., & Rifa. 2022. "Pengaruh Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam Riau Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah". dalam *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, No. 1.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. Diakses pada 21 Juli 2023 pukul 16.00 WIB
- Bala, R. P., & Haryanto, A. T. 2021. "Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen". dalam *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, Vol. 8, No. 1.
- Brama Kumbara, V. 2021. "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse". dalam *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2, No. 5.
- Chen, H., and Volpe, R.P., An Analysis of Financial Literacy among College Student. *Financial Service Review*, 7 (1) 107-108. 1998.
- Davis, F. D. 1989. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". dalam *Jurnal MIS Quarterly: Management Information Systems*, Vol. 13. No 3.
- Delista. 2021. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Muslim Menabung pada Bank Konvensional (Studi Kasus Nasabah Muslim Desa Siturajo Kari pada Bank Konvensional di Teluk Kuantan)". *Skripsi*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.
- Dianta, I. A., & Zusrony, E. 2019. "Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan pada Nasabah Pengguna Internet Banking Analysis of Influence of Banking Information Security System to Internet Banking User Customer". dalam *Jurnal Intensif*, Vol. 3 No. 1
- Efendi, N., Budiono, Priyono, A. F., Ervani, E., Sapulette, S., & Dewi, V. I. 2022. "Pelatihan Literasi Keuangan Digital kepada Pengusaha Mikro di Kabupaten Bandung Jawa Barat". dalam *Jurnal Panrita Abdi; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 6, No. 1.
- Emila, S. 2022. "Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Islam ( Bsi ) Cabang Lahat". dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 7. No. 1.
- Falevy, M. I., Suryani, & Prima Dwi Priyatno. 2022. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Persepsi Mahasiswa Jabodetabek Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah". *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 1.
- Farokha, S., & Rivai, A. R. 2021. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan

Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian". dalam *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 4, No. 03.

Faturrahman, A. 2019. "Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah". dalam *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol. 53 No. 9.

Firdaus, S. R. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2013)". *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.

Ghozali, Imam. 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*" Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hery. 2020, *Dasar-dasar Perbankan*, PT Grasindo, Jakarta.

Irmayanto, Juli, dkk. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta : Universitas Trisakti

Isnaini, D. 2020. "Relevansi Religiusitas Dengan Perilaku Konsumsi". dalam *Jurnal Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1

Kurniawan, Adi. C., Reni Shinta Dewi dan Ngatno. 2021. " Pengaruh *E-service Quality* dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Marketplace* Tokopedia (Studi Kasus *Seller* Tokopedia". dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 10, No. 1.

Laporan Keberlanjutan Bank BTPN, 2021 Diakses 23 Maret 2023, dari [www.btpn.com](http://www.btpn.com) Pukul 13.00

Laporan Keuangan Tahunan Neo Bank Commerce, 2021, Diakses 23 Maret 2023 dari [www.bankneocommerce.co.id](http://www.bankneocommerce.co.id). Pukul 14.00

Laporan Keuangan Tahunan DBS Indonesia, 2021 Diakses 24 Maret 2023 dari [www.dbs.id](http://www.dbs.id). Pukul 14.00

Laporan Keuangan UOB, 2021 Diakses 24 Maret 2023, dari [www.uob.co.id](http://www.uob.co.id) Pukul 10.00

Laporan Tahunan Bank Jago, 2021. Diakses 23 Maret 2023, dari [www.jago.com](http://www.jago.com) Pukul 12.00

Laporan Tahunan Blu by BCA, 2021 Diakses 26 Maret 2023, dari [www.blubybcadigital.id](http://www.blubybcadigital.id) Pukul 10.00

Laporan Tahunan Sea Bank, 2021 Diakses 26 Maret 2023, dari [www.seabank.co.id](http://www.seabank.co.id) Pukul 11.00

- León, A. K., & Pfeifer, C. 2017. "Religious activity, risk-taking preferences and financial behaviour: Empirical evidence from German survey data". dalam *Journal of Behavioral and Experimental Economics* , Vol. 69, No. 99–107.
- 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*, Vol. 3, No. 1
- Mahardika, T. P. 2019. "Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi". dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 16, No. 2
- Nugraha, Robertus And, Nawaziruil Lubis, Apriatni EP. 2014. "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Semarang Patimura. diakses 29 April 2023 dari <https://ejournal.undip.ac.id>. pukul 19.22
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. 2020. "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)". dalam *Jurnal Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No. 2.
- OJK. 2016. "Panduan Penyelenggara Digital Branch Oleh Bank Umum". *Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum*, diakses 28 Juni 2023. dari [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id). 2023 pukul 13.00.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. 2021. "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening". dalam *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, Vol. 10, No. 1
- Pemerintah Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan. *Undang-Undang*, 1, 1–67. Dapat diunduh dari: <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU242004LPS.pdf>
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. 2018. "Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur". dalam *Journal of Business and Management*, Vol. 5
- Prihanto, H. 2017. "Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Memengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah". dalam *Jurnal Provita*, Vol. 10, No. 1
- Populix, 2022. Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps. diakses 28 Juni 2023. dari [info.populix.co](http://info.populix.co). 2022 diakses pukul 13.00
- Rachman, T. 2018. "Penerapan Model Utaut Dalam Penerimaan Nasabah

Menggunakan Digital Banking Bni Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus: Nasabah Bni Syariah Tangerang Selatan)". dalam jurnal *Angewandte Chemie International Edition*, Vol. 6, No. 11

Rachmatullah, D. P. 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Di Indonesia)". *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Rahayu, R. 2022. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia". dalam *jurnal Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6, No. 1

Rahim, S. H. A., Rashid, R. A., & Hamed, A. B. 2016. "Islamic financial literacy and its determinants among university students: An exploratory factor analysis". dalam *Jurnal International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 6

Rendy Putra Pradwita, R. B., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. 2020. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada Website [www.Laroslaptop.Com](http://www.Laroslaptop.Com) Terhadap Keputusan Pembelian Online". dalam *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 8, No. 2

Renneboog, L. dan Spaenjers, C. 2011. "Religion, economic attitudes, and household finance, *Oxford Economic Papers*, Vol. 64 No. 1.

Said, S., & Amiruddin, A. M. A. 2017. "Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (Studi Kasus UIN Alauddin Makasar) dalam *Jurnal Al-Ulum*, Vol. 17, No. 1

Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan RI No 12/PJOK.03/2021. diakses 16 Juli 2023. dari [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id). 2023 diakses pukul 14.00

Sangadji, Etta Mamang & Sopiha, 2018, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis : Himpunan Jurnal Penelitian)*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Saptutyningsih, Endah & Esty Setyaningrum. 2020. *Penelitian Kuantitatif: Metode dan Alat Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Setianto, R., Gusteti, Y., & Wiska, M. 2022. "Pengaruh Sistem Layanan, Tingkat Suku Bunga, Keamanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung (Studi Kasus PT. BPR Dharma Nagari)". dalam *Jurnal Revolusi Indonesia*, Vol. 2, No. 2

Simanjuntak, J. 2017. "Pengaruh Prosedur Kemudahan Menggadai Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggadai Barang ( Studi Kasus Nasabah PT Pegadaian Kota Batam)". dalam *Journal Of Accounting & Management Innovation*, Vol. 1, No. 1

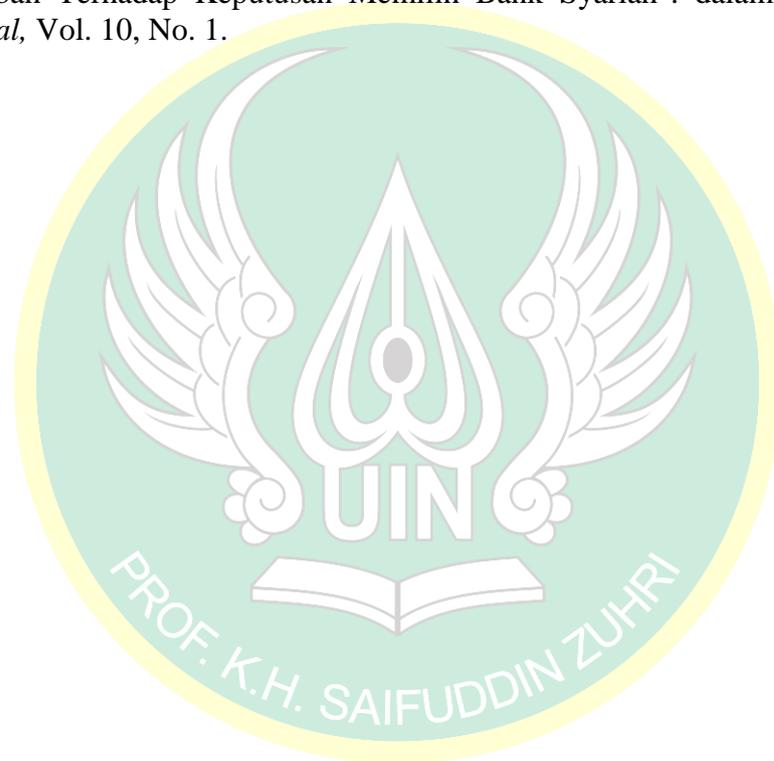
- Simatupang, Batara.M. 2021, *Perbankan Digital: Menuju Bank 4.0*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sirait, S., & Sinaga, K. 2020. "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Perbankan Di Pematangsiantar". dalam *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, Vol. 3, No. 1
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. 2022. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)". dalam *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 17, No. 2
- Susilawati, S. 2020. "Determinan Harga Saham Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq45". dalam *Jurnal Akrab Juara*, Vol. 5, No. 1
- Tafsir Web. 2023. Tafsir Quran Surat Asy-Syu'ara ayat 181-182 diakses 17 April 2023 dari tafsirweb.com pukul 09.00
- Tafsir Web. 2023. Tafsir Quran Surat Mujadalah ayat 11 diakses 17 April 2023 dari tafsirweb.com pukul 09.00
- Thohari, C., & Hakim, L. 2021. :Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah". dalam *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, Vol. 9, No. 1
- Tony, N., & Desai, K. 2020. "Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion". dalam jurnal *International Journal of Scientific and Technology Research*, Vol. 9, No. 1
- Utami, M. S. 2012. "Religiusitas, Koping Religius, dan Kesejahteraan Subjektif". dalam *Jurnal Psikologi*, Vol. 39, No. 1.
- Wahyu, D., Sari, P., & Anwar, M. 2021. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa S1 FEB UPN "Veteran" Jawa Timur". dalam *SEIKO: Journal of Management & Business*, Vol. 5, No. 4
- Wardani, P. D., & Susanti. 2019. "Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya". dalam *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, Vol. 7, No. 2
- Wardani, S., & Permatasari, R. I. 2022. "Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang". dalam *Jurnal Ilmiah M-Progres*, Vol. 12 No. 1
- Yuliawan, E. 2018. "Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan

Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)". dalam *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 1

Yuliharto, Dimas. "LPS Dukung Digitalisasi Finansial yang Mudah, Cepat dan Aman PRESS-29/SEKL/2022" diakses 24 Juni 2023. dari [lps.go.id](http://lps.go.id). 2022 diakses pukul 18.35

Yushita, A. N. 2017. "Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi". dalam *jurnal Nominal*, Vol. 4, No. 1

Zuhirsyan, Muhammad dan Nurlinda. 2018. "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah". dalam *Jurnal Al-Amwal*, Vol. 10, No. 1.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1 – Kuisisioner*

#### KUISISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat, perkenankanlah saya Kiki Azkiyah, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan ini saya bermaksud melakukan penelitian sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir saya. Dengan judul penelitian:

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan yang bersangkutan. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya dan kerjasama Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,  
Kiki Azkiyah

#### **Biodata Responden**

- Nama :
- Alamat :
- Jenis Kelamin :
- Usia :
- Email :
- No telp :
- Penghasilan Perbulan :  < Rp. 500.000
- Rp. 500.000 s.d. Rp. 1.500.000
- Rp. 1.500.000 s.d. Rp. 2.500.000
- > Rp. 2.500.000
- Pendidikan terakhir :  SD  SMA

- Pekerjaan :
- SMP
  - Sarjana
  - Pelajar/Mahasiswa
  - Karyawan Swasta
  - Petani
  - PNS
  - Wiraswasta
  - Lainnya
  - Guru

- Umur
- 17-20 Tahun
  - 21 – 25 Tahun
  - 26 – 30 Tahun
  - > 30 Tahun

- Bank digital yang digunakan
- Bank jago
  - Digibank by DBS
  - Bank Jenius
  - Sea Bank
  - Neo bank
  - Blu by BCA
  - TMRW

#### **Petunjuk pengerjaan kuisisioner**

- a. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner ini
- b. Berilah tanda centang (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia
- c. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:
  - Sangat Setuju (SS) skor 5
  - Setuju (S) skor 4
  - Netral (N) skor 3
  - Tidak Setuju (TS) skor 2
  - Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	<b>Literasi Keuangan Digital</b>					
	Saya memahami produk-produk yang ada pada bank digital					
	Saya memiliki pemahaman seputar produk manajemen aset, pinjaman serta asuransi digital					
	Saya memahami hak dan perlindungan nasabah di bank digital					
	Saya memiliki pengalaman dalam menggunakan produk layanan digital untuk pinjaman maupun investasi (menabung)					
	Saya memiliki kemampuan dalam mengelola aktivitas keuangan melalui platform digital					
	Saya memiliki control yang baik terhadap aktivitas keuangan					
	Saya mengambil keputusan terhadap produk dan layanan jasa bank digital secara hati-hati					
	Saya sadar akan potensi risiko keamanan dalam menggunakan layanan keuangan digital					
2	<b>Kemudahan Prosedur</b>					
	Bank digital dapat diakses secara cepat sehingga menghemat waktu penggunaanya					
	Persyaratan yang dibutuhkan untuk menabung di Bank Digital cukup sederhana dan tidak merepotkan					

	Aplikasi bank digital mudah untuk dipelajari					
	Susunan menu pada layanan bank digital mudah dipahami					
	Saya dapat leluasa dalam memilih produk tabungan di bank digital					
3	<b>Keamanan</b>					
	Saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan bank digital					
	Sistem keamanan bank digital sangatlah penting					
	Saya percaya pada kemampuan Bank Digital untuk melindungi privasi saya dalam menggunakan layanan bank digital					
	Bank digital mempunyai reputasi yang baik karena telah dilindungi OJK dan Lembaga penjamin simpanan					
	Menurut saya, pelayanan dalam jaminan keamanan terhadap data nasabah ditangani secara maksimal oleh bank					
4	<b>Keputusan</b>					
	Saya membutuhkan jasa bank digital					
	Menjadi nasabah bank digital sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
	Saya mencari banyak informasi sebelum menabung di bank digital					
	Saya mempertimbangkan kualitas					

	pelayanan di bank digital dengan bank lain sebelum memutuskan menabung					
	Saya merasa puas menabung di bank digital					
	Saya menabung di bank digital secara rutin dan berulang					
	Saya merekomendasikan orang lain untuk menabung di bank digital					
<b>5</b>	<b>Religiusitas</b>					
	Saya menyakini bahwa sistem bank digital sesuai dengan ajaran agama					
	Saya memahami bahwa segala transaksi ekonomi yang dilakukan harus jujur dan benar merupakan kewajiban					
	Saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan bank digital karena terhindar dari penipuan dan tindak kecurangan					
	Saya menyakini praktik transaksi bank digital yang dilakukan dengan jujur, benar dan transparan					
	Bank digital diperuntukan untuk kemaslahatan					

## Lampiran 2 – Data Penelitian

<b>NO RESPONDEN</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>	<b>USIA</b>	<b>PENDIDIKAN TERAKHIR</b>	<b>PENGHASILAN PERBULAN</b>	<b>PEKERJAAN</b>	<b>BANK DIGITAL YANG DIGUNAKAN</b>
1	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
2	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Lainnya	Blue by BCA
3	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
4	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	< Rp. 500.000	Guru	Digibank by DBS
5	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius
6	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
7	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
8	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	> Rp. 2500.000	Karyawan	Blue by BCA

					Swata	
9	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Bank Jago
10	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
11	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	> Rp. 2500.000	Karyawan Swata	Blue by BCA
12	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blue by BCA
13	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
14	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
15	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blue by BCA
16	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
17	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp.	Pelajar/	Bank Jago

				1.500.000	Mahasiswa	
18	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Blue by BCA
19	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	> Rp. 2500.000	Karyawan Swata	Bank Jenius
20	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
21	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	> Rp. 2500.000	Lainnya	Neo Bank
22	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Lainnya	Sea Bank
23	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Sea Bank
24	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	> Rp. 2000.000	Karyawan Swata	Sea Bank
25	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Sea Bank
26	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Sea Bank

27	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blue by BCA
28	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
29	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
30	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
31	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
32	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
33	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	> Rp. 2500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius
34	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	> Rp. 2500.000	Karyawan Swata	Sea Bank
35	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago

36	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
37	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
38	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blue by BCA
39	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
40	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Lainnya	Bank Jago
41	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
42	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
43	Perempuan	21-25 Tahun	SMP	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Lainnya	Sea Bank
44	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius

45	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
46	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
47	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	> Rp. 2500.000	PNS	Neo Bank
48	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
49	Laki-laki	21-25 Tahun	SMP	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Wiraswasta	Blu by BCA
50	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
51	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
52	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Bank Jago
53	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
54	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd	Pelajar/	Bank Jenius

				Rp. 2.500.000	Mahasiswa	
55	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
56	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
57	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius
58	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Karyawan Swata	Neo Bank
59	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
60	Perempuan	17-20 Tahun	Sarjana	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	PNS	Blu by BCA
61	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Karyawan Swata	Sea Bank
62	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Wiraswasta	Neo Bank
63	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Lainnya	Neo Bank

64	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
65	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
66	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
67	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
68	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Lainnya	Sea Bank
69	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
70	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
71	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
72	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA

73	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
74	Laki-laki	17-20 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
75	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
76	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Guru	Bank Jago
77	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
78	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
79	Laki-laki	26-30 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
80	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius
81	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jago
82	Perempuan	21-25 Tahun	Sarjana	< Rp. 500.000	Pelajar/	Bank Jenius

					Mahasiswa	
83	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	> Rp. 2500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius
84	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
85	Laki-laki	17-20 Tahun	SMA	> Rp. 2500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
86	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
87	Laki-laki	21-25 Tahun	Sarjana	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
88	Laki-laki	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
89	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
90	Laki-laki	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
91	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/	Bank Jago

					Mahasiswa	
92	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	> Rp. 2500.000	Wiraswasta	Blu by BCA
93	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
94	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Sea Bank
95	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Blu by BCA
96	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	> Rp. 2500.000	Karyawan Swata	Blu by BCA
97	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	Rp. 1.500.000 sd Rp. 2.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
98	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Digibank by DBS
99	Laki-laki	21-25 Tahun	SMA	Rp. 500.000 sd Rp. 1.500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Neo Bank
100	Perempuan	21-25 Tahun	SMA	< Rp. 500.000	Pelajar/ Mahasiswa	Bank Jenius

Lampiran 3 –Hasil tabulasi Faktor Literasi Keuangan Digital (X1)

No responden	Pertanyaan X1								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	4	4	3	4	31
2	4	3	4	4	2	5	5	5	32
3	4	3	5	4	3	3	4	3	29
4	4	4	5	3	4	3	4	3	30
5	4	4	3	4	4	4	3	3	29
6	5	4	4	3	4	5	5	5	35
7	5	4	5	4	4	4	4	4	34
8	4	5	5	5	5	3	3	2	32
9	5	5	5	5	5	4	4	5	38
10	4	3	3	3	3	4	5	3	28
11	4	5	5	5	4	5	4	4	36
12	5	5	5	5	5	4	5	4	38
13	4	3	3	3	3	3	5	5	29
14	3	4	4	3	4	5	4	4	31
15	3	5	5	5	5	4	3	5	35
16	5	4	4	4	4	4	5	4	34
17	5	5	5	5	5	4	4	4	37
18	3	4	4	4	4	4	5	4	32
19	3	4	5	5	5	3	5	5	35
20	2	5	5	5	5	4	4	4	34
21	2	4	4	5	4	5	3	2	29
22	2	5	5	5	5	4	4	3	33
23	4	4	4	4	5	5	3	2	31
24	2	5	5	5	5	4	4	4	34

25	2	5	5	4	5	3	5	5	34
26	4	4	4	4	4	4	5	5	34
27	2	4	5	5	4	4	4	3	31
28	4	5	5	5	5	5	4	2	35
29	4	4	4	4	4	4	4	5	33
30	4	2	4	3	3	4	3	4	27
31	4	3	4	4	3	4	5	5	32
32	3	4	4	4	5	3	2	1	26
33	2	3	3	3	3	5	4	4	27
34	4	5	5	5	5	3	4	4	35
35	4	5	5	5	5	4	5	5	38
36	4	4	4	4	5	3	3	3	30
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	4	5	4	5	3	4	3	32
39	4	4	4	3	4	4	3	3	29
40	4	5	3	3	5	3	3	3	29
41	4	5	3	4	3	4	3	3	29
42	5	5	4	4	4	1	4	4	31
43	5	4	2	3	3	4	4	5	31
44	5	5	4	3	4	5	5	4	35
45	5	3	3	3	3	5	5	5	32
46	5	4	4	4	4	4	4	4	33
47	5	3	4	4	4	3	3	3	29
48	3	3	3	3	3	3	2	2	22
49	3	3	4	3	2	1	3	3	22
50	3	3	3	4	4	5	5	2	29

51	4	3	4	4	5	5	5	5	35
52	4	5	5	5	4	5	5	3	36
53	4	4	4	5	5	4	3	3	32
54	4	4	5	5	5	5	4	3	35
55	5	3	4	4	5	3	3	2	29
56	5	4	3	3	4	4	3	3	29
57	2	3	4	3	4	3	3	3	25
58	3	3	3	4	4	5	5	5	32
59	4	3	4	5	4	5	5	4	34
60	3	4	4	5	5	4	5	2	32
61	4	3	3	3	5	3	3	2	26
62	3	4	3	3	3	2	4	3	25
63	4	3	3	4	5	3	2	2	26
64	3	3	2	2	4	4	4	4	26
65	3	4	4	4	4	5	5	3	32
66	4	5	5	5	5	5	4	4	37
67	4	4	4	5	5	5	4	3	34
68	5	5	4	5	5	5	3	3	35
69	4	4	5	4	4	5	5	5	36
70	3	3	4	3	5	5	5	3	31
71	4	4	5	5	4	5	5	2	34
72	5	3	4	4	3	5	5	5	34
73	4	4	5	5	5	5	4	4	36
74	5	4	5	3	5	4	2	2	30
75	2	4	4	4	4	5	4	3	30
76	5	4	4	4	4	5	5	5	36

77	3	2	4	2	4	5	4	3	27
78	3	5	5	5	4	4	4	3	33
79	4	3	3	4	4	5	4	4	31
80	5	4	5	4	4	4	4	3	33
81	4	5	5	5	5	4	3	4	35
82	5	4	4	4	4	4	3	4	32
83	5	4	5	5	4	3	3	4	33
84	3	4	4	3	4	4	2	2	26
85	5	5	5	5	5	3	3	3	34
86	5	4	4	4	4	4	5	5	35
87	4	3	4	4	4	5	4	4	32
88	3	3	3	4	5	4	4	4	30
89	5	5	5	5	3	4	5	5	37
90	4	4	3	3	4	5	4	4	31
91	4	4	4	4	4	2	3	3	28
92	5	5	5	4	4	4	4	4	35
93	4	3	4	5	4	4	4	5	33
94	3	4	5	4	4	4	5	4	33
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	4	4	4	4	3	4	4	32
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	5	5	5	5	4	4	4	4	36
99	5	4	3	2	3	4	3	3	27
100	5	4	4	4	4	3	4	4	32

Lampiran 4 – Hasil tabulasi faktor Kemudahan Prosedur (X2)

No Responden	Pertanyaan X2					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	5	4	21
2	5	5	5	4	5	24
3	4	4	5	5	5	23
4	5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	5	4	21
6	4	4	4	5	4	21
7	5	4	4	5	4	22
8	5	5	5	4	5	24
9	5	5	5	4	5	24
10	4	4	4	3	4	19
11	5	5	5	3	5	23
12	5	4	4	5	4	22
13	3	4	4	3	4	18
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	4	4	23
16	4	4	4	2	4	18
17	5	5	5	2	3	20
18	4	3	4	2	4	17
19	5	4	4	4	4	21
20	5	4	5	5	5	24
21	5	3	4	2	2	16
22	5	5	5	4	5	24
23	5	5	4	4	4	22
24	5	5	5	4	4	23

25	5	5	5	4	5	24
26	4	4	4	4	4	20
27	3	3	4	4	4	18
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	5	4	21
30	2	4	3	3	3	15
31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	4	4	20
33	5	4	3	4	3	19
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	5	4	5	22
37	4	4	4	4	4	20
38	5	5	5	5	5	25
39	4	5	3	3	3	18
40	2	2	3	3	3	13
41	5	5	5	4	5	24
42	4	4	4	5	4	21
43	4	5	4	4	4	21
44	5	5	5	5	5	25
45	3	3	3	2	3	14
46	4	4	4	5	4	21
47	5	5	5	4	5	24
48	3	3	3	4	3	16
49	3	3	3	5	3	17
50	3	4	4	4	4	19

51	4	4	4	5	4	21
52	3	4	3	4	3	17
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	4	5	24
55	3	3	3	2	3	14
56	4	4	4	3	4	19
57	3	4	5	4	5	21
58	4	4	4	5	4	21
59	1	2	3	3	3	12
60	5	5	5	4	5	24
61	4	4	4	5	4	21
62	3	4	4	5	4	20
63	5	5	3	5	3	21
64	4	4	4	5	4	21
65	3	4	5	4	5	21
66	5	5	5	5	5	25
67	5	4	4	4	4	21
68	5	4	5	5	5	24
69	5	5	5	5	5	25
70	4	3	4	5	4	20
71	5	4	5	4	5	23
72	5	5	3	4	3	20
73	4	4	4	5	4	21
74	5	5	5	4	5	24
75	4	4	4	5	4	21
76	5	5	5	4	5	24

77	3	1	3	2	3	12
78	5	5	5	4	5	24
79	5	5	5	3	5	23
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	5	4	4	4	4	21
83	5	5	5	4	5	24
84	5	5	4	5	4	23
85	5	5	5	4	5	24
86	4	4	4	3	4	19
87	3	3	4	3	4	17
88	3	3	4	4	4	18
89	5	4	4	4	4	21
90	4	4	3	5	3	19
91	4	4	4	3	4	19
92	5	5	5	3	5	23
93	5	4	4	4	4	21
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	4	4	5	4	22
97	4	4	4	5	4	21
98	5	4	4	5	4	22
99	4	3	4	4	4	19
100	4	4	4	2	4	18

Lampiran 5 – Hasil tabulasi Faktor Keamanan (X3)

No Responden	Pertanyaan X3					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	3	4	4	19
2	3	3	3	3	3	15
3	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	3	3	18
6	3	2	3	3	3	14
7	4	3	4	4	4	19
8	5	3	4	5	5	22
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	3	3	3	17
11	5	5	5	4	5	24
12	4	5	5	5	3	22
13	2	2	3	3	3	13
14	4	4	4	4	4	20
15	3	5	5	5	5	23
16	4	4	4	4	4	20
17	3	2	4	1	2	12
18	3	4	5	3	3	18
19	4	3	4	5	5	21
20	4	3	4	5	5	21
21	4	4	4	5	5	22
22	4	5	5	5	5	24
23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	5	5	5	23

25	5	4	4	5	5	23
26	4	4	4	4	3	19
27	5	5	3	2	3	18
28	5	5	5	5	4	24
29	4	4	4	4	3	19
30	3	2	3	3	3	14
31	3	3	3	4	4	17
32	4	4	3	3	3	17
33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	5	5	5	24
35	5	3	5	5	5	23
36	3	4	4	3	3	17
37	3	3	3	3	3	15
38	5	4	3	5	5	22
39	4	3	3	4	4	18
40	5	4	5	5	4	23
41	3	3	3	3	3	15
42	4	2	4	4	4	18
43	5	4	4	5	4	22
44	5	5	5	5	4	24
45	3	3	3	3	3	15
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	3	3	3	3	3	15
49	4	4	4	3	3	18
50	3	3	3	3	3	15

51	2	4	4	3	3	16
52	2	3	2	3	3	13
53	4	4	5	5	5	23
54	5	4	5	5	4	23
55	4	5	5	5	4	23
56	3	3	3	4	4	17
57	1	2	2	3	3	11
58	3	3	4	3	3	16
59	3	4	3	3	3	16
60	5	2	5	5	5	22
61	4	4	5	3	3	19
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	4	4	4	20
64	2	2	3	3	3	13
65	3	4	4	3	3	17
66	5	2	5	5	2	19
67	5	4	5	5	5	24
68	4	5	4	5	5	23
69	4	3	3	3	2	15
70	1	2	4	3	3	13
71	3	2	4	4	4	17
72	3	3	4	3	3	16
73	4	4	4	4	2	18
74	5	5	5	5	2	22
75	4	2	4	5	5	20
76	5	5	5	4	2	21

77	2	4	2	3	3	14
78	2	5	5	5	5	22
79	3	4	4	5	2	18
80	4	3	4	4	4	19
81	2	3	3	5	2	15
82	2	4	4	4	4	18
83	4	5	4	4	2	19
84	4	4	3	4	4	19
85	5	3	3	4	5	20
86	3	3	4	3	4	17
87	3	3	4	3	4	17
88	2	4	4	4	4	18
89	3	3	3	4	4	17
90	5	4	4	5	3	21
91	3	5	5	3	4	20
92	3	4	4	3	5	19
93	4	4	5	4	4	21
94	2	5	5	5	5	22
95	2	2	4	5	5	18
96	5	4	4	5	4	22
97	2	3	4	5	4	18
98	2	3	4	5	4	18
99	4	4	4	4	4	20
100	2	3	4	2	4	15

Lampiran 6 – Hasil tabulasi Faktor Keputusan (Y)

No Responden	Pertanyaan Y							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	3	4	4	3	3	3	3	23
2	4	4	5	4	4	2	3	26
3	4	4	5	3	4	4	4	28
4	4	4	3	3	4	4	4	26
5	4	4	5	4	2	4	3	26
6	5	3	5	5	2	2	2	24
7	4	4	3	4	4	4	3	26
8	3	4	5	3	4	5	3	27
9	4	4	5	4	4	5	5	31
10	3	4	5	5	4	3	4	28
11	4	5	4	4	4	5	5	31
12	3	4	4	3	3	4	3	24
13	3	4	3	3	3	4	3	23
14	2	3	5	3	4	3	3	23
15	3	4	5	5	5	5	5	32
16	1	5	5	3	4	4	4	26
17	2	5	4	4	3	3	2	23
18	4	4	5	5	4	4	5	31
19	4	4	5	4	4	5	3	29
20	5	5	5	4	4	4	4	31
21	4	4	4	4	4	5	4	29
22	3	3	4	4	3	5	5	27
23	4	4	4	3	2	4	4	25

24	4	5	4	3	4	3	5	28
25	4	5	4	3	4	5	4	29
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	5	5	5	3	4	5	4	31
28	4	5	5	4	2	5	5	30
29	4	4	5	3	4	4	4	28
30	3	3	3	4	4	3	2	22
31	4	4	4	4	4	4	3	27
32	5	3	5	4	4	3	2	26
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	4	5	5	3	3	5	5	30
35	4	5	4	3	4	5	5	30
36	4	4	5	3	4	4	3	27
37	3	4	4	4	5	4	2	26
38	4	5	5	4	4	4	5	31
39	4	4	4	4	4	3	4	27
40	5	5	4	4	4	5	5	32
41	3	3	5	3	3	2	1	20
42	3	4	4	5	4	4	4	28
43	2	3	3	1	3	4	4	20
44	4	5	3	4	4	5	5	30
45	3	3	4	4	3	3	3	23
46	3	4	3	4	4	4	4	26
47	4	4	3	3	3	4	3	24
48	3	3	2	2	4	3	3	20
49	3	3	3	3	3	3	3	21

50	2	2	3	3	4	3	3	20
51	3	4	4	3	2	4	4	24
52	2	3	3	3	4	4	5	24
53	4	5	4	3	4	5	4	29
54	5	5	4	3	4	5	5	31
55	3	4	3	4	4	4	4	26
56	3	4	4	3	3	3	3	23
57	3	2	3	2	3	2	2	17
58	3	3	3	2	2	3	3	19
59	5	5	5	5	4	5	2	31
60	5	5	5	2	4	5	5	31
61	5	5	4	5	4	5	3	31
62	3	3	2	4	4	3	3	22
63	4	4	2	4	4	4	3	25
64	3	3	2	3	3	3	2	19
65	4	4	4	4	4	3	3	26
66	5	5	5	5	4	5	5	34
67	5	5	5	4	5	5	5	34
68	4	4	4	5	4	5	4	30
69	4	4	4	4	4	5	2	27
70	2	3	2	3	3	3	2	18
71	2	3	2	3	2	4	3	19
72	2	3	2	3	3	2	2	17
73	4	4	4	5	4	4	4	29
74	3	4	4	5	4	5	3	28
75	5	5	5	5	4	4	4	32

76	4	4	4	5	4	4	3	28
77	4	3	3	4	5	3	3	25
78	4	5	5	5	4	5	5	33
79	4	4	4	4	4	5	3	28
80	4	4	4	5	4	5	2	28
81	5	5	5	5	4	5	5	34
82	4	4	4	5	4	4	4	29
83	3	2	2	3	4	2	2	18
84	5	4	5	4	4	4	3	29
85	4	5	5	5	4	5	5	33
86	4	4	4	4	4	4	3	27
87	3	3	2	4	4	4	3	23
88	4	4	5	5	4	4	4	30
89	3	3	2	3	4	4	3	22
90	4	4	2	3	4	3	4	24
91	4	4	3	4	4	3	4	26
92	3	2	3	2	3	3	4	20
93	4	4	3	4	4	2	2	23
94	5	5	1	3	3	3	3	23
95	5	5	4	4	4	5	5	32
96	5	5	4	5	4	4	4	31
97	4	4	4	5	4	4	4	29
98	4	4	5	4	4	5	5	31
99	5	5	5	4	5	4	4	32
100	3	3	1	3	2	3	3	18

*Lampiran 7 – Hasil Tabulasi Faktor Religiusitas (Z)*

No Responden	Pertanyaan Z					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	4	3	4	4	18
2	3	4	4	4	3	21
3	4	4	4	5	5	22
4	5	4	4	4	4	21
5	2	4	4	5	3	18
6	3	4	3	3	4	17
7	3	3	3	3	3	15
8	4	5	4	4	5	22
9	5	5	4	4	5	25
10	5	4	4	4	5	22
11	4	5	3	5	4	21
12	3	4	4	5	5	21
13	5	3	2	3	3	16
14	3	3	3	3	3	15
15	5	5	5	5	5	25
16	4	5	4	4	4	21
17	1	5	2	1	1	10
18	3	4	3	4	4	18
19	3	5	4	3	4	19
20	4	5	4	4	5	22
21	3	5	5	5	3	21
22	5	5	5	5	5	25
23	3	5	4	3	4	19
24	3	5	5	5	5	23

25	4	5	5	5	5	24
26	3	5	4	4	4	20
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	4	4	20
30	3	4	3	3	4	17
31	3	3	3	3	3	15
32	3	5	4	4	4	20
33	3	5	5	4	4	21
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	25
36	3	4	2	4	3	16
37	2	5	3	3	3	16
38	3	5	4	5	4	21
39	3	4	4	4	4	19
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	3	23
42	4	4	4	4	4	20
43	4	5	4	4	4	21
44	3	5	5	5	5	23
45	3	3	3	3	3	15
46	4	4	4	4	4	20
47	3	5	4	4	3	19
48	3	4	4	4	4	19
49	3	3	2	4	4	16
50	3	3	3	3	3	15

51	4	4	3	3	3	17
52	2	3	4	5	5	19
53	3	4	4	3	3	17
54	4	5	5	5	4	23
55	3	5	5	5	5	23
56	3	4	3	3	3	16
57	2	1	2	2	1	8
58	3	4	3	3	3	16
59	5	1	2	2	3	13
60	5	5	5	5	5	25
61	4	5	3	5	3	20
62	3	3	3	3	3	15
63	3	5	4	4	4	20
64	3	3	3	3	3	15
65	4	3	4	2	3	16
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	4	3	22
68	4	5	4	4	4	21
69	1	5	3	3	3	15
70	2	5	3	3	4	17
71	3	5	4	5	3	20
72	1	5	2	2	5	15
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	5	5	5	23

77	3	3	3	3	3	15
78	4	5	5	5	2	21
79	3	3	4	4	4	18
80	3	4	4	3	4	18
81	5	5	5	5	5	25
82	4	5	5	5	5	24
83	3	5	4	4	5	21
84	3	4	4	4	3	18
85	2	5	5	5	3	20
86	3	4	4	4	4	19
87	4	4	4	4	4	20
88	3	4	4	4	3	18
89	4	5	5	5	5	24
90	3	4	3	3	3	16
91	3	4	3	4	4	18
92	2	3	4	3	4	16
93	3	4	3	3	3	16
94	1	5	5	5	4	20
95	2	5	5	5	5	22
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	5	5	4	5	4	23
99	4	4	4	4	4	20
100	3	3	3	3	4	16

## Lampiran 8 – Hasil Uji Validitas XI

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.139	.042	.032	-.056	-.024	.021	.223*	.359**
	Sig. (2-tailed)		.169	.679	.748	.578	.816	.838	.026	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.139	1	.538**	.544**	.427**	-.043	-.001	.055	.593**
	Sig. (2-tailed)	.169		.000	.000	.000	.669	.988	.585	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.042	.538**	1	.624**	.397**	.012	.130	.067	.630**
	Sig. (2-tailed)	.679	.000		.000	.000	.902	.198	.507	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.032	.544**	.624**	1	.453**	.124	.147	.102	.686**
	Sig. (2-tailed)	.748	.000	.000		.000	.218	.144	.313	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	-.056	.427**	.397**	.453**	1	.059	-.144	-.201*	.402**
	Sig. (2-tailed)	.578	.000	.000	.000		.563	.153	.045	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	-.024	-.043	.012	.124	.059	1	.391**	.185	.429**

	Sig. (2-tailed)	.816	.669	.902	.218	.563		.000	.066	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.021	-.001	.130	.147	-.144	.391**	1	.582**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.838	.988	.198	.144	.153	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.223*	.055	.067	.102	-.201*	.185	.582**	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	.026	.585	.507	.313	.045	.066	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.359**	.593**	.630**	.686**	.402**	.429**	.547**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Lampiran 9 – Hasil uji validitas X2

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.739**	.613**	.311**	.518**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.739**	1	.649**	.335**	.608**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.613**	.649**	1	.254*	.905**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.011	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.311**	.335**	.254*	1	.372**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.011		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.518**	.608**	.905**	.372**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.812**	.843**	.842**	.608**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 10 – Hasil uji validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.380**	.387**	.428**	.231*	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.380**	1	.441**	.308**	.159	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.115	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.387**	.441**	1	.515**	.339**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.428**	.308**	.515**	1	.543**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.231*	.159	.339**	.543**	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.021	.115	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.711**	.645**	.738**	.790**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## Lampiran 11 – Hasil uji validitas Y

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.584**	.398**	.404**	.291**	.372**	.299**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.584**	1	.492**	.349**	.286**	.614**	.534**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.398**	.492**	1	.384**	.239*	.408**	.342**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.017	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.404**	.349**	.384**	1	.374**	.290**	.136	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.003	.178	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.291**	.286**	.239*	.374**	1	.290**	.229*	.526**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.017	.000		.003	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.372**	.614**	.408**	.290**	.290**	1	.588**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.299**	.534**	.342**	.136	.229*	.588**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.178	.022	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.696**	.806**	.708**	.604**	.526**	.752**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*Lampiran 12 – Hasil uji validitas Z*

**Correlations**

		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Total
Z1	Pearson Correlation	1	.147	.404**	.408**	.388**	.637**
	Sig. (2-tailed)		.145	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.147	1	.594**	.552**	.430**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.145		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z3	Pearson Correlation	.404**	.594**	1	.764**	.556**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z4	Pearson Correlation	.408**	.552**	.764**	1	.584**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Z5	Pearson Correlation	.388**	.430**	.556**	.584**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.637**	.693**	.857**	.856**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Lampiran 13 – Hasil uji reliabilitas X1*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	8

*Lampiran 14 - Hasil uji reliabilitas X2*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

*Lampiran 15 - Hasil uji reliabilitas X3***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	5

*Lampiran 16 - Hasil uji reliabilitas Y***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	7

*Lampiran 17 - Hasil uji reliabilitas Z***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	5

*Lampiran 18 – Hasil Uji Normalitas***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.51219820
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.037
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.921
a. Test distribution is Normal.		

*Lampiran 19 – Hasil Uji Linieritas X1*

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Literasi Keuangan Digital	Between Groups	(Combined)	367.995	15	24.533	1.416	.159
		Linearity	174.390	1	174.390	10.068	.002
		Deviation from Linearity	193.606	14	13.829	.798	.668
	Within Groups		1454.915	84	17.320		
Total			1822.910	99			

*Lampiran 20 - Hasil Uji Linieritas X2*

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Kemudahan Prosedur	Between Groups	(Combined)	333.767	13	25.674	1.483	.140
		Linearity	95.437	1	95.437	5.512	.021
		Deviation from Linearity	238.330	12	19.861	1.147	.334
	Within Groups		1489.143	86	17.316		
Total			1822.910	99			

*Lampiran 21 - Hasil Uji Linieritas X3*

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Keamanan	Between Groups	(Combined)	697.392	14	49.814	3.762	.000
		Linearity	545.185	1	545.185	41.173	.000
		Deviation from Linearity	152.207	13	11.708	.884	.572
	Within Groups		1125.518	85	13.241		
Total			1822.910	99			

Lampiran 22 – Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.766	3.571		2.175	.032		
Literasi Keuangan Digital	.237	.113	.196	2.099	.038	.803	1.246
Kemudahan Prosedur	-.080	.134	-.058	-.599	.551	.732	1.366
Keamanan	.683	.121	.517	5.655	.000	.834	1.199

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 23 – Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.498	2.201		1.135	.259
Literasi Keuangan Digital	.049	.070	.079	.702	.484
Kemudahan Prosedur	.027	.082	.039	.333	.740
Keamanan	-.101	.074	-.150	-1.355	.178

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 24 – Hasil Uji Adj R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 <sup>a</sup>	.330	.309	3.56665

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur

Lampiran 25 – Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	601.692	3	200.564	15.766	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1221.218	96	12.721		
	Total	1822.910	99			

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur

b. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 26 – Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.766	3.571		2.175	.032
	Literasi Keuangan Digital	.237	.113	.196	2.099	.038
	Kemudahan Prosedur	-.080	.134	-.058	-.599	.551
	Keamanan	.683	.121	.517	5.655	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 27 – Hasil Uji MRA model 2 Literasi Keuangan Digital

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.436	3.390		2.489	.015
	Literasi Keuangan Digital	.186	.106	.153	1.757	.082
	Religiusitas	.623	.106	.512	5.875	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

*Lampiran 28 - Hasil Uji MRA model 3 Literasi Keuangan Digital*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.870	16.044		-.117	.907
	Literasi Keuangan Digital	.507	.501	.418	1.013	.314
	Religiusitas	1.168	.836	.959	1.397	.166
	X1Z	-.017	.026	-.588	-.657	.513

a. Dependent Variable: Keputusan

*Lampiran 29 - Hasil Uji MRA model 2 Kemudahan Prosedur*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.260	2.764		4.435	.000
	Kemudahan Prosedur	.064	.122	.047	.522	.603
	Religiusitas	.661	.109	.543	6.078	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

*Lampiran 30 - Hasil Uji MRA model 3 Kemudahan Prosedur*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.165	12.392		1.627	.107
	Kemudahan Prosedur	-.313	.588	-.228	-.532	.596
	Religiusitas	.248	.640	.203	.387	.700
	X2Z	.020	.030	.506	.654	.514

a. Dependent Variable: Keputusan

*Lampiran 31 - Hasil Uji MRA model 2 Keamanan*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.239	2.191		4.674	.000
	Keamanan	.420	.140	.318	2.998	.003
	Religiusitas	.427	.129	.351	3.309	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

*Lampiran 32 - Hasil Uji MRA model 3 Keamanan*

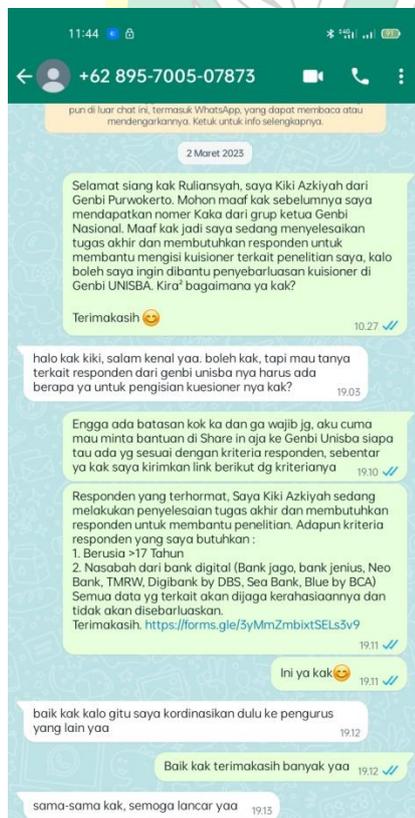
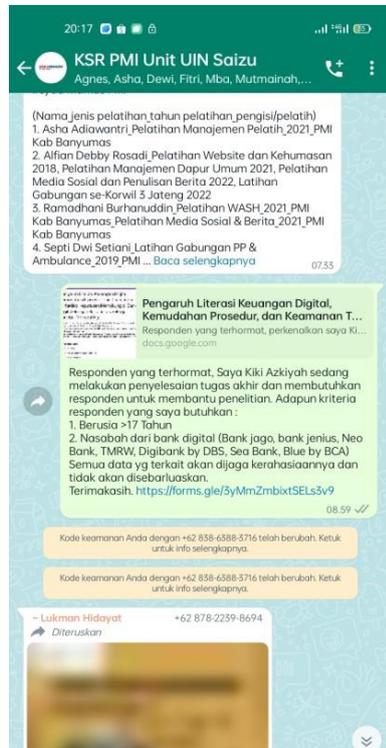
**Coefficients<sup>a</sup>**

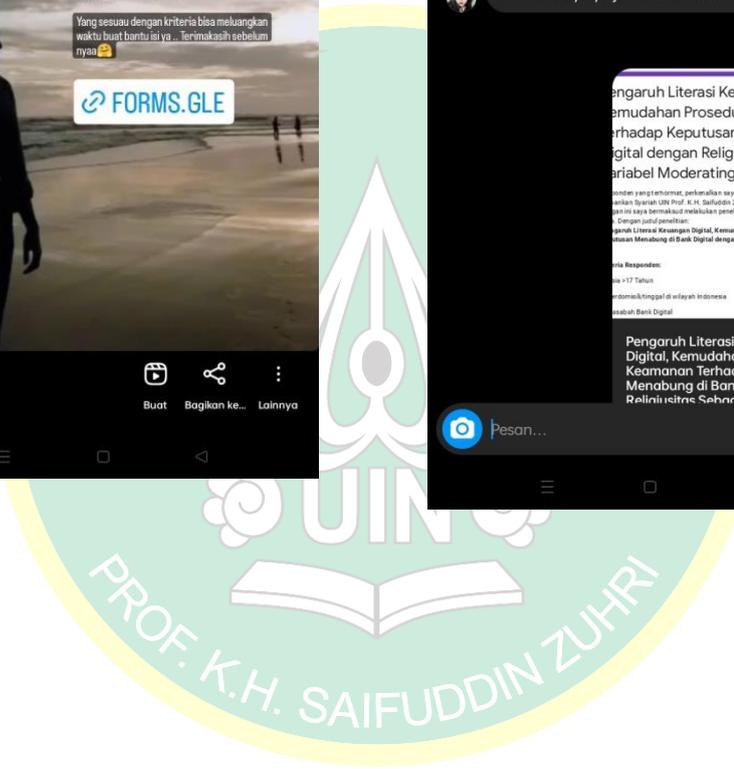
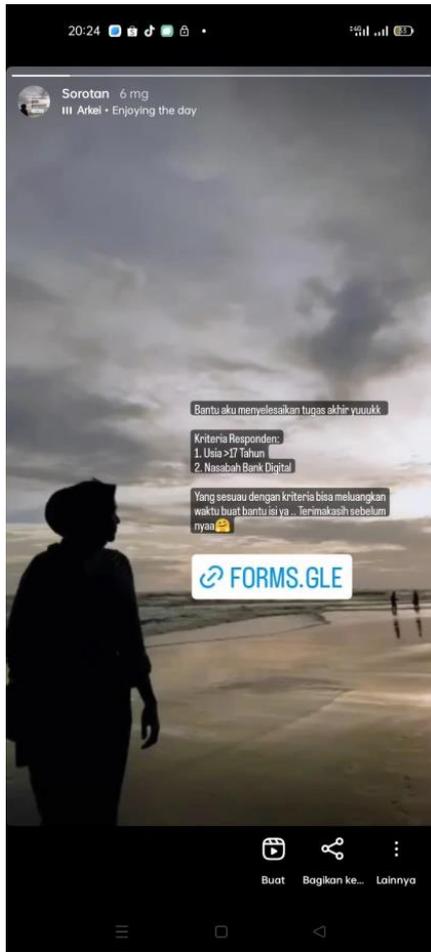
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.885	8.930		.771	.443
	Keamanan	.615	.523	.466	1.176	.242
	Religiusitas	.599	.462	.492	1.298	.198
	X3Z	-.010	.025	-.264	-.388	.699

a. Dependent Variable: Keputusan



### Lampiran 33 – Distribusi Kuesioner





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Kiki Azkiyah  
 NIM : 1917202054  
 Tempat/Tanggal Lahir : Brebes/ 16 Maret 2001  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Nama Ayah : Nurofiq  
 Nama Ibu : Jamilah  
 Alamat : Slati Timur RT 02 RW 02 Kec .Larangan  
 Kab. Brebes  
 No Hp : 083850003568  
 E-mail : [kikiazkiyah163@gmail.com](mailto:kikiazkiyah163@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

SD : MI Negeri 1 Brebes  
 SMP/MTs : MTs Nurul Islam  
 SMA/SMK : SMA Negeri 1 Larangan  
 Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
 Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota KSR PMI Unit UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2021)
2. Bendahara Generasi Baru Indonesia (GenBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2021-2022)
3. Presiden Generasi Baru Indonesia (GenBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2022-2023)

### D. Pengalaman Kerja/ Magang

1. Wakil Manager KSPPS IBiL Purwokerto (2021)
2. Manager KSPPS IBiL Purwokerto (2022)
3. Internship KPw Bank Indonesia Purwokerto (2022-2023)

4. Teller Bank Jateng KC Purwokerto (2023)

Purwokerto, 07 April 2023



Kiki Azkiyah

1917202054

