

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK DIGITAL DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*
(Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**



SKRIPSI

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

Oleh:

**AMELIA KARTIKA
NIM. 214110202081**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amelia Kartika
Nim : 214110202081
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Digital Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

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

Purwokerto, 17 April 2025

Saya yang menyatakan,



Amelia Kartika

NIM. 214110202081

LEMBAR PENGESAHAN



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 KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP
 KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK DIGITAL DENGAN
 RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI KASUS
 MAHASISWA UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Amelia Kartika NIM 214110202081** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 7 Mei 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
 NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.
 NIP. 19920328 202012 1 005

Pembimbing/Penguji

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

Purwokerto, 12 Mei 2025

Mengesahkan
Dekan,

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

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 Amelia Kartika NIM 214110202081 yang berjudul:

**Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung
Pada Bank Digital Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi
Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 17 April 2025

Pembimbing,


Dr. Rahmini Hadi, S.E., M.Si
NIP. 197012242005012001

THE INFLUENCE OF CONVENIENCE AND SECURITY ON SAVING
DECISIONS AT DIGITAL BANKS WITH RELIGIOSITY AS A
MODERATING VARIABLE
(Case Study of Students of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

By: Amelia Kartika

Nim. 214110202081

Email: 214110202081@mhs.uinsaizu.ac.id

Sharia Banking Study Program
Faculty of Islamic Economics and Business
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of convenience and security on saving decisions at digital banks with religiosity as a moderating variable. The development of digital financial technology has changed the behavior patterns of customers, especially students, in choosing banking services. Ease of access and transaction security are the main factors in determining the decision to save at a digital bank. In addition, religiosity can play a role in strengthening or weakening the influence of these two factors on saving decisions, especially in the context of Islamic banking.

This study uses quantitative methods with multiple linear regression approaches and Moderated Regression Analysis (MRA) techniques to test the role of moderating variables. The research sample consists of students of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto State Islamic University who are digital bank customers. Data were collected through questionnaires and analyzed using statistical software.

The results showed that convenience and security have a positive effect on saving decisions. In addition, religiosity is not proven to moderate the relationship between convenience and security on saving decisions, where individuals with higher levels of religiosity do not always tend to consider religious aspects in the use of digital banking services. These findings provide implications for the digital banking industry to improve technology-based services that are not only practical and secure but also incompatible with customers' religious values.

Keywords: Digital Bank, convenience, security, religiosity, saving decision.

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK DIGITAL DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*
(Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

Oleh: Amelia Kartika

Nim. 214110202081

Email: 214110202081@mhs.uinsaizu.ac.id

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap keputusan menabung pada bank digital dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Perkembangan teknologi keuangan digital telah mengubah pola perilaku nasabah, terutama mahasiswa, dalam memilih layanan perbankan. Kemudahan akses dan keamanan transaksi menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan menabung di bank digital. Selain itu, religiusitas dapat berperan dalam memperkuat atau melemahkan pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan menabung, terutama dalam konteks perbankan syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda dan teknik Moderated Regression Analysis (MRA) untuk menguji peran variabel moderating. Sampel penelitian terdiri dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang merupakan nasabah bank digital. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Selain itu, religiusitas tidak terbukti memoderasi hubungan antara kemudahan dan keamanan terhadap keputusan menabung, di mana individu dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi tidak selalu cenderung mempertimbangkan aspek keagamaan dalam penggunaan layanan digital banking. Temuan ini memberikan implikasi bagi industri perbankan digital untuk meningkatkan layanan berbasis teknologi yang tidak hanya praktis dan aman tetapi juga tidak sesuai dengan nilai-nilai religius nasabah.

Kata Kunci: Bank Digital, kemudahan, keamanan, religiusitas, keputusan menabung.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara 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	ĥ	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan garis dibawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	za'	ẓ	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
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

3. ta' marbutah di akhi kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dihendaki lafal aslinya)

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

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

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

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakāt al-fīṭr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	Ā
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ā
	تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	Ī

	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wāwu mati	ditulis	Ū
	فروض	ditulis	<i>furūd'</i>

6. Vokal Rangkap

1.	Fathāh + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathāh + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

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-Qiyās
--------	---------	----------

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

السماء	Ditulis	<i>As-samā'</i>
--------	---------	-----------------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>Zawī al-furūd'</i>
----------	---------	-----------------------

MOTTO

“Apapun masalahmu, hidup akan terus berjalan. Dunia tidak berhenti menunggumu. Kuatkan dirimu, angkat bebanmu, TERUSLAH MELANGKAH!

Jangan beratkan lagi pundakmu dengan berbagai keluhanmu.”



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah swt yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Digital Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)” Shalawat dan salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad saw, beliaulah yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang seperti saat ini.

Dengan segenap kemampuan yang dimiliki, penulis berusaha menyusun skripsi ini. Namun demikian, penulis sangat menyadari masih banyak kekurangan yang ada di skripsi ini.

Teriring ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, nasihat, dan motivasi kepada penulis. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sumhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Azis, M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Prof. Dr. Ahmad Dahlan , M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., sebagai Koordinator Prodi Perbankan Syariah.
8. Dr. Hj. Rahmini Hadi, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran, sehingga skripsi saya dapat

terselesaikan. Semoga beliau dan keluarganya senantiasa dalam lindungan Allah swt.

9. Segenap keluarga besar Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kepada orang tua saya yang tercinta, terimakasih telah memberikan dukungan semangat serta do'a yang tak pernah putus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Adik saya yang selalu membantu selama perkuliahan, memberikan dukungan dan do'a nya.
12. Abah Kyai Taufiqurahman beserta keluarga, pengasuh Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto yang telah mendidik dan memberikan ilmunya yang senantiasa penulis harapkan do'a dan barokah ilmunya.
13. Teruntuk sahabat-sahabatku yang selalu memberikan hiburan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
14. Kepada teman-teman KKN kelompok 141 dan teman-teman kelas PS A 2021 yang senantiasa memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.
15. Dan semua pihak yang terkait dalam membantu penelitian skripsi ini yang tidak mampu penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga kebaikan dalam bentuk apapun selama peneliti melaksanakan penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini akan menjadi ibadah dan mendapat balasan dari Allah swt. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk membantu berkembangnya penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Purwokerto, 17 April 2025

Penulis

Amelia Kartika
NIM. 214110202081

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Pustaka	10
B. Kajian Teori	15
1. Teori Keputusan	15
2. Kemudahan	16
3. Keamanan.....	17
4. Religiusitas.....	18
5. Bank Digital	19
6. <i>Theory Of Planned Behavior (TPB)</i>	21
C. Landasan Teologis	23
1. Kemudahan	23
2. Keamanan.....	24
3. Keputusan Menabung.....	24
4. Religiusitas.....	25
D. Model Pemikiran	26

E. Hipotesis Penelitian	26
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	30
D. Variabel dan Indikator	31
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	32
F. Analisis Data Penelitian.....	34
1. Uji Instrumen	34
2. Uji Statistik <i>Inferensial</i>	36
3. Uji Hipotesis	38
BAB IV	42
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum Digital Banking di Indonesia	42
1. Gambaran Umum Digibank by DBS	42
2. Gambaran Umum SeaBank.....	43
3. Gambaran Umum Blu By BCA	45
4. Gambaran Umum Bank Jago	46
5. Gambaran Umum Neo Bank.....	47
6. Gambaran Umum TMRW.....	49
7. Gambaran Umum Bank Jenius.....	50
B. Karakteristik Responden.....	52
1. Jenis Kelamin	52
2. Usia Responden.....	52
3. Pendapatan Responden.....	53
4. Jenjang Pendidikan.....	53
5. Digital Bank Yang Digunakan	54
C. Hasil Penelitian.....	54
1. Uji Keabsahan Data.....	54
2. Uji Asumsi <i>Parametric</i>	59
3. Uji Hipotesis	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V.....	78

PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	106

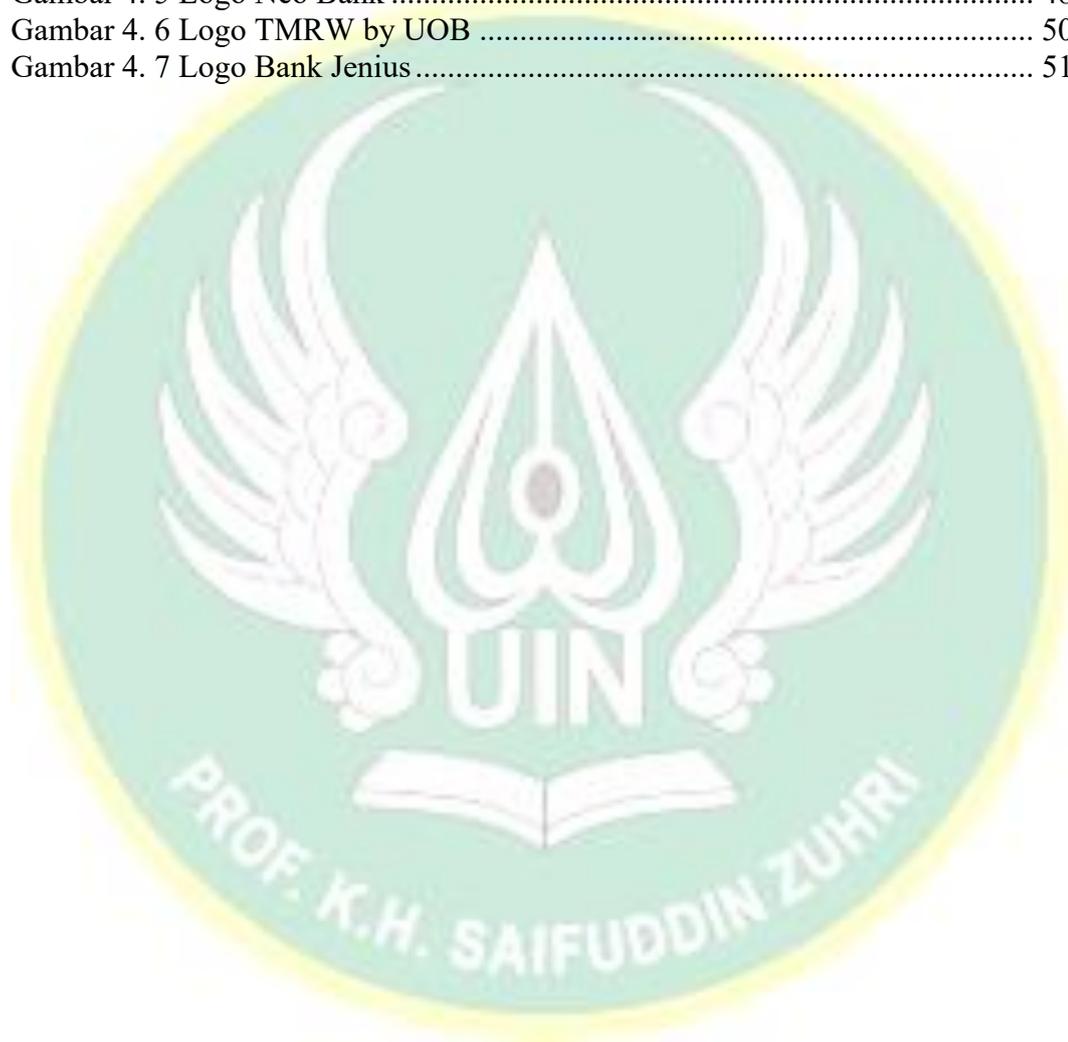


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	32
Tabel 3. 2 Penilaian dalam skala likert	33
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	52
Tabel 4. 3 Pendapatan Responden	53
Tabel 4. 4 Jenjang Pendidikan	53
Tabel 4. 5 Bank Digital Yang Digunakan.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Tranformasi dengan <i>Method of Successive Interval</i>	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolineritas	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana X1 Terhadap Y	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana X2 Terhadap Y	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda X1 dan X2 Terhadap Y	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinan (MRA).....	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Moderated Regresion Analisis</i> (MRA).....	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	69
Tabel 5. 1 Hasil Tranformasi dengan Method of Successive Interval	87
Tabel 5. 2 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1).....	89
Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas Keamanan (X2)	90
Tabel 5. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y).....	91
Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas Religiusitas (Z).....	92
Tabel 5. 6 Hasil Reliabilitas Kemudahan (X1)	92
Tabel 5. 7 Hasil Reliabilitas Keamanan (X2)	92
Tabel 5. 8 Hasil Reliabilitas Keputusan Menabung (Y)	93
Tabel 5. 9 Hasil Reliabilitas Religiusitas (Z)	93
Tabel 5. 10 Hasil Uji R2	93
Tabel 5. 11 Hasil Uji F	93
Tabel 5. 12 Hasil Uji T.....	94
Tabel 5. 13 Uji Normalitas.....	94
Tabel 5. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 5. 15 Hasil Tabulasi Data Responden	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Bank Digital Paling Banyak di Gunakan di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Alasan Bank Digital Banyak Digunakan di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Logo Digibank by DBS.....	43
Gambar 4. 2 Logo SeaBank.....	44
Gambar 4. 3 Logo Blu By BCA.....	46
Gambar 4. 4 Logo Bank Jago.....	47
Gambar 4. 5 Logo Neo Bank.....	48
Gambar 4. 6 Logo TMRW by UOB.....	50
Gambar 4. 7 Logo Bank Jenius.....	51



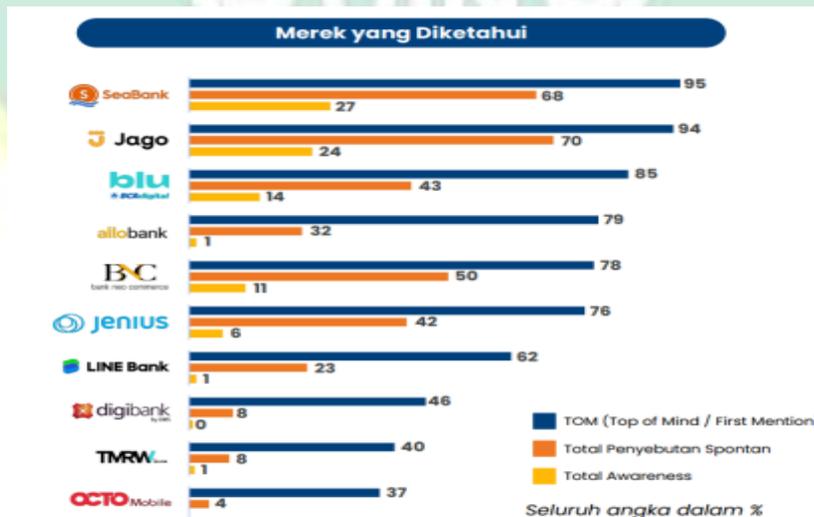
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak, sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan (Adnan dkk., 2016). Bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi nasional yang mendukung pembangunan nasional dengan meningkatkan pemerataan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas. Oleh karena itu, lembaga perbankan harus menjalankan fungsinya dengan benar (Listri, 2021).

Lembaga perbankan terus berkembang positif seiring dengan kemajuan teknologi, terutama dalam sektor jasa keuangan. Saat ini, banyak bank mengadopsi layanan digital untuk memenuhi preferensi nasabah yang lebih memilih transaksi swalayan melalui internet. Beberapa bank digital di Indonesia termasuk Bank Jago, Jenius, Neo Bank, TMRW, Digibank by DBS, Sea Bank, dan Blu by BCA (Populix, n.d.). Berikut ini adalah aplikasi bank digital teratas pada bulan Mei 2024, berdasarkan survei Populix (Populix, 2024c) :



Gambar 1.1 Pengguna Bank Digital Paling Banyak di Gunakan di Indonesia.

Bank digital adalah bank berbadan hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan melaksanakan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik, tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau dengan kantor fisik terbatas, atau dengan kantor fisik terbatas, sesuai dengan peraturan OJK nomor 12/PJOK.03/2021. Dengan memberikan kemudahan bertransaksi kapan saja dan di mana saja, bank digital sangat membantu masyarakat. Klien memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi tanpa batasan waktu atau wilayah. Bank digital memiliki lebih banyak layanan daripada *e-banking*. Nasabah Bank Digital dapat menjalankan bisnis secara mandiri tanpa bantuan orang lain (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).



Gambar 1. 2 Alasan Bank Digital Banyak Digunakan di Indonesia

Pada gambar 1.2 Menurut Populix, industri perbankan telah mengalami perubahan substansial sebagai hasil dari kemajuan teknologi digital, terutama dalam penerimaan bank digital. Karena kemudahan akses dan kemampuan untuk melakukan transaksi keuangan tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara fisik, para mahasiswa tertarik dan secara aktif memanfaatkan layanan perbankan digital. Sebanyak 66% responden menyatakan bahwa motivasi utama mereka menggunakan bank digital adalah karena transaksi keuangan yang cepat dan mudah. Salah satu manfaat dari bank digital adalah kemudahan ini. Selain itu, 46% responden mengatakan bahwa mereka lebih memilih bank

digital karena keamanan transaksi di bank digital, melakukan transaksi saat bepergian, dan membayar biaya transaksi yang lebih rendah (Populix, 2024a).

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor kemudahan dan keamanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih untuk menabung di bank digital. Kemudian peneliti menambahkan faktor religiusitas dalam penelitian ini guna melihat seberapa berpengaruh hubungan kemudahan dan keamanan dengan religiusitas. Kemudahan merujuk pada kemudahan dan aksesibilitas layanan yang ditawarkan, yang membuat nasabah merasa lebih mudah dan praktis dalam melakukan transaksi. Keamanan, di sisi lain, berkaitan dengan rasa aman nasabah terhadap perlindungan data dan dana yang dimiliki. Sementara itu, tingkat religiusitas mencerminkan kedekatan nasabah dengan prinsip-prinsip syariah dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan agama. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap ketiga faktor ini, semakin besar pula keputusan mereka untuk menabung di bank digital.

Ajzen mengemukakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) berdasarkan asumsi yang ada, niat untuk berperilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap perilaku tersebut dan norma-norma subjektif yang berlaku, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana individu mempersepsikan kontrol yang mereka miliki terhadap perilaku itu (Suhermin & Budiyanto, 2022). *Theory of Planned Behaviour* (TPB) digunakan karena menjelaskan bahwa niat individu untuk menabung dipengaruhi oleh sikap terhadap kemudahan dan keamanan layanan digital banking, serta norma subjektif dari lingkungan sosial. Religiusitas berperan dalam memperkuat sikap positif ini, sehingga individu merasa lebih nyaman dalam mengambil keputusan menabung. Dalam konteks digital banking, TPB sangat relevan karena mencerminkan interaksi pengguna dengan teknologi keuangan baru, di mana keamanan dan kemudahan akses menjadi faktor kunci dalam keputusan menabung. Religiusitas juga dapat berfungsi sebagai variabel moderating yang mempengaruhi persepsi individu terhadap layanan tersebut.

Faktor yang memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung adalah kemudahan dalam prosedur. Menurut Bala dan Haryanto, keputusan untuk menabung sering kali dipengaruhi oleh kemudahan prosedur yang ditawarkan oleh lembaga perbankan, sehingga hal ini berperan penting dalam keputusan menabung. Kemudahan prosedur menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam memilih untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Bala dan Haryanto menunjukkan bahwa kemudahan prosedur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung (Bala & Haryanto, 2021). Hal ini berbeda dengan temuan Rendy Putra Pradwita dan rekan-rekannya, menunjukkan bahwa variabel kemudahan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa (Rendy Putra Pradwita dkk., 2020).

Perkembangan teknologi yang pesat telah menimbulkan berbagai ancaman baru, terutama di dunia maya, yang dikenal sebagai *cyber*. Dianta dan Zusrony mencatat bahwa banyak kasus kejahatan *cyber* yang terjadi melalui media sosial dan internet, yang dilakukan oleh individu tidak bertanggung jawab. Kejahatan ini tidak hanya merugikan individu tetapi juga mengganggu keamanan nasional. Dengan semakin mudah dan praktisnya transaksi keuangan digital, penting untuk memahami keamanan data pribadi. Oleh karena itu, perlindungan data pribadi nasabah menjadi prioritas utama bagi lembaga perbankan. Keamanan yang disediakan oleh lembaga perbankan bertujuan untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada nasabah yang menyimpan dananya (Dianta & Zusrony, 2019). Penelitian oleh Liyanto dan Agus menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh pada keputusan nasabah untuk menabung, karena nasabah ingin memastikan uang mereka aman. Masyarakat cenderung merasa lebih tenang saat menabung di bank karena risikonya dapat diminimalkan (Bayu Agus Subaidi & Liyanto Liyanto, 2023). Namun, hasil penelitian Leon menunjukkan bahwa variabel jaminan keamanan belum terbukti memberikan dampak yang baik terhadap keputusan konsumen untuk menabung di bank syariah. (León dkk., 2013).

Religiusitas digunakan sebagai variabel moderating dalam penelitian ini karena religiusitas dapat memengaruhi pola pikir dan keputusan finansial individu, khususnya dalam konteks bank digital. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), norma subjektif, termasuk nilai-nilai religius, berpotensi memperkuat hubungan antara faktor eksternal, seperti kemudahan dan keamanan, dengan niat atau keputusan untuk menabung (Izek Ajzen, 1991). Religiusitas merujuk pada seberapa kuat individu menganut agama atau keyakinan yang dianutnya. Tingkat religiusitas seseorang dapat dilihat dari sikap, perilaku, dan komitmen yang tercermin dalam tindakan mereka (Tegar pangesti, 2019). Religiusitas berkaitan erat dengan motivasi individu untuk berpartisipasi dan terlibat dalam pengambilan keputusan. Setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda.

Menurut Nurmaeni dkk., perilaku ekonomi dipengaruhi oleh kualitas religiusitas individu, yang kemudian membentuk kecenderungan dalam pola produksi dan konsumsi pasar (Nurmaeni dkk., 2020). Kebiasaan menabung juga dipengaruhi oleh sudut pandang ini. Penelitian Alfani dan Rifa, yang menemukan pengaruh yang baik dan signifikan dari agama nasabah terhadap keputusan mereka untuk menabung, mendukung gagasan ini. Religiusitas nasabah memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap keputusan menabung mereka (Alfani & Rifa, 2022). Namun penelitian Sholikha menunjukkan bahwa tingkat religiusitas tidak mempengaruhi keputusan untuk menabung di Bank Syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan untuk menabung di bank syariah tidak didasarkan pada tingkat religiusitas yang dimiliki seseorang. Hal ini mungkin terjadi jika seseorang memiliki religiusitas yang tinggi namun tidak memiliki dana untuk ditabung, sehingga keputusan untuk menabung tidak dapat direalisasikan (Sholikha dkk., 2017). Dalam masyarakat dengan tingkat religiusitas yang tinggi, preferensi ini dapat mencerminkan tingkat kesesuaian layanan keuangan dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut. Oleh karena itu, religiusitas relevan untuk dijadikan variabel moderating untuk menguji apakah faktor religius ini dapat memperkuat hubungan antara persepsi kemudahan dan keamanan dengan

keputusan menabung di bank digital, terutama dalam konteks perbankan syariah.

Mengingat bahwa pertimbangan agama biasanya menghalangi nasabah perbankan syariah untuk menjadi anggota penuh dari komunitas perbankan, maka sangat penting bahwa pertimbangan lain berperan dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menyimpan atau menabung. Hal ini dapat mempengaruhi apakah nasabah memutuskan untuk menabung atau tidak pada digital banking. Faktor-faktor lain seperti keamanan data, kemudahan akses, biaya operasional, dan layanan pelanggan juga memainkan peran penting dalam keputusan tersebut. Oleh karena itu, perbankan syariah harus mempertimbangkan dan meningkatkan aspek-aspek ini untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan digital mereka (Shafrani, 2017).

Menurut temuan studi populix dalam Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi Digital *Banking* di Indonesia, 60% pengguna bank digital berasal dari Generasi Z, yang berusia 17-27 tahun (Populix, 2024b). Proporsi ini menunjukkan penggunaan perbankan digital yang luas oleh generasi muda, atau generasi Z. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, generasi Z memiliki rentang usia antara 17 hingga 27 tahun, dengan usia rata-rata di tingkat universitas. Dalam skenario ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa cukup tertarik untuk mengadopsi perbankan digital. Selain itu, anak-anak dianggap memiliki tingkat intelektual yang tinggi, kepandaian dalam berpikir, dan persiapan yang baik dalam bertindak. Perilaku mahasiswa juga dianggap lebih terlibat dan bijak dalam dunia platform. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti mahasiswa yang telah menggunakan digital banking sebagai tolak ukur keputusan menabung, khususnya mahasiswa di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, agar dapat lebih memahami perilaku adopsi digital dalam keputusan menabung. Penulis juga berharap dapat memperkenalkan kepada pembaca penelitian ini tentang Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sebelumnya dikenal dengan sebutan IAIN Purwokerto.

Pengamatan awal terhadap 10 mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang menggunakan perbankan digital mengungkapkan sejumlah tantangan, termasuk masalah registrasi dan login serta pemadaman sistem yang berdampak pada kepuasan dan kepercayaan diri nasabah. Pertimbangan utama dalam keputusan menabung adalah kemudahan, mahasiswa cenderung tidak akan menggunakan layanan yang sulit didapat. Keamanan juga sangat penting karena siswa mengantisipasi transaksi yang aman dan keamanan data. Selanjutnya, religiusitas dapat mengatur hubungan antara kemudahan, keamanan, dan keputusan menabung dalam konteks perbankan syariah, dimana nasabah yang sangat religius biasanya memilih layanan yang lebih selektif sesuai dengan standar syariah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepercayaan dan mempengaruhi keputusan menabung nasabah, bank digital harus terus berinovasi untuk meningkatkan faktor kemudahan, keamanan, dan religiusitas (Sirait dkk., 2024).

Pemahaman masyarakat mengenai kemudahan dan keamanannya tentu akan mempengaruhi keputusan individu dalam menabung. Berdasarkan landasan teori, fenomena yang terjadi, serta kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*), peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "**Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Digital dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto).**" Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan religiusitas atau tingkat keimanan individu sebagai variabel *moderating*.

B. Rumusan Masalah

Tantangan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan:

1. Apakah kemudahan mempengaruhi keputusan menabung pada Bank Digital?
2. Apakah keamanan mempengaruhi keputusan menabung pada Bank Digital?

3. Apakah kemudahan dan keamanan dapat mempengaruhi terhadap keputusan menabung?
4. Apakah religiusitas sebagai *moderating* dapat mempengaruhi hubungan dengan kemudahan terhadap keputusan menabung?
5. Apakah religiusitas sebagai *moderating* dapat mempengaruhi hubungan dengan keamanan terhadap keputusan menabung?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk menganalisis pengaruh positif kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung di bank digital.
 - b. Untuk menganalisis pengaruh positif keamanan terhadap keputusan menabung di bank digital.
 - c. Untuk menganalisis pengetahuan tentang kemudahan dan keamanan dapat mempengaruhi pilihan untuk menabung.
 - d. Untuk menganalisis religiusitas sebagai variabel *moderating* dapat mempengaruhi kemudahan terhadap keputusan menabung.
 - e. Untuk menganalisis religiusitas sebagai variabel *moderating* dapat mempengaruhi keamanan terhadap keputusan menabung.
2. Berikut ini adalah beberapa keuntungan dari penelitian ini:

- a. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan lebih lanjut kepada penulis mengenai dampak keuangan digital *banking* kemudahan 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 Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi individu 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

Dalam penelitian ini terdapat *literature review* sebagai pemahaman komprehensif tentang pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap keputusan menabung pada digital *banking* dengan religiusitas sebagai variabel *moderating*. Hal ini dikarenakan untuk mencari teori serta konsep yang dapat dijadikan referensi serta gambaran bagi penulis dalam menyusun proposal skripsi ini. Adapun beberapa referensi yang diambil dalam penelitian ini.

Pertama, jurnal yang ditulis oleh (Simanjuntak, 2017) berjudul “*Pengaruh Prosedur Kemudahan Menggadai Terhadap Nasabah dalam Menggadai Barang (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Kota Batam)*”. Penelitian ini membahas pengaruh prosedur kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam menggadai barang di PT Pegadaian Kota Batam. Penelitian ini tidak menggunakan variabel keamanan dan memiliki objek, tempat, serta waktu penelitian yang berbeda. Temuan menunjukkan bahwa kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

Kedua, jurnal karya (Bala & Haryanto, 2021) berjudul “*Peranan Counsumer Knowledge dan Kemudahan Prosedur terhadap Kepuasan dan Keputusan Menabung di PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen*”. Penelitian ini tidak menggunakan variabel keamanan, dan objek penelitian berfokus pada PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen dengan lokasi dan waktu berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan prosedur berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh (Ciptowening dkk., 2021) dengan judul “*Pengaruh E-service Quality dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia)*”. Penelitian ini tidak menggunakan variabel kemudahan prosedur, dengan objek, tempat, dan waktu penelitian berbeda. Hasil menunjukkan bahwa keamanan mempengaruhi keputusan penjual untuk menggunakan *marketplace* Tokopedia, baik secara parsial maupun simultan.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh berjudul "*Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*". Studi ini memiliki objek dan waktu penelitian berbeda, dengan temuan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

Kelima, jurnal yang ditulis oleh (Tambunan & Nasution, 2013) berjudul "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR Artha Sukapura Tasikmalaya*". Penelitian ini tidak menggunakan variabel kemudahan prosedur dan keamanan, dengan objek penelitian yang berbeda. Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

Keenam, Jurnal yang ditulis oleh (Bayu Agus Subaidi & Liyanto Liyanto, 2023) berjudul "*Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Sumenep)*". Penelitian ini memiliki objek berbeda dengan fokus pada generasi milenial di Kabupaten Sumenep. Temuan menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, sementara literasi keuangan dan religiusitas tidak berpengaruh secara parsial tetapi berpengaruh secara simultan.

Ketujuh, jurnal oleh (Utami, 2018) berjudul "*Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha dengan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Variabel Moderasi*". Penelitian ini tidak menggunakan variabel keamanan dan berfokus pada usaha kecil di wilayah Banyumas. Temuan menunjukkan bahwa pengetahuan pemilik, skala usaha, dan umur usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan kinerja usaha, yang dimoderasi secara signifikan oleh penggunaan informasi akuntansi.

Kedelapan, jurnal (Rokhani & Nurkhin, 2021) "*Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*". Studi ini fokus pada mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Semarang, dengan variabel moderasi religiusitas, berbeda dalam objek, tempat, dan waktu

penelitian dari penelitian lainnya. Temuan ini menunjukkan pengetahuan dan karakteristik bank memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Religiusitas secara signifikan memoderasi pengaruh tersebut.

Kesembilan, jurnal (Sari & Ratno, 2020), "*Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*". Penelitian ini fokus pada marketing mix (produk, tempat, harga, promosi, proses, orang, dan bukti fisik) sebagai variabel utama, dengan religiusitas sebagai variabel moderasi, pada nasabah BRI Syariah KC Semarang. Objek, tempat, dan waktu penelitian berbeda dari penelitian lain. Temuan ini menunjukkan marketing mix memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Religiusitas memperkuat pengaruh tersebut secara signifikan.

Sepuluh, Jurnal (Thohari & Hakim, 2021), "*Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*". Penelitian ini berfokus pada mahasiswa di tiga universitas di Surabaya dengan variabel utama pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, dan product knowledge. Religiusitas digunakan sebagai variabel moderasi. Temuan ini menunjukkan pembelajaran perbankan syariah dan product knowledge berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Literasi keuangan syariah berpengaruh tetapi kurang signifikan. Religiusitas hanya memoderasi hubungan antara product knowledge dan keputusan menabung.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, tahun, dan judul peneliti	Perbedaan	Temuan Studi
1.	(Simanjuntak, 2017), Pengaruh Prosedur Kemudahan Menggadai Terhadap Nasabah dalam Menggadai Barang (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Kota Batam)	Tidak menggunakan variable keamanan. Objek, tempat dan waktu penelitian berbeda	Variabel kemudahan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggadai barang di PT Pegadaian.

2.	(Bala & Haryanto, 2021), Peranan <i>Counsumer Knowledge</i> dan Kemudahan Prosedur terhadap Kepuasan dan Keputusan Menabung di PT BKK Jawa Tengah Cabang Sragen	Tidak menggunakan variabel 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.
3.	(Ciptowening dkk., 2021), Pengaruh <i>E-service Quality</i> dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa <i>Marketplace</i> Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia)	Tidak menggunakan variabel kemudahan prosedur. Objek, tempat dan waktu penelitian berbeda	Keamanan mempengaruhi keputusan penjual untuk menggunakan <i>marketplace</i> Tokopedia dengan baik, baik secara parsial maupun simultan.
4.	(Fathurrohman, 2019), Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.	Objek penelitian dan waktu penelitian	Menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh religiusitas.
5.	(Tambunan & Nasution, 2013), Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di PT BPR Artha Sukapura Tasikmalaya.	Tidak menggunakan variabel kemudahan prosedur dan keamanan. Objek penelitian yang digunakan di PT BPR Artha Sukapura Tasikmalaya.	Keputusan nasabah untuk menabung dipengaruhi secara signifikan dan menguntungkan oleh literasi keuangan.
6.	(Bayu Agus Subaidi & Liyanto Liyanto, 2023), Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus	Objek penelitian berbeda, melibatkan generasi milenial di Kabupaten Sumenep	Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, sementara literasi keuangan dan religiusitas tidak memiliki pengaruh

	Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Sumenep)		signifikan secara parsial, tetapi secara simultan berpengaruh signifikan.
7.	(Utami, 2018), Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha dengan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Variabel Moderasi.	Tidak menggunakan variabel keamanan, fokus pada skala usaha dan penggunaan informasi akuntansi, objek penelitian berbeda, serta di wilayah Banyumas	Pengetahuan pemilik, skala usaha, dan umur usaha berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan kinerja usaha. Penggunaan informasi akuntansi memoderasi pengaruh tersebut secara signifikan.
8.	(Rokhani & Nurkhin, 2021), Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi.	Studi ini fokus pada mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Semarang, dengan variabel moderasi religiusitas, berbeda dalam objek, tempat, dan waktu penelitian dari penelitian lainnya.	Pengetahuan dan karakteristik bank memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Religiusitas secara signifikan memoderasi pengaruh tersebut.
9.	(Sari & Ratno, 2020), Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi	Penelitian ini fokus pada marketing mix (produk, tempat, harga, promosi, proses, orang, dan bukti fisik) sebagai variabel utama, dengan religiusitas sebagai variabel moderasi, pada nasabah BRI Syariah KC Semarang. Objek, tempat, dan waktu	Marketing mix memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Religiusitas memperkuat pengaruh tersebut secara signifikan.

		penelitian berbeda dari penelitian lain.	
10.	(Thohari & Hakim, 2021), Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.	Penelitian ini berfokus pada mahasiswa di tiga universitas di Surabaya dengan variabel utama pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, dan product knowledge. Religiusitas digunakan sebagai variabel moderasi.	Pembelajaran perbankan syariah dan product knowledge berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Literasi keuangan syariah berpengaruh tetapi kurang signifikan. Religiusitas hanya memoderasi hubungan antara product knowledge dan keputusan menabung

Sumber: hasil olah data, 2025

B. Kajian Teori

1. Teori Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Mowen dan Minor mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah kajian mengenai perilaku unit-unit yang terlibat dalam pembelian serta proses pertukaran yang melibatkan aktivitas memperoleh, mengonsumsi, mengalami, memikirkan, dan membuang barang serta jasa (Suhermin & Budiyanto, 2022). Schiffman dan Kanuk juga mengemukakan perilaku konsumen dicirikan oleh cara-cara pelanggan mencari, membeli, menilai, menggunakan, dan membuang barang dan jasa yang mereka yakini akan memenuhi kebutuhan mereka (Suhermin & Budiyanto, 2022).

Keputusan menabung dimaknai sebagai usaha untuk mendapatkan, menetapkan barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan dimana perilaku ini dilakukan secara nyata dan sadar. Keputusan menabung memiliki makna yang sama dengan keputusan pembelian

(Nugroho & Anwar, 2020).

b. Faktor yang mempengaruhi keputusan

Pengambilan keputusan memerlukan banyak pertimbangan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, pribadi, dan sosial. Interaksi ketiga faktor ini dapat menentukan keputusan seseorang untuk menggunakan atau membeli jasa perbankan.

Nasabah harus mengevaluasi informasi yang telah diberikan untuk membuat keputusan yang tepat. Hal ini mencakup pengetahuan tentang kepraktisan, keamanan, dan kemandirian perbankan digital. Rasio kemudahan dan keamanan adalah rasio yang digunakan dalam investigasi ini. Dalam penelitian ini, variabel moderasi religiusitas konsumen berdampak pada seberapa baik kinerja keuangan digital dalam hal keputusan menabung. Hal ini terjadi karena berbagai pemangku kepentingan mempertimbangkan agama, termasuk nasabah yang ingin memastikan bahwa dana mereka ditangani dengan aman dan sesuai dengan keyakinan agama mereka (Lutfi & Yudiana, 2021).

c. Tahap pengambilan keputusan

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

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan
- 5) Perilaku pasca keputusan

2. Kemudahan

Teori kemudahan mengukur seberapa percaya seseorang bahwa menggunakan sistem tidak memerlukan banyak usaha. Menurut Davis kemudahan berarti pengguna tidak perlu mengeluarkan banyak upaya atau keterampilan tinggi. Semakin mudah sistem digunakan, semakin sedikit usaha yang diperlukan, dan pengguna tidak merasa terbebani. Ciri utama

kemudahan adalah teknologi yang fleksibel, mudah dipahami, dan mudah digunakan (Davis, 1989).

Menurut Sugianto, kemudahan penggunaan adalah ukuran bagaimana baiknya sebuah teknologi bisa dipahami dan dioperasikan oleh orang lain. Artinya, jika teknologi itu benar-benar mudah digunakan tanpa perlu banyak usaha, maka kemudahannya dalam hal ini sudah cukup tinggi. Sebaliknya, jika teknologi yang sama ternyata sulit diterapkan karena butuh banyak kerja keras, maka kemudahannya masih rendah. Jadi, kesederhanaan operasi menjadi kunci utama dari apa yang disebut "kemudahan penggunaan" (Attaqi dkk., 2022).

Menurut Wibowo, persepsi mengenai kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat keterlibatan pribadi pengguna dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, wajar jika interaksi dengan sistem tersebut berlangsung dengan sederhana, sehingga pengguna dapat dengan mudah menyesuaikan fungsinya sesuai dengan preferensi mereka. Di antara taktik yang dapat dilakukan oleh lembaga keuangan adalah mengadopsi pendekatan yang menekankan kemudahan penggunaan dan pemahaman, agar nasabah tidak menghadapi kesulitan saat menggunakan layanan *mobile banking* (Sulkarnain dkk., 2022).

Kemudahan prosedur adalah penyederhanaan proses pelayanan. Prosedur menabung, yang terkait dengan pengelolaan keuangan, dipengaruhi oleh kemudahan yang ditawarkan bank. Bala dan Haryanto menyebutkan bahwa kemudahan prosedur adalah faktor penting dalam keputusan nasabah, dengan indikator seperti waktu singkat, persyaratan sederhana, dan kesesuaian dengan kehendak nasabah (Simanjuntak, 2017).

3. Keamanan

Prihanto mengemukakan bahwa keputusan seseorang untuk menabung karena ingin memperoleh keamanan atas uang yang disimpan (Prihanto, 2017). Lembaga LPS akan berperan aktif dalam menjaga stabilitas sistem perbankan sesuai dengan fungsi dan kewenangannya (LPS, 2004).

Menurut Kartika, persepsi keamanan berkaitan dengan bagaimana seseorang memandang privasi dan keamanan informasi pribadinya. Jika seseorang yakin bahwa informasi pribadinya terlindungi, tidak dapat diakses oleh orang lain, dan disimpan secara aman, maka mereka akan menganggap teknologi tersebut sebagai aman. Tingkat keamanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pengguna, membuat pelanggan merasa tenang karena privasi mereka selalu terjaga (Widodo & Ariandi, 2024).

Menurut Farokha dan Rivai, indikator kewanan meliputi (Farokha & Rivai, 2022):

a. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan dapat mengurangi kekhawatiran konsumen terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi. Ketika pelanggan merasa aman, mereka lebih cenderung memberikan informasi pribadi dan merasa nyaman melakukan pembelian.

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.

4. Religiusitas

Menurut Nasrullah, religiusitas merupakan keyakinan atau sikap yang diwujudkan melalui tindakan untuk menghubungkan manusia dengan Tuhan. Religiusitas terdiri dari seperangkat elemen yang komprehensif, yang membuat seseorang disebut religius (*being religious*), dan bukan sekadar berpura-pura memiliki agama (Sabillah, 2023).

Religiusitas mencakup serangkaian ide, institusi, praktik, dan prinsip yang luas, yang berperan dalam memberikan seseorang tujuan hidup, arahan, serta hubungan dengan sesuatu yang dianggap suci atau transenden (Giovano dkk., 2020). Individu dengan tingkat religiusitas yang kuat cenderung menyesuaikan tindakan mereka dengan keyakinan yang mereka pegang dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas melibatkan pemahaman yang mendalam. Al-Qur'an menggambarkan religiusitas secara jelas melalui penekanannya pada monoteisme, yaitu keyakinan pada Allah sebagai satu-satunya Pencipta (Muhaimin, 2021).

Menurut Glock dan Stark, terdapat lima macam dari indikator religiusitas diantaranya: (Alwi, 2014).

a. Keyakinan atau ideologi

Mencerminkan tingkat keyakinan seseorang terhadap ajaran agama yang dianut.

b. Ibadah atau ritual

Terlihat dari sejauh mana seseorang mematuhi perintah Tuhan dan menjauhi larangan-Nya.

c. Pengalaman atau pengalaman hidup

Mengacu pada pengalaman yang diperoleh setelah melakukan aktivitas tertentu.

d. Pengetahuan atau pemahaman

Menunjukkan seberapa baik seseorang memahami dan peka terhadap agama yang dianut.

e. Penerapan atau implementasi

Melibatkan tindakan yang menunjukkan ketaatan terhadap perintah dan larangan agama.

5. Bank Digital

Perkembangan teknologi digital saat ini berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan manusia (H.M. Baso dkk., 2023). Sebuah Bank Berbadan Hukum Indonesia (Bank BHI) dianggap digital jika menyediakan layanan komersial secara digital dan memiliki sedikit atau

tidak ada kantor cabang fisik, sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum (Linggadjaya dkk., 2022).

Bertransaksi di mana saja, tidak selal di bank, menurut Brett King di Bank 4.0 menjelaskan empat masa dalam perkembangan bank di dunia yaitu sebagai berikut: (Linggadjaya dkk., 2022)

a. Bank 1.0 (1472-1980)

Bank berfungsi sebagai tempat perjumpaan fisik dengan pelanggan dan menjalankan fungsi penyimpanan serta peminjaman uang. Komputer mainframe sudah ada, tetapi belum digunakan untuk berinteraksi langsung dengan nasabah.

b. Bank 2.0 (1980-2007)

Perkenalan ATM memungkinkan transaksi tanpa interaksi fisik, menandai awal era pelayanan mandiri. Internet komersial mulai diperkenalkan pada tahun 1995.

c. Bank 3.0 (2007-2017)

Munculnya *smartphone* memperkenalkan *mobile payment*, menandai generasi internet *banking* dan *mobile banking*. Nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.

d. Bank 4.0 (2017-sekarang)

Banyak bank beralih dari konsep tatap muka ke layanan berbasis teknologi, menggunakan *Big Data*, *Artificial Intelligence* (AI), dan *blockchain* untuk operasional mereka.

Bank digital yang hadir di Indonesia antara lain seperti Bank Digital, Jenius, Neo Bank, TMRW, Digibank by DBS, Sea Bank, Blu by BCA (Yuspin dkk., 2023). Menurut survey Populix, aplikasi bank digital terpopuler di masyarakat adalah sebagai berikut: (Populix, n.d.)

- 1) Digibank by DBS
- 2) Sea Bank
- 3) Blu by BCA
- 4) Bank jago

5) Bank jenius

6. *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Theory of reasoned action (TRA), yang pertama kali dipresentasikan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975, merupakan dasar dari *Theory Of Planned Behavior* (TPB). Berdasarkan premis bahwa orang sering bertindak secara rasional, TPB mengasumsikan bahwa orang mendapatkan pengetahuan implisit dan eksplisit tentang perilaku potensial dan menimbang efek dari tindakan mereka. Selain mempelajari perilaku manusia, TPB berusaha memahami variabel-variabel yang mempengaruhi perkembangan perilaku tersebut. Ajzen menekankan bahwa tujuan setiap orang terhadap perilaku adalah salah satu faktor utama yang menentukan perilaku tersebut (Yuliana dkk., 2022).

Pemahaman yang menyeluruh mengenai perilaku individu dapat diperoleh dengan menerapkan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Kemampuan berperilaku setiap orang ditentukan oleh niatnya untuk melakukan aktivitas. Menurut teori ini, ada tiga alasan mengapa orang berperilaku seperti yang mereka lakukan: keyakinan perilaku yang menghasilkan sikap positif atau negatif, dan keyakinan normatif yang menghasilkan sikap positif atau negatif, pandangan normatif yang menghasilkan tekanan sosial yang dirasakan, dan keyakinan kontrol yang menghasilkan kontrol perilaku yang dirasakan. Dasar pemikiran dari ide ini adalah bahwa orang sering berperilaku dengan cara yang mencerminkan emosi mereka. Setiap orang akan terus memperhitungkan segala sesuatu yang berdampak dan mempengaruhi perilaku, baik secara internal maupun eksternal (Ellin dkk., 2023).

Ajzen mengemukakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) berdasarkan asumsi yang ada, niat untuk berperilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap perilaku tersebut dan norma-norma subjektif yang berlaku, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana individu mempersepsikan kontrol yang mereka miliki terhadap perilaku itu (Suhermin & Budiyanto, 2022).

Theory of Planned Behaviour (TPB), menurut Ajzen (2001), menyatakan bahwa ada tiga faktor mendasar yang memengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan (Muyasaroh & Bahita, 2024):

a) Persepsi terhadap Perilaku (*Attitude Toward the Behavior*)

Sikap perilaku seseorang menunjukkan apakah mereka memiliki penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap suatu tindakan. Pendapat ini dibentuk oleh bagaimana orang memandang konsekuensi dari aktivitas mereka. Orang lebih cenderung melihat suatu kegiatan dengan baik jika mereka percaya bahwa kegiatan tersebut akan menghasilkan hasil yang baik atau memuaskan. Akibatnya, mereka akan merasa lebih positif tentang perilaku tersebut. Sebaliknya, orang akan bersikap negatif jika mereka berpikir bahwa perilaku tersebut akan berdampak negatif. Sikap positif akan meningkatkan keinginan untuk melakukan perilaku tersebut.

b) Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

Norma subjektif adalah persepsi seseorang tentang sejauh mana orang lain yang signifikan dalam hidup mereka memengaruhi pilihan mereka untuk terlibat dalam tindakan tertentu. Hal ini mencakup bagaimana orang memandang dukungan dan harapan teman, keluarga, dan kelompok sosial lainnya. Orang akan lebih cenderung mematuhi norma jika mereka percaya bahwa orang yang mereka sayangi mendorong atau mengharapkan mereka untuk bertindak dengan cara tertentu. Niat untuk bertindak akan diperkuat oleh norma subjektif yang menguntungkan.

c) Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*Perceived Behaviour Control*)

Gagasan tentang kontrol perilaku yang dirasakan menggambarkan bagaimana orang percaya bahwa mereka dapat melakukan atau mengatur aktivitas tertentu. Gagasan ini mencakup persepsi orang tentang seberapa sederhana atau rumit perilaku yang dapat mereka lakukan, yang dipengaruhi oleh elemen eksternal (seperti dukungan

sosial dan sumber daya yang dapat diakses) dan internal (seperti keterampilan, pengetahuan, dan motivasi).

C. Landasan Teologis

1. Kemudahan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “mudah” menunjukkan bahwa untuk menyelesaikannya tidak memerlukan banyak usaha atau pertimbangan. “Mudah” juga dapat berarti ‘tidak berat’, ‘tidak sulit’, atau ‘gampang’.

Mengenai agama, Al-Qur'an juga mengatakan bahwa hukum-hukum Islam mudah dimengerti dan tidak berbelit-belit. Dalam hal puasa, misalnya, Allah menasihati umat-Nya untuk tidak berpuasa selama bulan Ramadhan jika mereka sakit atau dalam perjalanan. Berbuka puasa dapat diterima jika seseorang tidak dapat melakukannya, tetapi ia harus mengganti waktu yang hilang (qadha) di kemudian hari. Sebagai bentuk belas kasihan (rukhsah), Allah menginginkan agar umat-Nya merasa mudah untuk mengikuti ajaran Islam. Hal ini sesuai dengan firman-Nya pada surat (Al-Insyirah: 5-6) berikut:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya, (5) “*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*”
(6) *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*”

Tafsir Surah Al-Insyirah ayat 5-6 mengajarkan bahwa setiap kesulitan pasti diikuti oleh kemudahan, yang relevan dengan temuan penelitian ini bahwa keputusan menabung lebih dipengaruhi oleh kemudahan akses dan keuntungan finansial dibandingkan faktor keamanan. Sebagaimana Rasulullah SAW menghadapi tantangan dengan ketekunan dan tawakal, nasabah juga mencari solusi finansial yang paling praktis dan menguntungkan. Meskipun religiusitas berperan dalam keputusan menabung, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong seseorang memilih bank digital atau syariah adalah kenyamanan transaksi dan manfaat ekonomi. Hal ini selaras dengan

prinsip Islam yang menekankan usaha dan tawakal dalam menghadapi tantangan keuangan, di mana kemudahan akan datang setelah usaha yang maksimal.

2. Keamanan

Upaya untuk menjaga sesuatu agar tetap aman secara langsung berkaitan dengan keamanan. Menurut perspektif Islam, keamanan digambarkan oleh tujuan hukum Islam, yang meliputi menjaga keimanan, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda. Hal ini sesuai dengan firman-Nya pada surat (Ad-Dukhan: 51) berikut:

لِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ ﴿٥١﴾

Artinya, *Sesungguhnya orang-orang yang bertakwa berada dalam tempat yang aman,*

Ayat ini menegaskan bahwa orang bertakwa akan berada dalam tempat yang aman, baik di dunia maupun akhirat. Dalam konteks penelitian ini, keamanan tidak hanya berarti perlindungan finansial, tetapi juga keyakinan bahwa transaksi sesuai dengan prinsip Islam. Meskipun penelitian menemukan bahwa kemudahan dan keuntungan finansial lebih berpengaruh dibandingkan keamanan, bagi individu dengan religiusitas tinggi, rasa aman mencakup kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah, yang memengaruhi preferensi mereka dalam memilih bank syariah.

3. Keputusan Menabung

Mengambil informasi, terlebih dahulu melakukan diskusi dengan pihak lain, dengan itu proses pengambilan keputusan harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh pertimbangan. Mencari fakta-fakta terlebih dahulu atau dengan melakukan diskusi dengan pihak-pihak yang dianggap lebih mumpuni agar pilihan dapat dibuat secara bijaksana dan tidak impulsif. Tidak memikirkan kepentingan sendiri. Al-Qur'an surat Asy-Syura Ayat 38:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya: *“Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhan dan melaksanakan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan)*

dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menginfakkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.”

Menurut ayat ini, mereka yang menjawab panggilan Allah kepada agama-Nya dengan menuhankan dan menyucikan Zat-Nya dari penyembahan kepada selain-Nya, mendirikan shalat fardhu pada waktu yang tepat untuk menyucikan hati mereka dari niat jahat dan menahan diri dari perbuatan jahat yang terlihat dan tidak terlihat, dan terus-menerus bermusyawarah untuk menentukan sikap mereka ketika menangani masalah-masalah yang sulit dan penting-semuanya akan mengalami kenikmatan abadi di akhirat.

Islam menganjurkan umatnya untuk menyimpan uang untuk kebutuhan masa depan. Ajaran kitab suci Al-Qur'an terdapat dalam surat Al-Isra' ayat 26 yang membahas tentang menabung. Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 26:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya: *“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”*.

Berdasarkan kesimpulan ayat tersebut, umat Islam dilarang bersikap boros, termasuk menghambur-hamburkan uang dengan membelanjakan nya secara sembarangan. Tujuan dari larangan ini adalah untuk memaksa umat Islam untuk mempertimbangkan pengeluaran mereka dengan cermat dan memastikan bahwa pengeluaran tersebut sesuai dengan pendapatan dan kebutuhan mereka. Selain itu, umat Islam harus menahan diri untuk tidak memberikan lebih dari yang seharusnya atau membelanjakan uang kepada mereka yang tidak berhak menerimanya.

4. Religiusitas

Menjadi religius dalam Islam berarti memiliki dan menunjukkan sikap dan perilaku yang menunjukkan pengetahuan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama, termasuk keyakinan (akidah), ibadah, dan akhlak. Hal ini sesuai dengan firman-Nya pada surat (Al-Baqarah: 208) berikut:

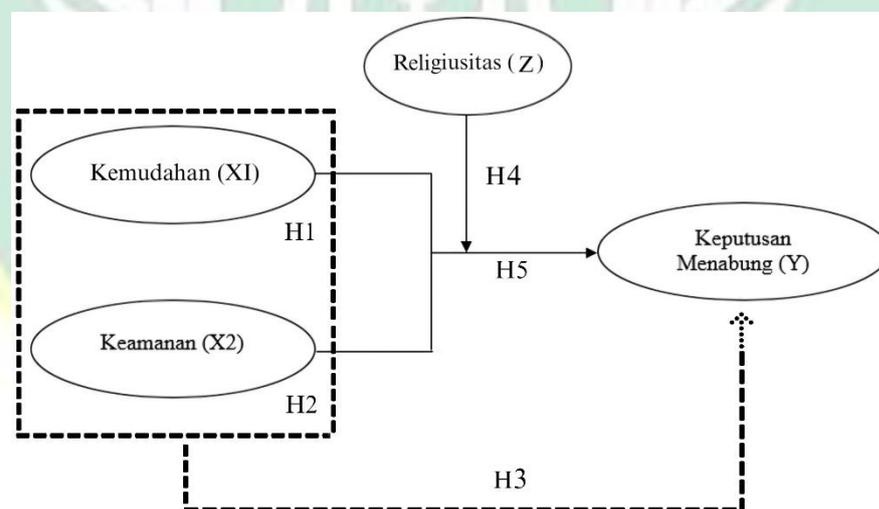
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.”

Ayat ini menekankan pentingnya mengamalkan Islam secara kaffah (menyeluruh) tanpa setengah-setengah. Dalam konteks religiusitas dalam penelitian ini, hal ini berkaitan dengan bagaimana individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung konsisten dalam menerapkan nilai-nilai Islam, termasuk dalam keputusan finansial mereka. Meskipun penelitian ini menemukan bahwa kemudahan dan keuntungan finansial lebih berpengaruh dibandingkan faktor keamanan, bagi individu yang memiliki religiusitas tinggi, keputusan menabung di bank syariah bukan hanya soal manfaat ekonomi, tetapi juga bentuk ketaatan dalam menjalankan Islam secara utuh, termasuk dalam sistem keuangan yang halal dan sesuai syariah.

D. Model Pemikiran

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



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah solusi jangka pendek untuk mengatasi kesulitan yang dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian. Biasanya, versi masalah ini dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dianggap “sementara” karena

didasarkan pada teori-teori yang relevan, karena tidak memiliki bukti empiris atau pengetahuan faktual yang dikumpulkan melalui pengumpulan informasi. oleh informasi faktual atau data empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan informasi.

Dengan kata lain, hipotesis pada dasarnya adalah solusi teoritis untuk masalah penelitian yang memerlukan pengujian lebih lanjut dan divalidasi melalui penelitian lebih lanjut. Ini menunjukkan bahwa hipotesis adalah langkah awal dalam proses penelitian untuk menjawab pertanyaan yang diajukan, sebelum mendapatkan bukti konkret dari data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan kerangka kerja analisis yang disebutkan di atas, beberapa dugaan mengenai “Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap keputusan menabung pada digital *banking* dengan religiusitas sebagai variabel *moderating*”, yakni:

1. Pengaruh Kemudahan Prosedur terhadap Keputusan Menabung.

Kemudahan prosedur, menurut Tjiptono (2017) adalah kemudahan proses yang memandu pelayanan pegawai (Bala & Haryanto, 2021). Faktor eksternal seperti kemudahan prosedur mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Penurunan keputusan menabung mungkin disebabkan oleh buruknya kemudahan prosedur yang dialami nasabah (Bala & Haryanto, 2021).

Keputusan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kemudahan prosedur, menurut penelitian yang dilakukan oleh Bala dan Haryanto. Ini mengindikasikan bahwa keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk atau jasa akan dipengaruhi oleh tingkat kemudahan dalam melakukannya (Bala & Haryanto, 2021).

H^0 : Kemudahan prosedur tidak dapat mempengaruhi terhadap keputusan menabung

H^1 : Kemudahan prosedur mempengaruhi secara positif terhadap keputusan menabung

2. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menabung.

Keamanan adalah aspek penting bagi nasabah karena memastikan uang yang disimpan terjamin. Menurut Rose, kepercayaan terhadap bank dan lembaga keuangan muncul jika nasabah merasa aman dan nyaman dalam menyimpan dana mereka (Purba & Talumantak, 2023).

Penelitian Liyanto dan Agus menunjukkan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung (Bayu Agus Subaidi & Liyanto Liyanto, 2023). Jika tingkat keamanan suatu teknologi tinggi dan menjamin perlindungan informasi pribadi pengguna, maka pengguna akan merasa lebih aman dan nyaman. Antusiasme mereka dalam menggunakan teknologi akan tumbuh sebagai hasil dari rasa aman ini. Oleh karena itu, persepsi terhadap keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam memanfaatkan teknologi yang aman (Nursiah dkk., 2022).

H^0 : Keamanan mempengaruhi tidak dapat terhadap keputusan menabung

H^2 : Keamanan mempengaruhi secara positif terhadap keputusan menabung

3. Keputusan untuk menabung dapat mempengaruhi secara positif oleh kemudahan prosedur dan keamanan.

Menurut penelitian Fathurrahman, terdapat korelasi positif antara kemudahan prosedur dan keamanan yang diberikan dengan keputusan yang diambil oleh pelanggan untuk menabung (Fathurrohman, 2019).

Menurut penelitian Kurniawan, keamanan berperan besar dalam mempengaruhi keputusan penjual untuk menggunakan layanan di Tokopedia (Ciptowening dkk., 2021). Keamanan memiliki kategori yang kuat pada penelitian ini menunjukkan korelasi yang paling besar diantara variabel yang lain.

H^0 : Kemudahan prosedur dan keamanan tidak dapat mempengaruhi terhadap keputusan menabung

H^3 : Kemudahan prosedur dan keamanan dapat mempengaruhi terhadap keputusan menabung

4. Pengaruh religiusitas sebagai *moderating* dapat mempengaruhi kemudahan terhadap keputusan menabung.

Fasilitas teknologi di lembaga perbankan bertujuan untuk mempermudah layanan nasabah, dengan harapan meningkatkan jumlah nasabah melalui kemudahan layanan dan kesederhanaan prosedur. Penelitian oleh Bala dan Haryanto menunjukkan bahwa kemudahan prosedur berdampak positif pada keputusan menabung nasabah (Bala & Haryanto, 2021). Selain itu, Zuhirsyan dan Nurlinda menemukan bahwa religiusitas juga mempengaruhi keputusan menabung secara positif, menunjukkan bahwa tingkat religiusitas yang lebih tinggi cenderung meningkatkan kecenderungan menabung (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018).

H^0 : Religiusitas sebagai variabel *moderating* tidak dapat mempengaruhi pada kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung

H^4 : Religiusitas sebagai variabel *moderating* mempengaruhi pada kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung

5. Pengaruh religiusitas sebagai *moderating* dapat mempengaruhi keamanan terhadap keputusan menabung.

Kurniawan menunjukkan bahwa keamanan berperan dalam keputusan vendor untuk menggunakan layanan Tokopedia. Dalam penelitian ini, kategori keamanan menunjukkan hubungan yang substansial dengan variabel lain (Ciptowening dkk., 2021). Menurut penelitian Cindy dan Lukman, keputusan menabung dipengaruhi secara positif oleh variabel religiusitas memiliki dampak yang baik terhadap pilihan menabung. Sehingga jelas bahwa perilaku seseorang dalam mengambil keputusan keuangan seperti menabung akan lebih baik jika tingkat religiusitasnya tinggi, begitu juga sebaliknya (Thohari & Hakim, 2021).

H^0 : Religiusitas sebagai variabel *moderating* tidak dapat mempengaruhi pada keamanan terhadap keputusan menabung

H^5 : Religiusitas sebagai variabel *moderating* mempengaruhi pada keamanan terhadap keputusan menabung

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan investigasi langsung terhadap subjek yang diteliti yang dilakukan di lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, artinya angka-angka digunakan dalam tahap pengumpulan, analisis, dan penafsiran data dalam proses penelitian. Metode kuantitatif pengolahan datanya menggunakan perhitungan statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat yang dituju dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank digital di Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Waktu penelitian dimulai dari November 2024 sampai dengan April 2025.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan item yang menjadi subjek karakteristik peneliti, yang kemudian ditarik kesimpulannya. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah demografi yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini merupakan nasabah bank digital, dengan jumlah populasi sebanyak 100 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya dapat mewakili keseluruhan populasi. Setiap elemen (anggota) populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel ketika menggunakan *Probability sampling* (Sugiyono, 2013).

Berikut ini adalah beberapa kriteria sampel:

- a. Berusia lebih dari 17 tahun
- b. Terdapat di Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- c. Sebagai nasabah Bank Digital

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10%, yaitu sebagai berikut, berdasarkan metode populasi dan sampel yang telah disebutkan sebelumnya.

Dimana:

N = Populasi

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

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

Keterangan:

$$n = \frac{13.753}{1 + 137,53}$$

$$n = \frac{13.753}{138,53}$$

$$n = 99,27 \text{ (dibulatkan 100)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, sampel penelitian terdiri dari 100 responden.

D. Variabel dan Indikator

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 Kemudahan (X1), dan Keamanan (X2). Sedangkan untuk variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Selanjutnya, variabel moderasi (Z), religiusitas ditambahkan dalam penelitian ini.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1.	Kemudahan (X1) Menurut Davis, pengertian kenyamanan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak akan melibatkan banyak pekerjaan (Davis, 1989).	Menurut Davis, indikator kemudahan meliputi (Rodiah & Melati, 2020): 1. Mudah dipelajari 2. Mudah dikontrol, 3. Fleksibel 4. Terampil 5. Mudah digunakan
2.	Keamanan (X2) Keamanan merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk mengawasi dan melindungi data transaksi serta kerahasiaan data nasabah (Farokha & Rivai, 2022).	Menurut Maulina Hardiyani (Ciptowening dkk., 2021), indikator keamanan meliputi: 1. Jaminan transaksi 2. Kerasiaan data 3. Bukti transaksi 4. Citra penjualan 5. Kualitas produk
3.	Keputusan Menabung (Y) Seseorang yang secara pribadi terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan hal-hal yang diberikan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang dikatakan membuat keputusan (Brama Kumbara, 2021).	Menurut Kolter (Yuliani dkk., 2021), indikator keputusan menabung meliputi: 1. Kebutuhan nasabah 2. Penetapan pilihan 3. Keyakinan nasabah 4. Ketersediaan nasabah 5. Penggunaan secara berulang
4.	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 (Fathurrohman, 2019).	Menurut Faturrohman, indikator religiusitas: (Fathurrohman, 2019) 1. Kenyakinan agama 2. Ketaaan dalam kewajiban 3. Pengalaman agama 4. Pengaruh agama 5. Pemahaman agama

Sumber: hasil olah data, 2025

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini, Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana peserta diberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk diisi (Sugiyono, 2013). Responden diberikan kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian ini dari sumber data primer. Dalam rangka

mengumpulkan informasi dari responden, kuesioner terdiri dari beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis. Berikut ini adalah alasan penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data penelitian:

- a. Pertanyaan yang diajukan kepada partisipan dapat dipahami sesuai dengan topik penelitian.
- b. Tanggapan responden akan lebih bersifat terbuka.
- c. Untuk memudahkan analisis data, pilihan jawaban akan dinilai sesuai dengan pedoman.

Skala yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert dirancang untuk menguji tingkat kesetujuan (*degree of agreement*) responden terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan yang berkaitan dengan tema penelitian.

Tabel 3. 2 Penilaian dalam skala likert

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 adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya, dan peneliti menggunakan Google Formulir untuk mendistribusikan kuesioner yang telah dibuat. Sumber data utama adalah jawaban yang diberikan oleh responden terhadap survei atau kuesioner tentang tiga variabel penelitian sebagai berikut kemudahan, keamanan, dan religiusitas.

b. Data Sekunder

Riset kepustakaan adalah sumber data kedua yang digunakan. Mencari dan mengumpulkan informasi dari buku, jurnal, situs web resmi, dan sumber lainnya dikenal sebagai penelitian kepustakaan.

F. Analisis Data Penelitian

1. Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, artinya angka-angka digunakan dalam tahap pengumpulan, analisis, dan penafsiran data dalam proses penelitian.

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan alat ukur dalam mengukur objek yang dimaksud. Jika alat pengukur secara akurat mengukur hal yang harus diukur, maka alat tersebut dianggap sah. Jika responden dapat memahami dan menerima isi kuesioner untuk mengungkapkan informasi yang dibutuhkan, maka kuesioner dianggap valid. Dengan menentukan korelasi antara masing-masing item pertanyaan dan skor akhir, validitas kuesioner dievaluasi dengan menggunakan metode korelasi *product moment pearson*. Berikut ini adalah kriteria yang digunakan untuk menilai validitas:

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada tingkat signifikansi 0,05, maka dianggap sah.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ pada tingkat signifikansi 0,05, maka dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menentukan seberapa stabil temuan pengukuran dari waktu ke waktu. Reliabilitas dapat ditentukan dengan mengukur gejala yang sama secara berulang-ulang dan mendapatkan hasil yang konsisten. Reliabilitas menunjukkan validitas atau ketepatan alat ukur (Rida Ayu Pratiwi & Syaiful Syaiful, 2024). Teknik yang digunakan dalam pengukuran adalah koefisien alpha Cronbach dengan nilai $>0,60$.

Kriteria penilaian reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Ketika koefisien suatu item melebihi nilai penting atau koefisien alpha *Cronbach*-nya lebih besar dari 0,6, maka item tersebut dikatakan memiliki reliabilitas yang baik.
- 2) Tingkat reliabilitas yang rendah ditunjukkan oleh koefisien alpha

yang kurang dari 0,6.

c. Uji *Method of Successive Interval* (MSI)

Menurut Waryanto, sehubungan dengan tingkat pengukuran untuk variabel independen kemudahan prosedur dan keamanan dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal, serta variabel dependen (keputusan menabung) yang juga berskala ordinal, maka data untuk variabel independen dan dependen tersebut harus ditransformasikan untuk menaikkan tingkat pengukuran dari skala ordinal ke skala interval. Transformasi ini diperlukan agar analisis statistik yang lebih kompleks, seperti linier berganda, dapat dilakukan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode MSI *Method of Successive Interval* untuk mentransformasikan data ordinal dari kuesioner menjadi data *interval*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil pengukuran yang lebih akurat terkait pengaruh kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap keputusan menabung. Dengan menggunakan metode MSI, variabel ordinal seperti keputusan menabung terhadap kemudahan, keamanan, dan tingkat religiusitas sebagai variabel *moderating* dapat dianalisis menggunakan lanjutan seperti regresi linier berganda (Asdar & Badrullah, 2016).

Menurut Zainal, pengolahan data variabel yang berskala ordinal menjadi skala *interval* dilakukan dengan metode *interval* berurutan *Method of Successive Intervals* (Tarmidzi, 2019). Langkah-langkah pengolahan data sebagai berikut:

1) Mengambil data ordinal dari hasil kuesioner

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner menggunakan skala ordinal dikumpulkan untuk setiap pertanyaan dari responden penelitian.

2) Menghitung proporsi jawaban dari kuesioner untuk setiap kategori jawaban

Untuk setiap pertanyaan, proporsi responden yang memilih setiap kategori jawaban dihitung. Setelah itu, proporsi kumulatif dari setiap

kategori dihitung.

3) Menghitung nilai Z (distribusi normal)

Menggunakan tabel distribusi normal, nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif dihitung. Jika jumlah data (n) lebih dari 30, distribusi normal dapat dianggap sebagai pendekatan yang tepat untuk luas daerah dibawah kurva normal.

4) Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif

Nilai Z yang diperoleh dari distribusi normal dimasukkan ke dalam rumus distribusi normal untuk menghitung nilai densitas ($F_{(Z)}$) dari setiap proporsi kumulatif.

5) Menghitung skala interval

Skala interval dihitung menggunakan rumus berikut:

Mean of interval

$$\frac{F_{(Z_i)}}{P_{(Z_i)} - P_{(Z_{i-1})}}$$

Keterangan:

- a) $F_{(Z_i)}$ nilai densitas normal dari proporsi kumulatif untuk kategori jawaban ke-i.
- b) $P_{(Z_i)}$ proporsi kumulatif untuk kategori jawaban ke-i.
- c) $P_{(Z_{i-1})}$ proporsi kumulatif untuk kategori jawaban sebelumnya.

2. Uji Statistik *Inferensial*

Statistik inferensial, (sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Dengan statistik *parametris* digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. (Sugiyono, 2013b).

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, 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 (Rida Ayu Pratiwi &

Syaiful Syaiful, 2024).

Dasar pengambilan keputusan dengan melihat grafik:

- 1) Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, atau jika grafik histogramnya menampilkan pola distribusi normal.
- 2) Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar jauh dari diagonal, tidak mengikuti arah garis diagonal, atau tidak menampilkan pola distribusi normal pada grafik histogram.

Selanjutnya, uji *Kolmogorov Swirnov* (KS) digunakan dalam penelitian ini pada tingkat signifikansi 5%. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan:

- 1) Data residual berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig.* lebih dari 5% ($\text{Asymp.sig} > 0,05$).
- 2) Jika nilai *asymptotic significance* ($\text{Asymp.sig} < 0,05$) kurang dari 5%, maka data tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Tingkat toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF) mengindikasikan adanya gejala multikolinieritas. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai-nilai ini (Yaldi dkk., 2022).

- 1) Besarnya nilai VIF (*variabel inflantion factor*) ≤ 10
- 2) Besarnya *Tolerance* $\geq 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah *variance* residual berbeda antara pengamatan dalam model regresi. Jika *variance* tetap, disebut homoskedastisitas; jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model

regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Dalam uji Glejser, jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Firsti Zakia Indri & Gerry Hamdani Putra, 2022).

d. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk memastikan apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antara dua variabel atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat untuk analisis regresi atau korelasi linier. Uji Linearitas dengan tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk pengujian pada SPSS. Jika tingkat signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05 maka dua variabel dianggap memiliki hubungan yang linear. Ghozali menyatakan bahwa uji linearitas berusaha untuk memastikan ketepatan spesifikasi model. Variabel independen dan dependen seharusnya memiliki hubungan yang linier dengan data yang baik. Evaluasi uji linieritas ditunjukkan dengan membandingkan c hitung dan c tabel. Variabel dianggap linier jika nilai c hitung lebih kecil dari c tabel (Ghozali, 2018).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Salah satu metode untuk menghitung korelasi antar variabel adalah regresi. Analisis regresi menggunakan persamaan matematis untuk menguji hubungan fungsional antara satu variabel prediktor (X) dan satu variabel kriteria (Y). Regresi linier sederhana menguji hubungan sebab akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) (Erzed Nixon MT, 2019).

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B_x X$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = intersep

B = koefisien regresi/ slop

b. Uji Regresi Linier Berganda

Dampak dari berbagai faktor independen terhadap variabel dependen diuji dalam analisis ini. Dampak dari kemandirian keuangan digital, kenyamanan, dan keamanan terhadap pilihan menabung yang dilakukan melalui layanan perbankan digital diuji dalam penelitian ini, dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Menggunakan Rumus: (Purnomo, 2017).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + Z + e$$

Dimana:

Z = Keputusan Menabung

X_1 = Kemudahan Prosedur

X_2 = Keamanan

Z = Religiusitas (sebagai variabel *moderating*)

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien

e = Standar Error

c. Uji *Moderated Regression Analisis* (MRA)

Penelitian ini menggunakan analisis moderasi regresi *Moderated Regression Analisis* (MRA) untuk menguji interaksi dalam regresi linier berganda, yang melibatkan perkalian dua atau lebih variabel independen. Berbeda dengan analisis sub-kelompok, MRA mengkompensasi dampak dari variabel moderator dan menjaga integritas sampel, faktor moderator. Tiga persamaan regresi harus dibandingkan untuk mengidentifikasi jenis variabel moderator ketika menggunakan MRA dengan variabel prediktor tunggal (X) (Liana, 2009).

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

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

$$Y_i = a + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \beta_3 Z_i * \epsilon \quad (10.6)$$

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 ($\beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$)

d. Uji T

Untuk memastikan apakah masing-masing variabel independen (X1, X2) memiliki dampak pada variabel dependen (Y) secara terpisah, uji t menguji koefisien regresi parsial (Rita Intan Permatasari, 2022). Ambang batas signifikansi 5% dan derajat kebebasan $df = n-1$ digunakan. Dasar pemikiran uji t adalah sebagai berikut:

- 1) H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung.
- 2) H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung.
- 3) H3 : Kemudahan prosedur dan keamanan dapat berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.
- 4) H4 : Religiusitas sebagai variabel *moderating* berpengaruh pada kemudahan prosedur terhadap keputusan menabung.
- 5) H5 : Religiusitas sebagai variabel *moderating* berpengaruh pada keamanan terhadap keputusan menabung.

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

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

e. 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 (α) 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar $(k-1) (m-1)$.

Pengambilan keputusan:

Tidak ada pengaruh jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

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

f. Uji koefisien determinan

Menurut Ghozali sejauh mana model dapat menjelaskan perubahan dalam variabel dependen ditunjukkan oleh Koefisien Determinasi (R^2). Kisaran koefisien determinasi adalah nol hingga satu. Kemampuan variabel-variabel independen dalam model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen relatif terbatas atau lemah jika nilai R^2 kecil atau mendekati nol. Semakin kuat faktor-faktor independen dalam model regresi dapat menjelaskan variabel dependen, maka semakin besar nilai R^2 (Zaka, 2017).

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Digital Banking di Indonesia

1. Gambaran Umum Digibank by DBS

a. Sejarah Singkat Digibank by DBS

Sebagai salah satu bank tertua di Asia, PT Bank DBS Indonesia (DBS Indonesia) didirikan pada tahun 1989 dan merupakan bagian dari DBS Group di Singapura. Dengan 3.011 karyawan aktif yang tersebar di 15 kota besar di Indonesia, DBS Indonesia menawarkan layanan perbankan yang komprehensif bagi nasabah di kategori perbankan korporasi, UKM, dan konsumen. Perusahaan ini memiliki satu kantor pusat, tiga belas kantor cabang, enam belas kantor cabang pembantu, dan empat kantor fungsional. Di luar perbankan, DBS Indonesia berdedikasi untuk membantu nasabah, karyawan, dan masyarakat menuju masa depan yang berkelanjutan (P. B. D. Indonesia, 2023)

b. Visi dan Misi Digibank by DBS

1) Visi

DBS ingin menjadi perusahaan keuangan terkemuka di Indonesia dengan jejak yang signifikan. “Kami peduli dan membantu jutaan orang untuk mencapai kesejahteraan dan ingin menjadi bank terbaik yang pernah ada di Asia,” kata perusahaan.

2) Misi

Menjadi bisnis yang berfokus pada pelanggan yang melayani semua segmen pasar dan memberikan nilai yang berbeda untuk setiap segmen pasar melalui penjualan dan layanan yang unggul, didukung oleh teknologi mutakhir. Menjadi perusahaan pilihan dan perusahaan yang dihargai oleh klien, staf, investor, pemerintah, dan komunitas tempat kami beroperasi adalah tujuan kami (Prabowo, 2011).

c. Logo



Gambar 4. 1 Logo Digibank by DBS

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan Digibank by DBS

Segmen bisnis berikut ini mencakup layanan dan produk perbankan yang disediakan oleh DBS Indonesia:

- 1) Perbankan korporasi, termasuk Kustodian, *Global Transactional Service (GTS)*, *Financial Institution Group (FIG)*.
- 2) Tresuri dan pasar modal, termasuk valuta asing, pendapatan tetap (obligasi pemerintah dan korporasi, termasuk obligasi ritel, dalam mata uang USD dan Rupiah), *derivatif* (termasuk opsi), dan produk terstruktur.
- 3) Perbankan untuk Nasabah Berbagai produk perbankan *Consumer Banking Group (CDG)* yang komprehensif, termasuk obligasi pemerintah, *bancassurance*, kredit tanpa agunan, kredit pemilikan rumah (KPR), kartu kredit, *cashline*, pembiayaan bersama, reksadana, *treasury* dan produk valuta asing, serta simpanan nasabah (giro, tabungan dan deposito berjangka), oleh DBS Indonesia (P. B. D. Indonesia, 2023).

2. Gambaran Umum SeaBank

a. Sejarah Singkat SeaBank

Siti Pertiwi Henny Shidki, S.H., notaris di Jakarta, mendirikan PT Bank Seabank Indonesia (SeaBank), yang sebelumnya bernama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE), pada tanggal 4 Oktober 1991. Akta pendirian ini disahkan pada tanggal 27 November 1991 dan diumumkan dalam Berita Negara pada tanggal 7 Februari 1992. Untuk memudahkan operasional, Bank BKE memperkenalkan aplikasi

perbankan digital pada tahun 2021. Aplikasi ini menawarkan rekening tabungan digital dengan suku bunga harian dan tanpa biaya transfer atau administrasi. Dengan bantuan otentikasi dua faktor dan konfirmasi otomatis, layanan ini menawarkan kenyamanan dan keamanan bagi nasabah dengan memfasilitasi transaksi *real-time* untuk pembayaran tagihan, pengisian saldo dompet elektronik, dan pembelian *e-commerce* (S. Bank, n.d.).

b. Visi dan Misi Sea Bank

1) Visi

Memberikan pengalaman perbankan yang *revolutioner* untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia dan membantu mereka yang kurang mampu.

2) Misi

Semua orang dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah (S. Bank, n.d.).

c. Logo Sea Bank



Gambar 4. 2 Logo SeaBank

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan SeaBank

Kegiatan usaha utama yang dilakukan SeaBank yaitu:

- 1) Giro, tabungan digital banking, deposito berjangka, tabungan SimPel, produk deposito, dan tabungan.
- 2) Produk pinjaman seperti kredit pemilikan rumah (KPR), kredit multiguna, kredit karyawan, pembiayaan bersama, kredit *channeling*, kredit koperasi, kredit investasi, kredit modal kerja, kredit pensiun, dan kredit dana bergulir.
- 3) ATM, transfer, kliring, RTGS (*Real Time Gross Settlement*), rekening virtual untuk digital *banking*, pembayaran tagihan, dan

layanan pembayaran tagihan adalah contoh layanan perbankan (P. S. Bank, n.d.).

3. Gambaran Umum Blu By BCA

a. Sejarah Singkat Blu By BCA

PT Bank Digital BCA (BCA Digital) pada awalnya didirikan pada tahun 1965 dengan nama PT Bank Rakjat Parahyangan, sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 25 Oktober 1965 di hadapan R. Soerojo Wongsowidjojo, S.H., notaris di Jakarta. Seiring dengan perkembangan perusahaan, PT Bank Rakjat Parahyangan berubah nama menjadi PT Bank Pasar Rakyat Parahyangan sesuai dengan perubahan Anggaran Dasar yang dimuat dalam Akta No. 19, tanggal 21 Agustus 1982, yang dibuat oleh Notaris Soerojo Wongsowidjojo, S.H., notaris di Jakarta. Selanjutnya, status PT Bank Pasar Rakyat Parahyangan ditingkatkan menjadi Bank Umum dan berganti nama menjadi PT Bank Royal Indonesia (Bank Royal) sesuai dengan Akta No. 68 tanggal 8 Januari 1990, yang dibuat oleh Misahardi Wilamarta, S.H., notaris di Jakarta (Laporan, 2022).

b. Visi dan Misi Blu By BCA

1) Visi

Menjadi bank online pilihan.

2) Misi

a) Menyadari berbagai permintaan klien dan menawarkan layanan keuangan terbaik untuk memaksimalkan kepuasan klien melalui penggunaan teknologi yang sesuai.

b) Memberikan sesuatu yang lebih kepada para pemangku kepentingan (Adolph, 2016).

c. Logo Blu By BCA



Gambar 4. 3 Logo Blu By BCA

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan Blu By BCA

Menyusul peluncuran aplikasi perbankan digital BCA Digital pada tahun 2021, kegiatan yang sedang berjalan meliputi:

- 1) Sumber pendanaan seperti deposito berjangka, deposito berjangka, dan tabungan.
- 2) Penyaluran dana, antara lain kredit modal kerja dan kredit perusahaan, serta kredit investasi.
- 3) Layanan, seperti penarikan dan penyeteroran tunai melalui ATM BCA, transfer *virtual account* BCA, penambahan dana *e-money*, QRIS, transfer online, RTGS, LLG, pembayaran tagihan bulanan (Internet/TV Kabel), dan layanan digital BCA di aplikasi rekanan (Pembukaan Rekening, Pembayaran Pajak Online, dan lain-lain) (BCA.co.id, 2021).

4. Gambaran Umum Bank Jago

a. Sejarah Singkat Bank Jago

Sebelum tanggal 14 Desember 1992, Bank Jago dikenal sebagai PT Bank Artos Indonesia (Bank Artos). Desember 1992. Dengan kode emiten ARTO, Bank Artos melantai di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016. PT *Metamorfosis Ecosystem Indonesia* (MEI) dan PT *Wealth Track Technology Limited* (WTT) membeli Bank Artos pada Desember 2019 dengan total nilai akuisisi sebesar Rp 243 miliar. Sejak saat itu, perusahaan telah berkembang menjadi pemegang saham pengendali (PSP) sebesar 51%. Bisnis ini secara resmi berganti nama menjadi Bank Jago pada tanggal 11 Juni 2020 (Linggadjaya dkk., 2022).

b. Visi dan Misi Bank Jago

1) Visi

Menjadi salah satu bank yang paling kuat di Indonesia, yang siap untuk menangani permintaan nasabah kelas menengah dan mass-market dalam ekonomi digital, dengan memanfaatkan teknologi dan terintegrasi ke dalam sebuah ekosistem.

2) Misi

Meningkatkan prospek pertumbuhan jutaan orang dengan menyediakan solusi keuangan digital yang berfokus pada kehidupan (Terintegrasi & Report, n.d.).

c. Logo Bank Jago



Gambar 4. 4 Logo Bank Jago

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan Bank Jago

Menurut laporan prospektus dari bank jago, kegiatan usaha utama yang dilakukan Bank Jago yaitu:

- 1) Penempatan Dana.
- 2) Penghimpunan Dana.
- 3) Layanan Perbankan Tambahan (JAGO, 2021).

5. Gambaran Umum Neo Bank

a. Sejarah Singkat Neo Bank

Berawal dari PAKTO 27/1988 yang diprakarsai oleh Departemen Pertahanan, Perum ASABRI, Pepabri, dan para pengembang yang bekerja sama pada tanggal 9 Januari 1990, PT Bank Yudha Bhakti didirikan. Selanjutnya, Bank mulai berkembang pada tahun 2001 dengan membuka kantor cabang dan kantor cabang pembantu di seluruh Jawa dan Sumatera. Melalui Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (PMTHMETD), Bank Yudha Bhakti menggandeng PT Akulaku Silvr Indonesia sebagai pemegang saham

baru setelah lebih dari 30 tahun mengabdikan. Kemudian pada tahun 2020, Bank Yudha Bhakti berganti nama menjadi Bank Neo *Commerce* yang didedikasikan untuk berkembang menjadi bank ritel digital yang memenuhi kebutuhan pasar milenial (Commerce, 2021).

b. Visi dan Misi Neo Bank

1) Visi

Dengan mengembangkan sistem layanan yang berpusat pada kebutuhan dan keinginan nasabah, kami merevolusi industri perbankan.

Kami menawarkan layanan keuangan yang menguntungkan dan inklusif secara digital yang dapat diakses oleh siapa saja, didukung oleh terobosan teknologi.

2) Misi

a) Menggabungkan Pengalaman Neo Bank

b) Menawarkan stabilitas keuangan dan ketenangan pikiran kepada nasabah

c) Meningkatkan layanan digital untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah

d) Konsisten dalam menawarkan layanan keuangan yang berkelanjutan, mudah digunakan, dan inklusif (N. Bank, n.d.).

c. Logo Neo Bank



Gambar 4. 5 Logo Neo Bank

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan Neo Bank

Menurut laporan tahunan Neo Bank 2021, Kegiatan usaha yang dilakukan berupa produk dan layanan sebagai berikut:

- 1) Produk pendanaan, termasuk deposito berjangka, tabungan, giro, dan deposito *on call*.
- 2) Reksadana dan solusi pengelolaan kekayaan lainnya.
- 3) Produk pembiayaan seperti kredit kendaraan bermotor, kredit kepemilikan rumah, kredit personal, kredit modal kerja, kredit investasi, kredit langsung, kredit khusus pensiun, kredit *channeling*, kredit multiguna, dan lainnya (Commerce, 2021).

6. Gambaran Umum TMRW

a. Sejarah Singkat TMRW

TMRW merupakan bank yang sepenuhnya digital yang diperkenalkan oleh UOB. Faktanya, TMRW memulai debutnya di Thailand pada tahun 2019 dan berhasil meraih berbagai penghargaan di tingkat ASEAN pada periode tersebut. Indikasi pertama kehadiran TMRW di Indonesia adalah pada bulan Januari 2020 (Siki, 2023).

b. Visi dan Misi TMRW

1) Visi

Menjadi bank dengan reputasi jangka panjang terbaik di Indonesia, anggota UOB Group yang dihormati oleh nasabah, rekan kerja, pemegang saham, dan regulator, serta dihargai oleh masyarakat luas.

2) Misi

Melalui tim yang berdedikasi tinggi, profesional dan berkomitmen untuk memenuhi dan melampaui kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan, serta menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi, kinerja keuangan yang unggul dan hasil penilaian kehati-hatian yang baik bagi para karyawan, pemegang saham dan regulator, kami berharap dapat menciptakan nilai ekonomi yang berkesinambungan bagi seluruh pihak yang terlibat (Siki, 2023).

c. Logo TMRW



Gambar 4. 6 Logo TMRW by UOB

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan TMRW

Menurut laporan tahunan TMRW by UOB 2023, Kegiatan usaha yang dilakukan berupa produk jasa sebagai berikut:

- 1) Produk investasi dan bancassurance seperti PRU Cinta, *smart Level Term*, obligasi riset (E-SBN), obligasi korporasi, agen penjual reksadana, SUN pasar sekunder, UOBI *Maxi Yield*, *builder Assurance Account* (BAA), *builder Assurance Account Max* (BAA Max), dan lain-lain.
- 2) Kredit, seperti kredit properti usaha, kredit solusi bisnis, kredit rekening koran tetap dan rupiah, fasilitas kredit bergulir, kredit tetap, pembiayaan usaha real estate, dan lain-lain.
- 3) Produk pendanaan, antara lain TMRW *Everyday Account*, TMRW *Saving Account*, TMRW *Power Saver*, *U-Save*, *U-plan*, *Lady's Account*, *Privilege Account*, *One Account*, dan *Stash Account*.
- 4) Surat berharga, termasuk instrumen surat berharga, produk pasar uang, derivatif, produk valuta asing, dan produk terstruktur.
- 5) Jasa-jasa, tabungan pelajar, transfer LC, kliring, *safe deposit box*, *UOB Lady's Account*, dan lain-lain (Siki, 2023).

7. Gambaran Umum Bank Jenius

a. Sejarah Singkat Bank Jenius

Tanggal 11 Agustus 2016 menandai peluncuran perdana aplikasi perbankan digital Jenius. Setelah 18 bulan pengembangan dan investasi minimal Rp 500 miliar, peluncuran ini dilakukan. Sistem pembayaran

internasional terhubung dengan Jenius ekosistem pembayaran nasional. Hal ini berarti kartu Jenius Anda dapat digunakan lebih dari sekadar transaksi di Indonesia (Noviah, 2021).

b. Visi dan Misi Bank Jenius

1) Visi

- a) Menyediakan layanan dan solusi keuangan yang komprehensif bagi bangsa dan negara Indonesia, serta segmen bisnis ritel, mikro, UKM, dan korporasi.
- b) Pengembangan karir bagi karyawan SMBC Indonesia.
- c) Menciptakan nilai yang substansial dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat, termasuk masyarakat Indonesia.
- d) Menggunakan inovasi teknologi sebagai pembeda yang penting untuk memberikan kualitas dan pengalaman terbaik bagi para nasabah dan mitra SMBC Indonesia.

2) Misi

Menjadi bank pilihan utama di Indonesia, dengan potensi untuk memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan jutaan orang, terutama dengan bantuan teknologi digital (B. S. Indonesia, n.d.).

c. Logo Bank Jenius



Gambar 4.7 Logo Bank Jenius

d. Kegiatan Usaha Yang Dilakukan Bank Jenius

Beberapa jenis aktivitas bisnis Bank Jenius (N. Bank, n.d.):

- 1) Tabungan (valuta asing, tabungan impian, dan fleksibel).
- 2) Setoran Tabungan Maksimum.
- 3) Prioritas Sinaya dari aplikasi Jenius.
- 4) Transfer RTOL, SKN, dan RTGS, Isi ulang *eWallet*.
- 5) Pembayaran tagihan.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	31	31.0	31.0	31.0
Perempuan	69	69.0	69.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel 4.1 menunjukkan kriteria jenis kelamin responden yang digunakan dalam penelitian ini, dengan 31 responden (31%) berjenis kelamin laki-laki, dan 69 responden (69%) berjenis kelamin perempuan. Hasilnya, mayoritas responden (69, 69%) dalam sampel penelitian berjenis kelamin perempuan.

2. Usia Responden

Tabel 4.2 Usia Responden
Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 – 20 Tahun	27	27.0	27.0	27.0
21 – 25 Tahun	69	69.0	69.0	96.0
26 – 30 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel 4.2 menunjukkan kriteria usia responden yang digunakan. Sebanyak 27 responden (27%), dari partisipan penelitian yang berusia antara 17 dan 20 tahun; 69 responden (69%), berusia antara 21 dan 25 tahun; 4 responden (4%), berusia antara 26 dan 30 tahun. Dari sini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (69 responden, 69%) dalam sampel penelitian berusia antara 21 dan 25 tahun.

3. Pendapatan Responden

Tabel 4.3 Pendapatan Responden

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 500.000	50	50.0	50.0	50.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000	21	21.0	21.0	71.0
	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	5	5.0	5.0	76.0
	> Rp. 2.500.000	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel 4.3 menunjukkan kriteria pendapatan bulanan responden yang digunakan dalam penelitian ini: 50 responden (50%), memiliki pendapatan bulanan di bawah Rp. 500.000; 21 responden (21%), memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 500.000 s/d Rp 1.500.000; 5 responden (5%), memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 1.500.000 s/d Rp. 2.500.000; dan 24 responden (24%), memiliki pendapatan bulanan di atas Rp 2.500.000. Dengan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden 50 responden (50%) memiliki pendapatan bulanan dibawah Rp 500.000, yang merupakan dasar dari sampel penelitian ini.

4. Jenjang Pendidikan

Tabel 4. 4 Jenjang Pendidikan

		Jenjang pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1 (Sarjana)	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel 4.4 menunjukkan kriteria yang digunakan untuk jenjang pendidikan responden dalam penelitian ini: S1 atau Sarjana adalah 100 responden, atau 100%. Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwa semua responden mengenyam pendidikan S1 (Sarjana).

5. Digital Bank Yang Digunakan

Tabel 4.5 Bank Digital Yang Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Jago	2	2.0	2.0	2.0
	Bank Jenius	6	6.0	6.0	8.0
	Neo Bank	11	11.0	11.0	19.0
	TMRW	3	3.0	3.0	22.0
	DBS	3	3.0	3.0	25.0
	Sea Bank	61	61.0	61.0	86.0
	Blu by BCA	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Tabel 4.5 menunjukkan kriteria bank digital responden yang digunakan dalam penelitian ini: 2 responden (2%) dari total responden untuk Bank Jago; 6 responden (6%) dari total responden untuk Bank Jenius; 11 responden (11%) dari total responden untuk Bank Neo Bank; 3 responden (3%) dari total responden untuk bank TMRW; 3 responden (3%) dari total responden untuk Digibank by DBS; 61 responden (61%) dari total responden untuk Bank Sea Bank; dan 14 responden (14%) dari total responden untuk Bank Blu by BCA. Hal ini menunjukkan bahwa Sea Bank merupakan mayoritas dari 61 responden (61%) dari responden bank digital yang digunakan sebagai sampel penelitian.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji MSI (*Method of Successive Interval*)

Uji statistik parametrik yang memerlukan pengujian normalitas residual adalah analisis regresi. Selain itu, skala pengukuran data interval minimum harus ada pada data yang digunakan untuk analisis regresi. Karena data hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini diasumsikan sebagai data ordinal, maka Method of Successive Interval (MSI) dari program Excel Add-Ins STAT97 harus digunakan untuk

melakukan transformasi data terlebih dahulu. Lampiran berisi hasil transformasi data.

Tabel 4. 6 Hasil Tranformasi dengan *Method of Successive Interval*

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1,000	3,000	5,000	0,050	0,050	0,103	-1,645	1,000
	4,000	39,000	0,390	0,440	0,394	-0,151	2,316
	5,000	56,000	0,560	1,000	0,000		3,767
2,000	3,000	13,000	0,130	0,130	0,212	-1,126	1,000
	4,000	63,000	0,630	0,760	0,311	0,706	2,470
	5,000	24,000	0,240	1,000	0,000		3,923
3,000	2,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	24,000	0,240	0,270	0,331	-0,613	2,174
	4,000	49,000	0,490	0,760	0,311	0,706	3,308
	5,000	24,000	0,240	1,000	0,000		4,563
4,000	3,000	22,000	0,220	0,220	0,296	-0,772	1,000
	4,000	59,000	0,590	0,810	0,271	0,878	2,388
	5,000	19,000	0,190	1,000	0,000		3,774
5,000	3,000	20,000	0,200	0,200	0,280	-0,842	1,000
	4,000	45,000	0,450	0,650	0,370	0,385	2,199
	5,000	35,000	0,350	1,000	0,000		3,458
6,000	3,000	22,000	0,220	0,220	0,296	-0,772	1,000
	4,000	59,000	0,590	0,810	0,271	0,878	2,388
	5,000	19,000	0,190	1,000	0,000		3,774
1,000	3,000	50,000	0,500	0,500	0,399	0,000	1,000
	4,000	37,000	0,370	0,870	0,212	1,126	2,304
	5,000	13,000	0,130	1,000	0,000		3,425
2,000	3,000	4,000	0,040	0,040	0,086	-1,751	1,000
	4,000	51,000	0,510	0,550	0,396	0,126	2,547
	5,000	45,000	0,450	1,000	0,000		4,034
3,000	3,000	27,000	0,270	0,270	0,331	-0,613	1,000
	4,000	51,000	0,510	0,780	0,296	0,772	2,292
	5,000	22,000	0,220	1,000	0,000		3,570
4,000	3,000	24,000	0,240	0,240	0,311	-0,706	1,000
	4,000	44,000	0,440	0,680	0,358	0,468	2,189
	5,000	32,000	0,320	1,000	0,000		3,413
5,000	3,000	30,000	0,300	0,300	0,348	-0,524	1,000
	4,000	57,000	0,570	0,870	0,212	1,126	2,398
	5,000	13,000	0,130	1,000	0,000	8,210	3,786
6,000	2,000	4,000	0,040	0,040	0,086	-1,751	1,000
	3,000	27,000	0,270	0,310	0,353	-0,496	2,167
	4,000	47,000	0,470	0,780	0,296	0,772	3,275
	5,000	22,000	0,220	1,000	0,000		4,500

1,000	2,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	13,000	0,130	0,160	0,243	-0,994	1,920
	4,000	78,000	0,780	0,940	0,119	1,555	3,427
	5,000	6,000	0,060	1,000	0,000		5,253
2,000	1,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	5,000	0,050	0,080	0,149	-1,405	1,656
	4,000	67,000	0,670	0,750	0,318	0,674	3,016
	5,000	25,000	0,250	1,000	0,000		4,539
3,000	2,000	6,000	0,060	0,060	0,119	-1,555	1,000
	3,000	27,000	0,270	0,330	0,362	-0,440	2,085
	4,000	40,000	0,400	0,730	0,331	0,613	3,064
	5,000	27,000	0,270	1,000	0,000		4,210
4,000	2,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	16,000	0,160	0,190	0,271	-0,878	1,997
	4,000	57,000	0,570	0,760	0,311	0,706	3,199
	5,000	24,000	0,240	1,000	0,000		4,563
5,000	1,000	4,000	0,040	0,040	0,086	-1,751	1,000
	2,000	13,000	0,130	0,170	0,253	-0,954	1,871
	3,000	45,000	0,450	0,620	0,381	0,305	2,871
	4,000	35,000	0,350	0,970	0,068	1,881	4,048
	5,000	3,000	0,030	1,000	0,000		5,422
6,000	1,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	2,000	4,000	0,040	0,070	0,134	-1,476	1,612
	3,000	24,000	0,240	0,310	0,353	-0,496	2,358
	4,000	49,000	0,490	0,800	0,280	0,842	3,417
	5,000	20,000	0,200	1,000	0,000		4,668
1,000	1,000	35,000	0,350	0,350	0,370	-0,385	1,000
	2,000	46,000	0,460	0,810	0,271	0,878	2,274
	3,000	18,000	0,180	0,990	0,027	2,326	3,418
	4,000	1,000	0,010	1,000	0,000		4,723
2,000	1,000	52,000	0,520	0,520	0,398	0,050	1,000
	2,000	41,000	0,410	0,930	0,134	1,476	2,411
	3,000	5,000	0,050	0,980	0,048	2,054	3,483
	4,000	2,000	0,020	1,000	0,000		4,187
3,000	1,000	39,000	0,390	0,390	0,384	-0,279	1,000
	2,000	49,000	0,490	0,880	0,200	1,175	2,359
	3,000	10,000	0,100	0,980	0,048	2,054	3,500
	4,000	2,000	0,020	1,000	0,000		4,405
4,000	1,000	54,000	0,540	0,540	0,397	0,100	1,000
	2,000	42,000	0,420	0,960	0,086	1,751	2,475
	3,000	4,000	0,040	1,000	0,000		3,889
5,000	1,000	38,000	0,380	0,380	0,381	-0,305	1,000
	2,000	36,000	0,360	0,740	0,324	0,643	2,159
	3,000	17,000	0,170	0,910	0,162	1,341	2,955

	4,000	7,000	0,070	0,980	0,048	2,054	3,630
	5,000	2,000	0,020	1,000	0,000		4,423
6,000	1,000	30,000	0,300	0,300	0,348	-0,524	1,000
	2,000	21,000	0,210	0,510	0,399	0,025	1,916
	3,000	25,000	0,250	0,760	0,311	0,706	2,511
	4,000	16,000	0,160	0,920	0,149	1,405	3,173
	5,000	8,000	0,080	1,000	0,000		4,017

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Setelah diperoleh data hasil transformasi maka akan dilanjutkan dengan menguji asumsi klasik untuk model regresi.

b. Uji Validitas

Sebelum digunakan untuk studi lebih lanjut, uji validitas berusaha untuk menentukan apakah tes pengukuran konsisten dengan objek yang perlu diukur (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau nilai probabilitas lebih kecil dari signifikansi (0,05), maka alat penelitian yang berupa item-item pernyataan dalam kuesioner dianggap valid. Jumlah sampel penelitian menentukan nilai t_{tabel} , oleh karena itu jika jumlah sampel sebanyak 100 responden, maka nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi (0,05) adalah 0,195. Dengan demikian, jika nilai t_{hitung} lebih tinggi dari $t_{tabel} = 0,195$, maka butir pernyataan dalam kuesioner dianggap valid. Sebaliknya, butir pernyataan dianggap tidak valid jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,195. Berikut adalah hasil pengujian validitas dengan SPSS versi 16.0:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Sig.	r-tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r-hitung	
Kemudahan (X1)	1	0,05	0,195	0,000	0,416	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,195	0,000	0,663	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,195	0,000	0,685	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,195	0,000	0,671	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,195	0,000	0,759	<i>Valid</i>

	6	0,05	0,195	0,000	0,613	<i>Valid</i>
Keamanan (X2)	1	0,05	0,195	0,000	0,679	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,195	0,000	0,420	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,195	0,000	0,727	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,195	0,000	0,758	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,195	0,000	0,775	<i>Valid</i>
	6	0,05	0,195	0,000	0,693	<i>Valid</i>
Keputusan (Y)	1	0,05	0,195	0,000	0,486	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,195	0,000	0,777	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,195	0,000	0,707	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,195	0,000	0,746	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,195	0,000	0,742	<i>Valid</i>
	6	0,05	0,195	0,000	0,813	<i>Valid</i>
Religiusitas (Z)	1	0,05	0,195	0,000	0,447	<i>Valid</i>
	2	0,05	0,195	0,000	0,619	<i>Valid</i>
	3	0,05	0,195	0,000	0,507	<i>Valid</i>
	4	0,05	0,195	0,000	0,676	<i>Valid</i>
	5	0,05	0,195	0,000	0,483	<i>Valid</i>
	6	0,05	0,195	0,000	0,497	<i>Valid</i>

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.6 setiap indikasi atau pertanyaan variabel memiliki nilai t_{hitung} lebih tinggi dari t_{tabel} ($t_{hitung} > 0,195$), sesuai dengan hasil perhitungan uji validitas. Data pada variabel kemudahan (X1), keamanan (X2), keputusan menabung (Y), dan religiusitas (Z) maka dapat disimpulkan, data valid dan dapat dilanjutkan dengan analisis data tambahan. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran akurasi alat pengukur yang dapat ditentukan dengan mengukur gejala yang sama secara berulang-ulang dan mendapatkan temuan yang konsisten (Saptutyingsih & Setyaningrum, 2019). Metode pengukuran menggunakan konvensi *alpha Crombach* yang lebih besar dari 0,60. Jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari nilai alpha (*cronbach's alpha* > 0,60), maka instrumen dianggap dapat diandalkan. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 16.0:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Chombach alpha	Nilai Alpha	Kesimpulan
Kemudahan (X1)	0,706	0,6	<i>Reliable</i>
Keamanan (X2)	0,764	0,6	<i>Reliable</i>
Keputusan Menabung (Y)	0,809	0,6	<i>Reliable</i>
Religiusitas (Z)	0,701	0,6	<i>Reliable</i>

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Berdasarkan tabel 4.7 terlihat bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk kemudahan (X1) sebesar 0,706, keamanan (X2) sebesar 0,764, keputusan nasabah sebesar 0,809, dan religiusitas sebesar 0,701. Semuanya nilai lebih besar diatas 0,6. Dengan demikian variabel Kemudahan (X1), Keamanan (X2), Keputusan Menabung (Y), dan Religiusitas (Z) dinyatakan *reliable*.

2. Uji Asumsi Parametric

a. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah data variabel penelitian terdistribusi secara normal atau tidak, maka dilakukan uji normalitas. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 16.0 *for Windows*, teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) digunakan untuk pengujian normalitas berdasarkan nilai signifikansi yang dihitung (*Asymp.Sig. (2-tailed)*). Jika *2-tailed Asymptotic Sig.* lebih besar dari tingkat signifikansi (α) = 0,050 maka data variabel penelitian dikatakan memiliki distribusi

normal, jika lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) = 0,050 maka data variabel penelitian dikatakan tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.09317581
Most Extreme Differences	Absolute	.158
	Positive	.069
	Negative	-.158
Kolmogorov-Smirnov Z		1.575
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Tabel 4.8 diketahui nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,064. Nilai tersebut melebihi nilai signifikansi standar yaitu 0,050 atau dapat disebut sebagai sig.> 0,050. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan data tersebut terdistribusi secara normal

b. Uji Multikolinieritas

Variance Value Inflation Factor (VIF) dan *Tolerance* diperiksa untuk melakukan uji multikolinieritas. Multikolinieritas dikatakan tidak ada apabila nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,10.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kemudahan (X1)	.880	1.137
	Keamanan (X2)	.880	1.136
	Religiusitas (Z)	.987	1.013
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)			

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Tabel 4.9 dari hasil uji multikolenieritas variabel keputusan nasabah, regresi bebas dari multikolenieritas jika besar nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Nilai tolerance pada variabel kemudahan (X1) $0,880 > 0,10$ dan nilai VIF $1,137 < 10,00$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolenieritas dalam regresi variabel kemudahan (X1).
- 2) Nilai tolerance pada variabel keamanan (X2) $0,880 > 0,10$ dan nilai VIF $1,136 < 10,00$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolenieritas dalam regresi variabel keamanan (X2).
- 3) Nilai tolerance pada variabel religiusitas (Z) $0,987 > 0,10$ dan nilai VIF $1,013 < 10,00$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolenieritas dalam regresi variabel religiusitas (Z).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah residual dari suatu pengamatan berbeda varians dengan pengamatan lain dalam model regresi (Ghozali, 2018a). Dalam uji Glejser, jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas hasil uji heteroskedastisitas model regresi penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.938	1.219		3.231	.002
	Kemudahan (X1)	-.144	.055	-.272	-2.592	.211
	Keamanan (X2)	.051	.052	.103	.979	.330
	Religiusitas (Z)	.011	.062	.017	.174	.862
a. Dependent Variable: RES_ABS						

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada Tabel 4.10 menunjukkan hasil uji heterokedastisitas, regresi dianggap bebas dari heterokedastisitas jika nilai probabilitasnya

melebihi nilai alpha, yaitu 0,05. Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel kemudahan (X1) 0,211 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi, tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel keamanan (X2) 0,330 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi, tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 3) Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel religiusitas (Z) 862 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi, tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Tujuan dari uji linearitas untuk menentukan apakah model yang digunakan sudah tepat atau perlu dimodifikasi. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0.05. Berikut ini adalah hasil dari uji linearitas:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kemudahan	0,000	Hubungan yang linier
Keamanan	0,000	Hubungan yang linier
Religiusitas	0,000	Hubungan yang linier

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.11 terlihat bahwa nilai sig. untuk kemudahan (X1) sebesar 0,000, keamanan (X2) sebesar 0,000, dan religiusitas sebesar 0,000. Semua nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian tersebut terdapat hubungan linier dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya, sehingga mampu memperoleh data yang konsisten.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi menggunakan persamaan matematis untuk menguji hubungan fungsional antara satu variabel prediktor (X) dan satu

variabel kriteria (Y). Regresi linier sederhana menguji hubungan sebab akibat antara variabel penyebab (X) dan variabel akibat (Y) (Erzed Nixon MT, 2019). Berikut adalah hasil dari uji regresi linier sederhana:

Berikut ini tampilan analisis regresi linier sederhana:

Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana X1 Terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.288	1.694		6.664	.000
	Kemudahan (X1)	.494	.103	.435	4.781	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)						

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.15 regresi linier sederhana menghasilkan hasil untuk Kemudahan sebesar 0,494 dan konstanta sebesar 11,288 berdasarkan perhitungan koefisien. Sehingga dihasilkan persamaan regresi linier dasar sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta$$

$$Y = 11,288 + 0,494x$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menabung

a = Konstanta

B = Kemudahan (X1)

Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan (X1) bernilai positif yakni menghasilkan nilai 0,494 mengartikan bahwa untuk setiap kemudahan naik 1 (satu) satuan, maka nilai variabel keputusan menabung akan bertambah sebesar 0,094 satuan.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana X2 Terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.875	1.386		7.846	.000
	Keamanan (X2)	.564	.091	.530	6.191	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.16 regresi linier sederhana menghasilkan hasil untuk Keamanan sebesar 0,564 dan konstanta sebesar 10,875 berdasarkan perhitungan koefisien. Persamaan regresi linier dasar sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta$$

$$Y = 10,875 + 0,564x$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menabung

α = Konstanta

B = Keamanan (X2)

Nilai koefisien regresi pada variabel keamanan (X2) bernilai positif yakni menghasilkan nilai 0,564 mengartikan bahwa untuk setiap kemudahan naik 1 (satu) satuan, maka nilai variabel keputusan menabung akan bertambah sebesar 0,564 satuan.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Dampak dari kemandirian keuangan digital, kenyamanan, dan keamanan terhadap pilihan menabung yang dilakukan melalui layanan perbankan digital diuji dalam penelitian ini, dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Berikut ini adalah hasil dari uji regresi linier berganda :

Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda X1 dan X2 Terhadap Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.121	1.731		4.115	.000
Kemudahan (X1)	.329	.098	.290	3.350	.001
Keamanan (X2)	.461	.092	.433	5.008	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.17 regresi linier berganda menghasilkan hasil untuk kemudahan sebesar 0,329 dan keamanan sebesar 0,461. Sedangkan konstanta sebesar 7,121 berdasarkan perhitungan koefisien. Persamaan regresi linier dasar sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 + \beta_2$$

$$Y = 7,121 + 0,329 + 0,461$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menabung

α = Konstanta

β_1 = Kemudahan (X1)

β_2 = Keamanan (X2)

- 1) Nilai konstanta bernilai positif sebesar 7,121 dapat dijelaskan bahwa jika variabel kemudahan (X1) dan keamanan (X2) bernilai 0 (nol), maka variabel keputusan menabung akan bernilai 7,121.
- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan (X1) bernilai positif yakni menghasilkan nilai 0,329 mengartikan bahwa untuk setiap kemudahan naik 1 (satu) satuan, maka nilai variabel keputusan menabung akan bertambah sebesar 0,329 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel keamanan (X2) bernilai positif yakni menghasilkan nilai 0,461 mengartikan bahwa untuk setiap keamanan naik 1 (satu) satuan, maka nilai variabel keputusan menabung akan bertambah sebesar 0,461 satuan.

c. Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Penelitian ini menggunakan analisis moderasi regresi *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji interaksi dalam regresi linier berganda, yang melibatkan perkalian dua atau lebih variabel independen. Berikut ini hasil dari uji (MRA) :

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinan (MRA)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.318	.387	3.01474

a. Predictors: (Constant), X2.MRA, (X1), (X2), (Z), X1.MRA

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.19 Terdapat peningkatan sedikit dari uji koefisien sebelumnya dengan *adjusted R square* yang naik dari 0,342 menjadi 0,387. Peningkatan ini hanya bertambah sebanyak 5% menunjukkan bahwa model regresi yang baru tidak cukup memiliki kemampuan yang dalam menjelaskan variabilitas data. Angka *adjusted R square* sebesar 0,387 menunjukkan bahwa 39% variabilitas dalam keputusan menabung dapat dijelaskan oleh kemudahan dan keamanan yang dimoderasi oleh religiusitas. Artinya, model ini hanya mampu menjelaskan sepertiga variasi dalam keputusan menabung dengan 62% yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

Tabel 4. 17 Hasil Uji *Moderated Regresion Analipsis* (MRA)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.424	7.207		.475	.636
	Kemudahan (X1)	.163	.387	.144	.421	.675
	Keamanan (X2)	1.099	.364	1.034	3.018	.003
	Religiusitas (Z)	.292	.575	.218	.508	.613
	X1.MRA	.015	.033	.229	.458	.648
	X2.MRA	-.054	.031	-.885	-1.743	.085

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

$$Y = 3,424 + 0,163X_1 + 1,099X_2 + 0,292Z + 0,015X_1M - 0,054X_2M + 0$$

Pada tabel 4.20 Berdasarkan hasil persamaan tersebut:

- 1) Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating

Diketahui nilai koefisien dari kemudahan terhadap religiusitas (X_1MRA) dengan nilai signifikansi $0,648 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menabung. Dengan demikian **H4 Ditolak**.

- 2) Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating

Diketahui nilai koefisien dari keamanan terhadap religiusitas (X_2MRA) dengan nilai signifikansi $0,085 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh keamanan terhadap keputusan menabung. Dengan demikian **H5 Ditolak**.

d. Uji T

Untuk memastikan apakah masing-masing variabel independen (X_1 , X_2) memiliki dampak pada variabel dependen (Y) secara terpisah, uji t menguji koefisien regresi parsial (Rita Intan Permatasari, 2022). Berikut ini adalah hasil dari uji t:

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 100-4-1) \\ &= (0,025 ; 95) \\ T_{\text{tabel}} &= 1,985 \end{aligned}$$

Tabel 4.18 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.121	1.731		4.115	.000
	Kemudahan (X1)	.329	.098	.290	3.350	.001
	Keamanan (X2)	.461	.092	.433	5.008	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)						

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.13 pengaruh variabel independen yaitu kemudahan (X1) dan keamanan (X2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah dengan hasil uji t sebagai berikut:

- 1) Hasil t hitung kemudahan (X1) adalah 3,350 sedangkan t tabel nya sebesar 1,985 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $3,350 > 1,985$ (t tabel), dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat di simpulkan H1 **diterima** yang bearti kemudahan berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menabung.
- 2) Hasil t hitung keamanan (X2) adalah 5,008 sedangkan t tabel nya sebesar 1,985 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $5,008 > 1,985$ (t tabel), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat di simpulkan H2 **diterima** yang bearti keamanan berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menabung.

e. Uji F

Uji F yang menunjukkan nilai f statistik yang signifikan mengindikasikan bahwa secara keseluruhan semua variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikatnya (Susilawati, 2020). Berikut ini adalah hasil dari uji F :

$$F_{\text{tabel}} = a ; (k-1 ; n-k-1)$$

$$= 0,05 ; (4-1 ; 100-4-1)$$

$$= 0,05 ; (3 ; 95)$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,70$$

Tabel 4.19 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	522.935	2	261.467	26.776	.000 ^a
	Residual	947.206	97	9.765		
	Total	1470.141	99			
a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Kemudahan (X1)						
b. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)						

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.14 bahwa perbandingan nilai F hitung dengan F tabel adalah $26,776 > 2,70$ dan nilai signifikansi (sig.) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H3 **diterima** yang artinya kemudahan (X1) dan keamanan (X2) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Y).

f. Uji Koefisien Determinan

Kemampuan variabel-variabel independen dalam model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen relatif terbatas atau lemah jika nilai R² kecil atau mendekati nol. Semakin kuat faktor-faktor independen dalam model regresi dapat menjelaskan variabel dependen, maka semakin besar nilai R². Berikut ini adalah hasil dari uji koefisien determinan:

Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.356	.342	3.12490
a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Kemudahan (X1)				
b. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)				

Sumber: Temuan dari Kuesioner SPSS Versi 16

Pada tabel 4.15 diketahui bahwa nilai *Adjusted Square* adalah 0,342. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan diatas, jika R² mendekati angka 0 (nol) maka variabel independen dalam menjelaskan variasi

variabel dependen memiliki kemampuan sangat terbatas. Dengan demikian dapat diartikan kemudahan (X1) dan keamanan (X2) memiliki pengaruh sebesar 34%, sedangkan sisanya sebesar 66% dipengaruhi oleh variabel dari luar penelitian ini. Jika melihat tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien R^2 yaitu 0,342 menunjukkan hubungan yang rendah antara variabel independen dan variabel dependen.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Topik umum dalam penelitian ini berdasarkan hasil temuan yang disebutkan di atas, sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hipotesis pertama (H^1), keputusan menabung di bank digital (Y) dipengaruhi secara positif oleh variabel kemudahan proses (X1). Variabel kemudahan (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,350, sesuai dengan hasil analisis secara parsial. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,350 > 1,985$), dan tingkat signifikansi signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa **H^1 diterima**. Berdasarkan temuan penelitian, koefisien regresi bernilai positif, dengan koefisien regresi sebesar 0,329. Oleh karena itu, semakin mudah proses sebuah bank digital, semakin banyak orang yang memutuskan untuk menabung di sana.

Hasil ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa opini pengguna yang baik terhadap suatu sistem atau layanan dapat dipengaruhi oleh seberapa mudahnya sistem atau layanan tersebut digunakan. Dalam hal ini, masyarakat akan lebih cenderung memilih untuk menabung jika layanan keuangan mudah digunakan, seperti proses menabung yang cepat, mudah, dan tidak membutuhkan banyak usaha. Nasabah memiliki kecenderungan untuk memiliki sikap yang baik yang pada akhirnya memperkuat tujuan dan keputusan mereka untuk menabung secara teratur ketika mereka percaya bahwa prosesnya sederhana dan bebas dari rintangan besar. Dengan kata lain, kemudahan memainkan

peran penting dalam keputusan orang untuk menabung, yang pada akhirnya mempengaruhi inklusi keuangan di bank digital.

Langkah-langkah atau proses sederhana yang memerlukan sedikit usaha dan tidak menimbulkan kesulitan untuk digunakan dikenal sebagai kemudahan prosedur. Menurut penelitian Sangadji dan Sopiah dalam penelitian (Simangunsong & Morina, 2021), penelitian ini memvalidasi hipotesis Pride dan Ferrell (1995), yang menyatakan bahwa tiga faktor-psikologis, pribadi, dan sosial-akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Secara operasional, kemudahan prosedur merupakan komponen situasional yang meliputi keadaan sarana dan prasarana, tempat dan waktu pembelian, siapa yang memanfaatkan produk, dan keadaan sekitar perolehannya. Keputusan konsumen untuk membeli atau memanfaatkan barang dan jasa dipengaruhi oleh faktor situasional. Konsumen akan ragu-ragu untuk membeli atau memanfaatkan barang dan jasa yang ditawarkan jika salah satu kondisi situasional tidak terpenuhi. Penelitian ini mendukung penelitian (Bala & Haryanto, 2021) yang menemukan bahwa keputusan dipengaruhi secara positif oleh kemudahan prosedurnya. Nasabah merasa lebih nyaman dan lebih cenderung untuk memilih menabung karena kemudahan prosedur. Mayoritas responden, menurut temuan studi, adalah nasabah dengan pemahaman yang baik mengenai perbankan, yang menunjukkan bahwa proses yang sederhana memungkinkan mereka untuk berkonsentrasi pada keunggulan produk perbankan dibandingkan dengan tantangan teknis dalam proses tersebut.

2. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hipotesis kedua (H^2), keputusan menabung di bank digital (Y) dipengaruhi secara positif oleh keamanan (X2). Keamanan (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,008, sesuai dengan hasil analisis secara parsial. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,008 > 1,985$), dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H^2 diterima. Berdasarkan temuan penelitian, koefisien regresi bernilai positif, dengan koefisien regresi sebesar 0,461.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nasabah lebih cenderung memilih untuk menabung di bank digital ketika keamanan bank tersebut lebih kuat.

Temuan ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bagaimana niat individu untuk berperilaku dapat dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku, dalam hal ini rasa aman dalam menabung. Nasabah percaya dan merasa nyaman menggunakan layanan perbankan digital karena adanya rasa aman yang diterima, yang meliputi jaminan atas uang yang disimpan dan perlindungan terhadap data pribadi. Nasabah akan memandang baik layanan tersebut dan lebih cenderung menabung jika mereka memiliki keyakinan bahwa sistem bank digital tersebut akan melindungi privasi dan keamanan transaksi mereka. Dengan demikian, keamanan memainkan peran penting dalam menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan nasabah serta menjadi dasar yang kuat untuk keputusan keuangan jangka panjang, seperti memilih menabung di bank digital.

Penelitian ini memvalidasi hipotesis Pride dan Ferrell (1995), menurut penelitian Sangadji dan Sopiah dalam penelitian (Simangunsong & Morina, 2021), yang menyatakan bahwa tiga faktor-psikologis, pribadi, dan sosial akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Sebagai faktor situasional, keamanan dioperasikan. Keadaan sarana dan prasarana, tempat dan waktu pembelian, siapa yang menggunakan barang tersebut, dan keadaan yang melingkupi pembeliannya merupakan contoh faktor situasional. Pertimbangan situasional telah terpenuhi dalam penelitian ini, sehingga pelanggan dapat memilih untuk menggunakan barang dan jasa yang disediakan atau tidak. Selanjutnya, temuan ini diperkuat oleh (Dianta & Zusrony, 2019) yang menyatakan bahwa keamanan salah satu aspek terpenting bagi bank dan lembaga keuangan lainnya. Kepercayaan pelanggan meningkat ketika sistem keamanan yang kuat dan dapat diandalkan diberlakukan karena hal itu membuat transaksi terasa lebih aman dan nyaman. Menurut penelitian ini, dimensi keamanan terutama ketersediaan informasi (*availability*) dengan indikator kecepatan akses

memberikan kontribusi terbesar, dan hal ini berdampak besar pada pengalaman pengguna dan kepercayaan sistem perbankan.

3. Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hipotesis ketiga (H^3), keputusan menabung di bank digital (Y) dipengaruhi secara positif oleh kemudahan (X1) dan keamanan (X2). Kemudahan (X1) dan keamanan (X2) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 26,776, sesuai dengan analisis secara simultan. Hal ini berarti nilai F_{hitung} yang lebih tinggi dari nilai F_{tabel} sebesar 2,70 ($26,776 > 2,70$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa **H^3 diterima**. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nasabah lebih cenderung memilih untuk menabung di bank digital ketika kemudahan dan keamanan bank tersebut lebih tinggi.

Hasil ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyoroti bagaimana sikap terhadap perilaku, standar subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, semuanya memiliki dampak yang signifikan terhadap niat dan perilaku individu. Dalam hal ini, dua elemen yang mempengaruhi sikap dan pandangan yang menguntungkan terhadap kontrol konsumen atas kegiatan menabung adalah kenyamanan dan keamanan. Nasabah akan merasa aman dan nyaman ketika proses menabung dianggap sederhana dalam hal akses, langkah-langkah, dan penggunaan, serta didukung oleh sistem keamanan yang dapat diandalkan. Hal ini akan memotivasi mereka untuk melakukan kegiatan menabung. Pengalaman pengguna akan meningkat dan keyakinan bahwa menabung dapat dilakukan secara efektif dan aman akan meningkat ketika kenyamanan dan keamanan digabungkan. Dengan kata lain, kemudahan dan keamanan bekerja sama untuk mendukung niat dan pilihan masyarakat untuk menabung, yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mendorong penggunaan layanan bank digital dalam jangka panjang.

Menurut penelitian Sangadji dan Sopiah dalam penelitian (Simangunsong & Morina, 2021) penelitian ini mendukung premis Pride dan Ferrell (1995), yang menyatakan bahwa tiga faktor-psikologis, pribadi,

dan sosial-akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Kemudahan dan keamanan secara bersamaan dioperasionalkan sebagai aspek situasional. Aspek situasional mencakup hal-hal seperti siapa yang menggunakan barang tersebut, lokasi dan waktu pembelian, kondisi infrastruktur dan fasilitas, dan keadaan yang melatarbelakangi pembelian. Faktor-faktor situasional akan mempengaruhi pilihan konsumen terhadap penggunaan atau perolehan barang dan jasa. Pelanggan dapat memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan karena situasional telah diperhitungkan dalam penelitian ini. Selanjutnya, penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Mukhtisar dkk., 2021), yang menemukan bahwa keamanan (X2) dan kemudahan (X1) mempengaruhi keputusan menabung (Y) bertransaksi secara bersamaan.

4. Pengaruh Religiusitas sebagai moderasi pada Kemudahan terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hipotesis H^4 , nilai signifikansi interaksi pada Kemudahan sebesar $0,648 > 0.05$, maka berkesimpulan bahwa Religiusitas (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa H^4 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak melihat tingkat religiusitas pada kemudahan terhadap keputusannya untuk menabung di bank digital.

Hasil ini membantah hipotesis dengan menunjukkan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi, tidak memiliki pengaruh signifikan yang terlihat pada hubungan antara kemudahan terhadap keputusan menabung. Hubungan antara kemudahan yang dirasakan dan niat atau pilihan untuk menabung seharusnya diperkuat oleh agama sebagai standar subyektif dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB). Namun, dalam penelitian ini tidak terbukti bahwa tingkat religiusitas responden memoderasi hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat religiusitas masyarakat tinggi, keputusan mereka untuk menabung lebih didorong oleh pertimbangan praktis seperti aksesibilitas layanan dan kemudahan

prosedural dibandingkan oleh prinsip-prinsip agama. Dengan kata lain, dalam konteks bank digital, religiusitas tidak secara langsung memengaruhi bagaimana kemudahan pengguna layanan ditafsirkan sebagai faktor keuangan. Sebaliknya, kemudahan pengguna adalah faktor penentu yang otonom dalam memengaruhi keramahan pengguna. Dengan kata lain, dalam konteks bank digital, religiusitas tidak secara langsung mempengaruhi bagaimana kemudahan layanan diterjemahkan menjadi keputusan finansial, sehingga kemudahan tetap menjadi faktor dominan yang berdiri sendiri dalam memengaruhi keputusan menabung.

Penelitian ini tidak memvalidasi hipotesis Pride dan Ferrell (1995), menurut penelitian Sangadji dan Sopiah dalam penelitian (Simangunsong & Morina, 2021), yang menyatakan bahwa tiga faktor-psikologis, pribadi, dan sosial-akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Sebagai faktor situasional, keamanan dioperasionalkan. Secara operasional, religiusitas merupakan komponen psikologis dimana ajaran agama dapat mempengaruhi sikap, motif, persepsi, dan perilaku pembelian seseorang. perilaku pelanggan ketika memanfaatkan produk atau jasa. Oleh karena itu, nasabah akan enggan membeli suatu produk jika bertentangan dengan keyakinan agamanya. Berdasarkan temuan ini, hubungan antara kemudahan dan keamanan pada keputusan menabung di perbankan digital tidak dimoderasi oleh variabel religiusitas, yang berarti tidak ada korelasi antara pandangan religiusitas pada kemudahan dan keamanan dengan peningkatan keputusan menabung di perbankan digital. Temuan studi ini konsisten dengan temuan (Sholikha dkk., 2017), yang menemukan bahwa pertimbangan religiusitas terhadap kemudahan tidak selalu berdampak besar pada keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Meskipun bank syariah telah menerapkan sistem kemudahan dengan adanya religiusitas pada kedua elemen ini mungkin tidak menjadi penentu utama pilihan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa daripada hanya berkonsentrasi religiusitas pada kemudahan yang diberikan, konsumen

sering mempertimbangkan aspek lain, seperti kepercayaan, ketika memilih untuk menabung.

5. Pengaruh Religiusitas sebagai moderasi pada Keamanan terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hipotesis H^5 , nilai signifikansi interaksi pada Keamanan sebesar $0,085 > 0.05$, maka berkesimpulan bahwa Religiusitas (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh Keamanan terhadap Keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa H^5 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak melihat tingkat religiusitas pada keamanan terhadap keputusannya untuk menabung di bank digital.

Temuan ini membantah hipotesis dengan menunjukkan bahwa hubungan antara keamanan dan keputusan menabung tidak dipengaruhi secara signifikan oleh religiusitas sebagai variabel moderasi. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), untuk mendorong niat atau keputusan menabung, standar subjektif, seperti religiusitas, harus memperkuat rasa aman yang dirasakan. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas responden tampaknya tidak mempengaruhi hubungan tersebut. Terlepas dari keyakinan agama mereka yang kuat, orang-orang cenderung mendasarkan pilihan menabung mereka lebih pada faktor-faktor logis—seperti kepercayaan diri terhadap langkah-langkah keamanan digital dan rasa aman tentang perlindungan data—daripada pada ajaran agama. Oleh karena itu, keamanan terus menjadi faktor yang berdiri sendiri dan signifikan yang memengaruhi keputusan menabung dalam konteks bank digital, sementara religiusitas tidak berdampak langsung pada bagaimana keamanan diterjemahkan ke dalam keputusan menabung.

Penelitian ini tidak memvalidasi hipotesis Pride dan Ferrell (1995), menurut penelitian Sangadji dan Sopiah dalam penelitian (Simangunsong & Morina, 2021), yang menyatakan bahwa tiga faktor-psikologis, pribadi, dan sosial-akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Sebagai faktor situasional, keamanan dioperasionalkan. Secara operasional, religiusitas merupakan komponen psikologis dimana ajaran agama dapat

mempengaruhi sikap, motif, persepsi, dan perilaku pembelian seseorang. perilaku pelanggan ketika memanfaatkan produk atau jasa. Oleh karena itu, nasabah akan enggan membeli suatu produk jika bertentangan dengan keyakinan agamanya. Berdasarkan temuan ini, hubungan antara kemudahan dan keamanan pada keputusan menabung di perbankan digital tidak dimoderasi oleh variabel religiusitas, yang berarti tidak ada korelasi antara pandangan religiusitas pada keamanan dengan peningkatan keputusan menabung di perbankan digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Riona, Ahmad, 2023) yang menunjukkan bahwa pengaruh utama pada pilihan untuk menabung di bank syariah adalah kesadaran religius dan keamanan bertransaksi. Sementara itu, aspek keamanan lebih berkaitan dengan bagaimana pengelolaan dana yang transparan dan adil dipersepsikan, daripada menjadi motivator utama untuk menabung.

Hal ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan yang ditawarkan oleh perbankan digital saat bertransaksi, meskipun signifikan, tidak selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan untuk menabung, bahkan ketika dipengaruhi oleh tingkat religiusitas nasabah. Dengan kata lain, pilihan seseorang untuk menabung lebih dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan mengakses layanan, kemungkinan keuntungan finansial, dan pengaruh sosial dan lingkungan yang secara signifikan mempengaruhi preferensi terhadap bank digital dan bank syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan menabung pada digital banking dengan religiusitas sebagai variabel moderasi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keputusan menabung di bank digital dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor kemudahan. Hal ini menunjukkan bagaimana responden atau konsumen dapat menggunakan kemudahan sebagai kriteria dalam mengambil keputusan menabung pada bank digital.
2. Keamanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan untuk menabung di bank digital. Hal ini menunjukkan bagaimana nasabah atau responden dapat menggunakan keamanan sebagai kriteria ketika membuat pilihan menabung pada bank digital.
3. Keputusan untuk menabung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor kemudahan dan keamanan secara bersamaan. Hal ini dikarenakan responden atau nasabah menggunakan kemudahan dan keamanan secara bersamaan sebagai standar dan daya tarik dalam menentukan keputusan menabung pada bank digital.
4. Religiusitas tidak berpengaruh atau memoderasi terhadap faktor kemudahan dan keamanan yang mempengaruhi keputusan menabung digital banking. Akibatnya, religiusitas tidak dapat mempengaruhi keputusan responden atau nasabah untuk menabung pada bank digital dengan cara memperkuat atau bahkan menurunkan faktor kemudahan dan keamanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan studi ini, secara khusus dapat dibuat beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi sumber atau referensi untuk penelitian lainnya. Peneliti juga berharap untuk peneliti selanjutnya menggunakan faktor moderasi yang tidak berhubungan dengan religiusitas. Peneliti juga berharap bahwa penelitian di masa depan dapat menggunakan teori yang

lebih luas, seperti teori TAM, faktor motivasi, produk, atau persepsi masyarakat, dan lain-lain, dan mengembangkan variabel moderasi dan independen di luar penelitian ini untuk membedakannya dengan penelitian yang sudah ada. Penelitian ini juga dapat menggunakan metode analisis lain seperti SEM Amos, SmartPLS, dan lainnya untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.

2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan untuk kemajuan bank digital. Institusi perbankan digital harus memudahkan proses bagi para penggunanya dan melindungi privasi nasabah untuk menjaga dan meningkatkan kemudahan dan keamanan, karena ini adalah dua faktor terpenting dalam memastikan bahwa nasabah merasa yakin untuk menabung pada lembaga digital banking tersebut.
3. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi daftar bacaan atau referensi bagi masyarakat, mengedukasi masyarakat Indonesia secara umum.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Ridwan, & Fildzah. (2016). Pengaruh Ukuran Bank, Dana Pihak Ketiga, Capital Adequacy Ratio, dan Loan. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 3(2), 49–64.
- Adolph, R. (2016). *Laporan Keberlanjutan Sustainability Reput 2023*. 19.
- Alfani, M. H., & Rifa. (2022). Pengaruh Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(X), 98–107.
- Alwi, S. (2014). Perkembangan Religiusitas Remaja. *Kaukaba Dipantara*, 4.
- Asdar, & Badrullah. (2016). Method of Successive Interval in Community Research (Ordinal Transformation Data to Interval Data in Mathematic Education Studies). *Print International Journal of Social Science and Humanities Research*, 4(2), 356–363. www.researchpublish.com
- Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 694–700. <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>
- 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. *Excellent*, 8(1), 61–69. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.887>
- Bank, N. (n.d.). *About BNC.pdf*. [https://www-cms.bankneo.co.id/storage/files/1/Informasi Investor/Pengumuman/2021/About BNC.pdf](https://www-cms.bankneo.co.id/storage/files/1/Informasi%20Investor/Pengumuman/2021/About%20BNC.pdf)
- Bank, P. S. (n.d.). *Produk Layanan Sea Bank*. <https://www.seabank.co.id/produk-layanan/konvensional/ giro>
- Bank, S. (n.d.). *Tentang Sea Bank*. <https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank>
- Bayu Agus Subaidi, & Liyanto Liyanto. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Sumenep). *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 24–37. <https://doi.org/10.58192/populer.v3i1.1644>
- BCA.co.id. (2021). *Innovation and Collaboration for a Better Tomorrow*. 1–738. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan-Tahunan>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Ciptowening, A. K., Dewi, R. S., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 762–771. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29784>
- Commerce, L. T. B. N. (2021). *Laporan Tahunan Bank Neo Commerce 2021*. [https://www-cms.bankneo.co.id/storage/files/1/Laporan Keuangan/Laporan Tahunan/Laporan Tahunan 2021.pdf](https://www-cms.bankneo.co.id/storage/files/1/Laporan%20Keuangan/Laporan%20Tahunan/Laporan%20Tahunan%202021.pdf)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user

- acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dianta, I. A., & Zusrony, E. (2019). Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna Internet Banking. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.29407/intensif.v3i1.12125>
- Ellin, A. S., Sulasih, Hilyatin, D. L., & Shafrani, Y. S. (2023). Memprediksi Intensi Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Di Banyumas Indonesia Dengan Label Halal Dan Theory Planned Behaviour. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3(1), 25–41.
- Erzed Nixon MT. (2019). *Materi Pertemuan Ol-56 Statistik 2 Universitas Esa Unggul*. https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=/194469/mod_resource/content/1/06_7228_esa155_042019.pdf
- Farokha, S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1323–1341.
- Fathurrohman, A. (2019). Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Firsti Zakia Indri, & Gerry Hamdani Putra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 236–252. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.242>
- Ghozali. (2018). *Ghozali-2018_Compess.Pdf* (hal. 490).
- Ghozali, I. (2018). Application of multivariate analysis with IBM SPSS 25 Program. In *Agency* (Vol. 1, Nomor 1, hal. 1–99).
- Giovano, A., Wibowo, A. S., & Yanuarisa, Y. (2020). *Admbalance, +Andre+ Giovano*. 12(2), 11–24.
- H.M. Baso, M. I., Abubakar, A., & Basri, H. (2023). Uang Elektronik (E-Money) dalam Perspektif Maqashid Syariah. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 139–156. <https://doi.org/10.24090/ej.v11i2.7068>
- Indonesia, B. S. (n.d.). *Visi dan Misi*. SMBC. <https://www.smbci.com/id/tentang-kami/mvv>
- Indonesia, P. B. D. (2023). *Building a Sustainable Advantage*.
- Izek Ajzen. (1991). Attitudes, Personality, And Behavior. In *Medical Teacher* (Vol. 13, Nomor 4, hal. 273–279).
- JAGO, P. B. (2021). *Prospektus PT BANK JAGO Tbk*. <https://assets.jago.com/web-assets/public/Prospektus-PMHMETD-II-Bank-Jago.pdf>
- Laporan, T. (2022). *Big Leap Forward Report 2022*. <https://bcadigital.co.id/documents/AnnualReport2022.pdf>
- León, A. K., Pfeifer, C., & Leon, A. K. (2013). *Religious Activity , Risk Taking Preferences , and Financial Behaviour : Empirical Evidence from German Survey Data by Working Paper Series in Economics Religious Activity , Risk Taking Preferences , and Financial Behaviour : Empirical Evidence from*

Germa. 269.

- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Dinamik*, 14(2), 90–97.
- Linggadjaya, R. I. T., Sitio, B., & Situmorang, P. (2022). Transformasi Digital Pt Bank Jago Tbk dari Bank Konvensional menjadi Bank Digital. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 3(1), 9–22. <https://doi.org/10.52238/ideb.v3i1.76>
- Listri, H. (2021). Fungsi Bank Sebagai Lembaga Intermediasi di Masa Pandemic COVID-19: Analisis Komparatif. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 28–42.
- LPS, P. U. T. (2004). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA*. Metallurgical and Materials Transactions A. [https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/30307/UU Nomor 24 Tahun 2004.pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/30307/UU%20Nomor%2024%20Tahun%202004.pdf)
- Lutfi, I. A., & Yudiana, F. E. (2021). Analisis Faktot-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 156–170. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i2.5192>
- Muhaimin. (2021). Pengaruh Love Of Money dan Religiusitas terhadap Fraud Accounting Anggaran Dana Desa pada Kecamatan Sinjai Tengah. *Journal of Management*, 4(2), 121–133. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Muyasaroh, N., & Bahita, S. S. (2024). Niat Berperilaku Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 205–219.
- Noviah, S. R. (2021). *Sejarah Singkat BTPN Jenius*. <https://www.qoala.app/id/blog/>. <https://www.qoala.app/id/blog/perencanaan-keuangan/btpn-jenius/>
- Nugroho, W. A., & Anwar, M. K. (2020). Hubungan Religiusitas Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 13–25. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p13-25>
- 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). *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 303–312.
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Akuntabel*, 19(1), 91–100. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *POJK No.12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum*. [www.Ojk.Go.Id](https://www.ojk.go.id). <https://sikepo.ojk.go.id/SIKEPO/DatabasePeraturan/Pera-turanUtuh/84c36c57-c4bb-4815-9b13-c229>

- Populix. (2024). *Alasan Bank Digital Banyak Digunakan di Indonesia*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/alasan-bank-digital-banyak-digunakan-di-indonesia-YvyA4>
- Populix. (2024). *Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia*. <https://info.populix.co/reports/digitalbanking2024>
- Populix, S. (n.d.). *Daftar 10 Bank Digital Paling Dikenal Masyarakat*. <https://www.merdeka.com/perbankan/survei-populix-ini-daftar-10-bankdigital-paling-dikenal-masyarakat-161436-mvk.html>
- Populix, S. (2024c). *Penggunaan Bank Digital di Indonesia*. <https://info.populix.co/articles/bank-digital-di-indonesia/>
- Prabowo, A. (2011). *Adiprabowo*. [https://adiprabowo07.wordpress.com/visi-dan-misi-3/#:~:text=Dengan visi “Kami peduli dan,komunitas di mana kami berada.](https://adiprabowo07.wordpress.com/visi-dan-misi-3/#:~:text=Dengan%20visi%20%E2%80%9CKami%20peduli%20dan,komunitas%20di%20mana%20kami%20berada.)
- Prihanto, H. (2017). Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Memengaruhi. *Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan*, 10(1), 1–26. <https://doi.org/10.22441/journal>
- Purba, Z. I. H., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BCA EXPRESS Met Mall Cibubur. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(3), 232–256.
- Purnomo, R. A. (2017). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Rani, I. H., & Mayasari, M. (2015). 172-Article Text-473-1-10-20170314. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 164–170.
- Rendy Putra Pradwita, R. B., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada Website www.Laroslaptop.Com Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212–220. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.312>
- Rida Ayu Pratiwi, & Syaiful Syaiful. (2024). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 34–44. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1978>
- Riona, Ahmad, A. dkk. (2023). JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. *JEKSya Jurnal*, 2(1), 285–297.
- Rita Intan Permatasari, S. W. P. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*,

- 2(2), 235–243. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>
- Sabillah, E. (2023). Peran Religiusitas dalam Membangun Motivasi pada Generasi Z. *Gunung Djati Conference Series*, 19, 320–331.
- Saptutyingsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. [https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/33019/buku penelitian kuantitatif_ES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/33019/buku%20penelitian%20kuantitatif_ES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sari, C. N., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 8(2), 312–327. <https://doi.org/10.24952/masharif.v8i2.3828>
- Shafrani, Y. S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PRODUK SIMPANAN PADA BSM CABANG PURWOKERTO. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 189–215. <https://doi.org/10.24090/ej.v4i1.2016.pp189-215>
- Sholikha, K., Afifudin, & Novianto, A. S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Siki, F. (2023). *Membangun Masa Depan ASEAN*. <https://www.uob.co.id/web-resources/downloads/about-us/laporan-keuangan/annual-report/Annual-Report-PT-Bank-UOB-Indonesia-2023-new-Bahasa.pdf>
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Simanjuntak, J. (2017). PENGARUH PROSEDUR KEMUDAHAN MENGGADAI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGADAI BARANG (Studi Kasus Nasabah PT Pegadaian Kota Batam). *Journal of Accounting & Managemen Innovation*, 1 No 1, 64–77.
- Sirait, D. T. H., Satria, D., & Basri, H. (2024). Analisis Adopsi Teknologi Bank Digital Dengan UTAUT2 dan Trust Penduduk Jakarta. *Innovation and Business: Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Keuangan (Innobiz)*, 1(1), 87–96.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Suhermin, & Budiyanto, N. purwanto. (2022). *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*.
- Sulasih, S., Suliyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>
- Sulkarnain, R., Dirwan, D., & Asbara, N. W. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN,

MANFAAT DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA PT. BANK MANDIRI (Persero) Tbk CABANG SAM RATULANGI. *Nobel Management Review*, 3(4), 608–621. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3452>

- Susilawati, S. (2020). Determinan Harga Saham Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq45. *Akrab Juara*, 5, 38–49.
- Tambunan, M. R., & Nasution, I. G. S. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 248–253.
- Tarmidzi, M. I. (2019). Jurnal Ilmiah Jurnal Ilmiah. *Jurnal Ilmiah Aset*, 7(1), 24–33.
- Tegar pangesti. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(no 2), 83–93. <http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-%0Ahttps://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>
- Terintegrasi, L. T., & Report, I. A. (n.d.). *Laporan Tahunan Terintegrasi Bank Jago 2023*. https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202404/9141d7623b_62a198fc42.pdf
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>
- Utami, H. T. (2018). Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha dengan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pemilik Usaha UKM Makanan Khas di Kabupaten Banyumas). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 23–48. <https://doi.org/10.24090/ej.v6i1.2044>
- Widodo, A. R., & Ariandi, F. (2024). Pengaruh Kemudahan , Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BCA di Jakarta Universitas Bina Sarana Informatika , Indonesia Pengaruh Kemudahan , Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 4.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Yuliana, Y., Arwin, A., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis*, 6(2), 680–690. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.1032>
- Yuliani, E., Intelektual, C. V., & Media, M. (2021). MELALUI PEMEDIASI MINAT DAN KESADARAN (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali). 2(2), 1–12.

- Yuspin, W., Wardiono, K., Nurrahman, A., & Budiono, A. (2023). Personal Data Protection Law in Digital Banking Governance in Indonesia. *Studia Iuridica Lublinensia*, 32(1), 99–130. <https://doi.org/10.17951/sil.2023.32.1.99-130>
- Zaka, A. R. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada LBB Antologi Semarang. *Diponegoro Journal Of Manajemnt*, 6(1), 1–13.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Tabel 5. 1 Hasil Tranformasi dengan Method of Successive Interval

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1,000	3,000	5,000	0,050	0,050	0,103	-1,645	1,000
	4,000	39,000	0,390	0,440	0,394	-0,151	2,316
	5,000	56,000	0,560	1,000	0,000		3,767
2,000	3,000	13,000	0,130	0,130	0,212	-1,126	1,000
	4,000	63,000	0,630	0,760	0,311	0,706	2,470
	5,000	24,000	0,240	1,000	0,000		3,923
3,000	2,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	24,000	0,240	0,270	0,331	-0,613	2,174
	4,000	49,000	0,490	0,760	0,311	0,706	3,308
	5,000	24,000	0,240	1,000	0,000		4,563
4,000	3,000	22,000	0,220	0,220	0,296	-0,772	1,000
	4,000	59,000	0,590	0,810	0,271	0,878	2,388
	5,000	19,000	0,190	1,000	0,000		3,774
5,000	3,000	20,000	0,200	0,200	0,280	-0,842	1,000
	4,000	45,000	0,450	0,650	0,370	0,385	2,199
	5,000	35,000	0,350	1,000	0,000		3,458
6,000	3,000	22,000	0,220	0,220	0,296	-0,772	1,000
	4,000	59,000	0,590	0,810	0,271	0,878	2,388
	5,000	19,000	0,190	1,000	0,000		3,774
1,000	3,000	50,000	0,500	0,500	0,399	0,000	1,000
	4,000	37,000	0,370	0,870	0,212	1,126	2,304
	5,000	13,000	0,130	1,000	0,000		3,425
2,000	3,000	4,000	0,040	0,040	0,086	-1,751	1,000
	4,000	51,000	0,510	0,550	0,396	0,126	2,547
	5,000	45,000	0,450	1,000	0,000		4,034
3,000	3,000	27,000	0,270	0,270	0,331	-0,613	1,000
	4,000	51,000	0,510	0,780	0,296	0,772	2,292
	5,000	22,000	0,220	1,000	0,000		3,570
4,000	3,000	24,000	0,240	0,240	0,311	-0,706	1,000
	4,000	44,000	0,440	0,680	0,358	0,468	2,189
	5,000	32,000	0,320	1,000	0,000		3,413
5,000	3,000	30,000	0,300	0,300	0,348	-0,524	1,000
	4,000	57,000	0,570	0,870	0,212	1,126	2,398
	5,000	13,000	0,130	1,000	0,000	8,210	3,786
6,000	2,000	4,000	0,040	0,040	0,086	-1,751	1,000
	3,000	27,000	0,270	0,310	0,353	-0,496	2,167
	4,000	47,000	0,470	0,780	0,296	0,772	3,275
	5,000	22,000	0,220	1,000	0,000		4,500
1,000	2,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000

	3,000	13,000	0,130	0,160	0,243	-0,994	1,920
	4,000	78,000	0,780	0,940	0,119	1,555	3,427
	5,000	6,000	0,060	1,000	0,000		5,253
2,000	1,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	5,000	0,050	0,080	0,149	-1,405	1,656
	4,000	67,000	0,670	0,750	0,318	0,674	3,016
	5,000	25,000	0,250	1,000	0,000		4,539
3,000	2,000	6,000	0,060	0,060	0,119	-1,555	1,000
	3,000	27,000	0,270	0,330	0,362	-0,440	2,085
	4,000	40,000	0,400	0,730	0,331	0,613	3,064
	5,000	27,000	0,270	1,000	0,000		4,210
4,000	2,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	3,000	16,000	0,160	0,190	0,271	-0,878	1,997
	4,000	57,000	0,570	0,760	0,311	0,706	3,199
	5,000	24,000	0,240	1,000	0,000		4,563
5,000	1,000	4,000	0,040	0,040	0,086	-1,751	1,000
	2,000	13,000	0,130	0,170	0,253	-0,954	1,871
	3,000	45,000	0,450	0,620	0,381	0,305	2,871
	4,000	35,000	0,350	0,970	0,068	1,881	4,048
	5,000	3,000	0,030	1,000	0,000		5,422
6,000	1,000	3,000	0,030	0,030	0,068	-1,881	1,000
	2,000	4,000	0,040	0,070	0,134	-1,476	1,612
	3,000	24,000	0,240	0,310	0,353	-0,496	2,358
	4,000	49,000	0,490	0,800	0,280	0,842	3,417
	5,000	20,000	0,200	1,000	0,000		4,668
1,000	1,000	35,000	0,350	0,350	0,370	-0,385	1,000
	2,000	46,000	0,460	0,810	0,271	0,878	2,274
	3,000	18,000	0,180	0,990	0,027	2,326	3,418
	4,000	1,000	0,010	1,000	0,000		4,723
2,000	1,000	52,000	0,520	0,520	0,398	0,050	1,000
	2,000	41,000	0,410	0,930	0,134	1,476	2,411
	3,000	5,000	0,050	0,980	0,048	2,054	3,483
	4,000	2,000	0,020	1,000	0,000		4,187
3,000	1,000	39,000	0,390	0,390	0,384	-0,279	1,000
	2,000	49,000	0,490	0,880	0,200	1,175	2,359
	3,000	10,000	0,100	0,980	0,048	2,054	3,500
	4,000	2,000	0,020	1,000	0,000		4,405
4,000	1,000	54,000	0,540	0,540	0,397	0,100	1,000
	2,000	42,000	0,420	0,960	0,086	1,751	2,475
	3,000	4,000	0,040	1,000	0,000		3,889
5,000	1,000	38,000	0,380	0,380	0,381	-0,305	1,000
	2,000	36,000	0,360	0,740	0,324	0,643	2,159
	3,000	17,000	0,170	0,910	0,162	1,341	2,955
	4,000	7,000	0,070	0,980	0,048	2,054	3,630

	5,000	2,000	0,020	1,000	0,000		4,423
6,000	1,000	30,000	0,300	0,300	0,348	-0,524	1,000
	2,000	21,000	0,210	0,510	0,399	0,025	1,916
	3,000	25,000	0,250	0,760	0,311	0,706	2,511
	4,000	16,000	0,160	0,920	0,149	1,405	3,173
	5,000	8,000	0,080	1,000	0,000		4,017

Tabel 5. 2 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.071	.205*	.203*	.106	.042	.416**
	Sig. (2-tailed)		.483	.041	.042	.295	.682	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.071	1	.408**	.193	.424**	.428**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.483		.000	.055	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.205*	.408**	1	.360**	.418**	.195	.685**
	Sig. (2-tailed)	.041	.000		.000	.000	.052	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.203*	.193	.360**	1	.526**	.267**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.042	.055	.000		.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.106	.424**	.418**	.526**	1	.402**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.295	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.042	.428**	.195	.267**	.402**	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.682	.000	.052	.007	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.416**	.663**	.685**	.671**	.759**	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).								

Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas Keamanan (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	(X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.226*	.409**	.336**	.398**	.395**	.679**
	Sig. (2-tailed)		.024	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.226*	1	.077	.092	.166	.184	.420**
	Sig. (2-tailed)	.024		.448	.361	.099	.067	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.409**	.077	1	.660**	.523**	.269**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.448		.000	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.336**	.092	.660**	1	.538**	.427**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.001	.361	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.398**	.166	.523**	.538**	1	.509**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.099	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.395**	.184	.269**	.427**	.509**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.067	.007	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.679**	.420**	.727**	.758**	.775**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).								

Tabel 5. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	(Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	.483**	.246*	.022	.330**	.098	.486**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.831	.001	.331	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.483**	1	.363**	.583**	.407**	.529**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.246*	.363**	1	.497**	.423**	.458**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.022	.583**	.497**	1	.346**	.703**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.831	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.330**	.407**	.423**	.346**	1	.637**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.098	.529**	.458**	.703**	.637**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.331	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
(Y)	Pearson Correlation	.486**	.777**	.706**	.746**	.742**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).						

Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas Religiusitas (Z)

		Correlations						
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	(Z)
Z.1	Pearson Correlation	1	-.142	.141	-.061	.193	.262**	.447**
	Sig. (2-tailed)		.160	.162	.548	.054	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z.2	Pearson Correlation	-.142	1	.084	.862**	.095	.165	.619**
	Sig. (2-tailed)	.160		.404	.000	.345	.102	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z.3	Pearson Correlation	.141	.084	1	.161	.141	.103	.507**
	Sig. (2-tailed)	.162	.404		.110	.161	.308	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z.4	Pearson Correlation	-.061	.862**	.161	1	.183	.105	.676**
	Sig. (2-tailed)	.548	.000	.110		.069	.300	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z.5	Pearson Correlation	.193	.095	.141	.183	1	-.081	.482**
	Sig. (2-tailed)	.054	.345	.161	.069		.425	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z.6	Pearson Correlation	.262**	.165	.103	.105	-.081	1	.497**
	Sig. (2-tailed)	.008	.102	.308	.300	.425		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
(Z)	Pearson Correlation	.447**	.619**	.507**	.676**	.482**	.497**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Tabel 5. 6 Hasil Reliabilitas Kemudahan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	6

Tabel 5. 7 Hasil Reliabilitas Keamanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

Tabel 5. 8 Hasil Reliabilitas Keputusan Menabung (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	6

Tabel 5. 9 Hasil Reliabilitas Religiusitas (Z)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	6

Tabel 5. 10 Hasil Uji R2

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.356	.342	3.12490
a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Kemudahan (X1)				
b. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)				

Tabel 5. 11 Hasil Uji F

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.121	1.731		4.115	.000
	Kemudahan (X1)	.329	.098	.290	3.350	.001
	Keamanan (X2)	.461	.092	.433	5.008	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)						

Tabel 5. 12 Hasil Uji T

ANOVA ^b						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	522.935	2	261.467	26.776	.000 ^a
	Residual	947.206	97	9.765		
	Total	1470.141	99			
a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Kemudahan (X1)						
b. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)						

Tabel 5. 13 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.09317581
Most Extreme Differences	Absolute	.158
	Positive	.069
	Negative	-.158
Kolmogorov-Smirnov Z		1.575
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064
a. Test distribution is Normal.		

Tabel 5. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.938	1.219		3.231	.002
	Kemudahan (X1)	-.144	.055	-.272	2.592	.211
	Keamanan (X2)	.051	.052	.103	.979	.330
	Religiusitas (Z)	.011	.062	.017	.174	.862
a. Dependent Variable: RES_ABS						

KUISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat, perkenankanlah saya Amelia Kartika, 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 Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Digital Dengan Religiusitas Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

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,
Amelia Kartika

Biodata Responden

Nama :
Alamat :
Email :
No. Telp :
Semester/Prodi :
Jenis Kelamin :
Jenjang Pendidikan :
Penghasilan Perbulan :

o < Rp. 500.000

o Rp. 500.000 s.d. Rp. 1.500.000

o Rp. 1.500.000 s.d.Rp. 2.500.000

- Umur :
- o > Rp. 2.500.000
 - o 17 – 20 Tahun
 - o 21 – 25 Tahun
 - o 26 – 30 Tahun
 - o > 30 Tahun
- Bank digital :
- o Bank Jago
 - o Bank Jenius
 - o Neo Bank
 - o TMRW
 - o Digibank by DBS
 - o Sea Bank
 - o Blu by BCA

Petunjuk pengerjaan kuisioner

- a. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada di dalam kuisioner 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	Skor				
		1	2	3	4	5
Kemudahan (X1)						
1	Bank digital dapat diakses secara cepat sehingga menghemat waktu penggunaanya					
2	Persyaratan yang dibutuhkan untuk menabung di Bank Digital cukup sederhana					
3	Persyaratan yang dibutuhkan untuk menabung di Bank Digital tidak merepotkan					
4	Aplikasi bank digital mudah untuk dipelajari					
5	Susunan menu pada layanan bank digital mudah dipahami					
6	Saya dapat leluasa dalam memilih produk tabungan di bank digital					
Keamanan (X2)						
1	Saya merasa aman ketika transaksi menggunakan bank digital					
2	Sistem keamanan bank digital sangatlah penting					
3	Saya percaya pada kemampuan Bank Digital untuk melindungi privasi					
4	Bank digital mempunyai reputasi yang baik karena telah dilindungi OJK					

5	Bank digital mempunyai reputasi yang baik karena telah dilindungi Lembaga penjamin simpanan					
6	Saya merasa bank digital memberikan perhatian penuh terhadap jaminan keamanan data nasabah					
Keputusan Menabung (Y)						
1	Saya menjadi nasabah bank digital sudah sesuai dengan kebutuhan					
2	Saya menjadi nasabah bank digital sudah sesuai dengan keinginan					
3	Saya mencari banyak informasi sebelum menabung di bank digital					
4	Saya merasa puas menabung di bank digital					
5	Saya menabung di bank digital secara rutin					
6	Saya merekomendasikan orang lain untuk menabung di bank digital					
Religiusitas (Z)						
1	Saya menyakini bahwa sistem bank digital sesuai dengan ajaran agama					
2	Saya memahami bahwa segala transaksi ekonomi yang dilakukan harus jujur					
3	Saya memahami bahwa segala transaksi ekonomi yang dilakukan benar merupakan kewajiban					

4	Saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan bank digital karena terhindar dari penipuan dan tindak kecurangan					
5	Saya menyakini praktik transaksi bank digital yang dilakukan dengan jujur					
6	Saya percaya bahwa praktik transaksi bank digital dilakukan dengan transparan sesuai dengan prinsip yang benar					



Tabel 5. 15 Hasil Tabulasi Data Responden

Kemudahan (X1)						Keamanan (X2)						Keputusan Menabung (Y)						Religiusitas (Z)						
X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Z_5	Z_6	
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	1	2	2	
5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	4
5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	2	4	5	2	4	2	4	2	2	2	2	3	2	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	1	3	1	2	3	
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	3	1	2	3	
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	1	2	1	2	3	
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	1	2	1	2	2	
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	1	2	3	
4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	4	
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	2	3	
5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	2	1	2	1	1	3	
5	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	1	2	2	2	1	4	
5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	1	1	1	1	2	
5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	3	1	1	1	1	5	
4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	
5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	1	2	4	
5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	1	1	1	3	4	

4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	1	2	2
4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	1	3	1	2	2
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	2	2	2	2	2
4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	2	2	2	2	1	1
5	5	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	1	2	2	2	1	1
4	5	2	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2
5	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	1	1	1	1	2	3
5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	2	4	2	1	1	1	2	3
5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	2	4	2	3	2	3	2	5
5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	2	1	2	1	1	2
4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	2	1	2	1	2	1
4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	2	1	1	1	1	1
4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	1	2	2	2	1	1
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	1	1	3
5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	1	5
5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	2	4	5	2	4	2	4	2	1	2	1	1	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	1	4
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	2	1	2	5
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	1	2	1	2	1

5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	1	1	1	2	1
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	1	1	3
4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	1	2	1	1	2	1	1	2
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	1	1	2
5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	1	2	2	2	3	2
5	4	4	5	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	2	3	1	3	1	1
5	5	5	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	2	1	2	1	3
5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	2	1	1	1	1	2
4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	1	2	1	2	2	3
5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	1	1
5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	1	2	1	2	2	1
4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	1	2	1	2	1	5
4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	1	1	1	1	2	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	1	4
4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	2	1	1	1	3	3
5	5	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	1	2	1	2	4	1
4	4	2	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	3	3
5	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1
5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	2	4	3	1	2	1	4	3

5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	1	2	1	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	1	2	1	2	5	1
4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	2	2	2	2	2	1
4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	2	2	1	2	2	2
4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	1	1	3	1	1	1
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	2	1	3
5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	4	2	1	4
5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	2	4	5	2	4	2	4	1	2	2	2	2	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	3	3
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	2	2	2	4	3
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	2	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	2	1	2	2	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	2	4
4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	3	2	4	3
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	3
5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	1	2	2	2	3	3
5	4	4	5	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	1	2	2	2	3	3
5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	1	3	1	3	2
5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	1	1	2	1	2	2

4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	1	1	2	1	3	1	
5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	1	1	1	1	4	1
5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	2	1	2	1	3	1	
4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	1	3	1	
4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	2	2	2	4	1	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	2	1	
4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	2	2	2	2	3	1	
5	5	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	2	1	3	1	3	1	
4	4	2	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	
5	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	2	1	2	1	1	5	
5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	2	4	2	1	2	1	1	1	
5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	2	2	2	2	1	4	
5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	1	2	1	2	1	2	
4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	1	1	1	1	1	1	
4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	1	2	1	1	1	2	
4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	4	1	1	1	1	1	1	
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	3	1	1	1	3	
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	4	2	2	2	4	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	

4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	2	2	2	2	2	2
5	4	4	5	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	1	3	1	1	1	3
5	5	5	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1
5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	1	1	1	1	1	1
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2	1



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Amelia Kartika
2. NIM : 214110202081
3. Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 04 Juli 2003
4. Alamat Rumah : Desa Pekiringan RT 001/010, Karangmoncol,
Purbalingga 53355
5. Nama Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Suranto
 - b. Nama Ibu : Katina

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI : SD Negeri Pondok Pucung 02 (2009)
 - b. SMP/MTS : SMP PGRI Jombang (2015)
 - c. SMA/MA : SMK Muhammadiyah Bobotsari (2018)
 - d. S1 : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto (2021)
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Darul Abror Watumas Purwokerto

C. Pengalaman Magang

1. BMT El Mentari Purwokerto

