

Pengaruh Penggunaan *E-Banking* dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Andini Madaniah Nasution¹⁾, Eko Suprayitno²⁾

¹ Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

² Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

*Email korespondensi: suprayitno@pbs.uin-malang.ac.id

Abstract

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh penggunaan *e-banking* dan perlindungan nasabah pengguna *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan ialah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang diambil melalui penyebaran kuesioner sebanyak 90 responden kepada nasabah Bank Syariah (BSI dan Muamalat) di Malang. Data yang diperoleh kemudian akan diuji melalui analisis pendekatan Partial Least Square melalui bantuan software SmartPLS versi 3.0. Adapun hasil temuan pada penelitian ini, diperoleh bahwa variabel penggunaan *e-banking* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah sedangkan variabel perlindungan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Variabel literasi keuangan tidak mampu memoderasi penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah dengan pengaruh negatif dan tidak signifikan. Variabel literasi keuangan tidak mampu memoderasi perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah. Hasil pengujian R Square, secara simultan variabel kepercayaan nasabah dan literasi keuangan mampu menjelaskan variabel independen sebesar 82% dan 44% sisanya sebesar 18% dan 56% dijelaskan pada penelitian yang lain dengan variabel yang berbeda.

Keywords : Penggunaan *e-banking*, perlindungan, kepercayaan nasabah, literasi keuangan

Saran sitasi: Nasution, A. M., & Suprayitno, E. (2022). Pengaruh Penggunaan *E-Banking* dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1205-1213. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>

1. PENDAHULUAN

Kemajuan komputerisasi saat ini adalah dinilai sebagai awal munculnya perubahan kecanggihan teknologi yang pada mulanya hanya bisa menulis, menggambar grafik, dan menyimpan data. Namun saat ini, kecanggihan tersebut dapat diakses hingga keseluruhan dunia (Setiawan, 2018). Salah satu kecanggihan teknologi yang memberikan pengaruh besar di dalam setiap kehidupan manusia ialah teknologi internet (Batmetan, 2018). Adapun layanan perbankan yang menggunakan internet ialah *internet banking/electronic banking* (Heryani et al., 2020). Pada aplikasi BRIMO pertumbuhan *e-banking* mencapai 60,5% yoy atau lebih dari 765 juta berbeda

dengan transaksi di link yang mengalami peningkatan sebesar 36,9% atau sebesar 728 juta transaksi (Mayasari, 2021).

Menurut Ketua umum Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) Jamalul Izza mengemukakan bahwa terdapat peningkatan jumlah pengguna internet ditahun 2020 di bulan April hingga Juni mencapai 196,7 juta atau 73,7 persen dari populasi. Hal ini dikarenakan adanya pengembangan infrastruktur teknologi yang semakin meningkat disertai dengan kebutuhan masyarakat yang dituntut untuk menggunakan internet sejak adanya pandemi covid 19 (Jatmiko, 2020).



Gambar 1.1

Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia tahun 2019 - 2020

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan persentase penduduk Indonesia yang menggunakan internet di tahun 2019-2020. Dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 pengguna internet mencapai 64,8 persen yang meningkat menjadi 73,7 persen di tahun 2019-2020. Artinya penggunaan internet menjadi kebutuhan yang penting pada setiap profesi, lembaga dan dimanapun berada. Hal itu dapat dilihat dengan adanya peningkatan jumlah pengguna setiap tahunnya.

Sejalan dengan berkembangnya teknologi, masyarakat yang menggunakan layanan internet pun semakin meningkat. Akan tetapi sebagian besar layanan tersebut digunakan untuk layanan *chatting* sementara masih memiliki porsi yang kecil untuk layanan perbankan. Salah satu layanan perbankan yang menggunakan internet ialah *internet banking/electronic banking* (Heryani et al., 2020). *Electronic banking* salah satu jasa bank yang memudahkan nasabah mendapatkan informasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Apriliani, 2021).

Beberapa kemudahan dari adanya penggunaan *e-banking* salah satunya ialah memudahkan nasabah maupun bisnis untuk mengakses rekening dan mendapatkan penawaran produk atau jasa (Indah, 2016; Khoirunnisa, 2017; Nugroho & Soliha, 2018; Pinontoan, 2013). Semakin berkembangnya *electronic banking*, bank juga harus memperhatikan aspek perlindungan nasabah. Perlindungan pada nasabah tersebut dapat dilihat dari keamanan yang menjamin privasi nasabah, yang tidak hanya menginformasikan layanan bank seperti *e-banking* namun juga dapat menjaga keamanan layanan tersebut agar tidak disalahgunakan dan dapat mempertahankan kepercayaan nasabah (Heryani et al., 2020; Kadek et al., 2020; Purnami, 2016; Y N Rahmah, 2018). Di

balik adanya kemudahan penggunaan *internet banking/e-banking*, maka tentunya kemudahan tersebut diikuti dengan literasi keuangan yang baik karena Indonesia mempunyai potensi dirancah digital terbesar di Asia Tenggara (Andi Fauziah & Tenrypada, 2021; Palupi, 2021; Romadon & Nurhapsari, 2020; Yasin et al., 2021).

Literasi keuangan merupakan pengetahuan seseorang dalam mengelola keuangannya (Palupi, 2021; Sholeh, 2019; Yasin et al., 2021). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riski (2019) menyebutkan bahwa secara bersama-sama pengetahuan, kepercayaan dan kompetensi individu berpengaruh terhadap literasi keuangan. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh (Afifah, 2017; Andi Fauziah & Tenrypada, 2021; Romadon & Nurhapsari, 2020) yang meneliti tentang pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan *mobile banking*. Adapun hasilnya menunjukkan bahwa masing-masing variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Berbeda dengan dua penelitian di atas, penelitian yang dilakukan oleh (Palupi, 2021; Pinontoan, 2013; Riski, 2019) yang fokus penelitiannya pada literasi keuangan dan kemudahan sebagai variabel independen sedangkan keputusan bertransaksi menggunakan QRIS sebagai variabel dependen. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

Penelitian berkaitan perlindungan nasabah dan penggunaan *e-banking* sudah banyak dilakukan, ada hal yang sangat penting yang berkaitan dengan kedua aspek tersebut yaitu peran moderasi literasi keuangan dalam hubungan antara penggunaan *e-banking* dan perlindungan nasabah pengguna *e-banking*. Adapun literasi keuangan menjadi variabel moderasi dalam penelitian ini karena variabel moderasi memiliki kemampuan untuk menguatkan atau melemahkan hubungan pada variabel independen dan variabel dependen yang terjadi secara langsung (Ichsanti, 2017).

2. METODE PENELITIAN

Sumber dan jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner bersifat tertutup yang disebar kepada responden Kota Malang sebagai objek penelitian karena mayoritas

masyarakatnya sudah banyak yang menggunakan *m-banking* sebagai salah satu teknologi perbankan yang mempermudah transaksi (Faruq, 2019). Menurut Green, (1991) untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian regresi, menggunakan rumus $50+8n$, di mana n adalah jumlah variabel. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel, yaitu 4 independen dan 1 variabel dependen. Adapaun berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 50+8(n) \\ &= 50+8(5) \\ &= 50+40 \\ &= 90, \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

Kuesioner (angket) digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan skala *likert* sebagai skala pengukurannya. Adapun analisis penelitian ini melalui SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan pendekatan *partial least square* (PLS), yang lakukan untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terdapat permasalahan data seperti data yang berdistribusi secara tidak normal, data yang hilang dan ukuran sampel yang kecil (Abdillah & Hartono, 2015).

Definisi Operasional Variabel.

Variabel yang dianalisis pada penelitian ini memiliki definisi sebagai berikut:

Tabel 2.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Penggunaan <i>E-Banking</i> (Yuslia Naili Rahmah, 2020)	Kemudahan penggunaan transaksi <i>online</i>	Penggunaan <i>e-banking</i> untuk mempermudah transaksi perbankan secara <i>online</i>
	Mudah di pahami	Tampilan di <i>e-banking</i> mudah dipahami dan digunakan
	Efisiensi waktu	Dengan mengakses <i>e-banking</i> , transaksi dapat dilakukan dengan cepat
	Penggunaan fleksibel (Utami, 2020)	Dapat diakses sesuai dengan keinginan (Utami, 2020)
Perlindungan Nasabah (Yuslia Naili Rahmah, 2020)	Pengendalian dalam melindungi nasabah	Bank melakukan pengendalian untuk melindungi data pribadi dan tabungan nasabah di bank
	Jaminan keamanan nasabah	Setiap transaksi, <i>e-banking</i> memiliki bukti yang lengkap Bank memberikan jaminan kegiatan transaksi sampai pada tujuan
	Kerahasiaan data nasabah	<i>E-banking</i> menjamin kerahasiaan data Meyakini bahwa semua transaksi yang dilakukan tidak

		akan disalahgunakan pihak bank
	Layanan <i>website</i>	Semua layanan yang dibutuhkan sudah ada di <i>website</i> dan <i>e-banking</i> Informasi yang disediakan internet banking selalu di <i>up to date</i>
	Ketersediaan layanan (Yuslia Naili Rahmah, 2020)	Nomor layanan atau <i>website</i> mudah diakses Bank sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah (Yuslia Naili Rahmah, 2020)
Kepercayaan Nasabah (Utami, 2020)	Sistem keamanan	Mendapat jaminan keamanan dari sistem <i>e-banking</i>
	Menepati janji	Mendapatkan fasilitas sesuai dengan apa yang telah disampaikan bank mengenai <i>e-banking</i>
	Tidak merasa dibohongi	Sampai sekarang tidak merasa dibohongi dengan fasilitas dan manfaat dari <i>e-banking</i>
	kepercayaan	Percaya bahwa <i>e-banking</i> merupakan aplikasi yang aman digunakan
	Memberikan manfaat (Utami, 2020)	<i>E-banking</i> memberikan manfaat yang maksimal terhadap nasabah (Utami, 2020)
Literasi Keuangan (Yanti, 2019)	Pengetahuan umum	Memahami produk-produk keuangan
	tentang keuangan	Dapat mengatur pengelolaan keuangan pribadi
	Tabungan dan pinjaman	Menyisihkan uang untuk ditabung Mempertimbangkan segala sesuatu ketika hendak meminjam
	Asuransi	Mengetahui asuransi adalah usaha saling tolong menolong Memahami kebutuhan asuransi diri
	Investasi (Yanti, 2019)	Menyisihkan uang untuk investasi Memahami produk-produk investasi (Yanti, 2019)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Deskripsi Responden

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh nasabah dengan menggunakan 3 karakteristik responden diantaranya ialah jenis kelamin, usia dan lama menggunakan *e-banking*. Adapun penjabaran dari deskripsi responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan umur.

Identitas responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur	Frekuensi	Persentase
17-22 tahun	35	35%
23-28 tahun	52	52%
> 30 tahun	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan jawaban responden berdasarkan usia pada Tabel 3.1 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak ialah usia 23-28 tahun yaitu sebanyak 52 orang atau 52%, adapun usia 17-22 tahun atau 35% yaitu sebanyak 35 responden sedangkan jumlah responden terkecil ialah usia >30 tahun atau 13% sebanyak 13 responden.

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan identitas responden pada Tabel 3.2 bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki. Dapat dilihat dari jumlah responden perempuan sebanyak 58 orang atau 58% dari total keseluruhan 100 responden. Sedangkan jumlah laki-laki sebanyak 42 orang atau 42% dari total 100 responden.

c. Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan e-banking

Identitas responden berdasarkan lama menggunakan e-banking terdapat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 3.3

Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan e-banking

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase
<1 tahun	36	36%
1-2 tahun	38	38%
3-4 tahun	12	12%
>4 tahun	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan e-banking dengan waktu <1 tahun ialah 36 orang atau 36% sedangkan 1-2 tahun sejumlah 38 orang atau 38%. Hasil ini menunjukkan adanya keseimbangan antara rentan waktu tersebut. Adapun pada jangka waktu 3-4 tahun sejumlah 12 orang atau 12 responden dan jangka waktu >4 tahun sebanyak 14 orang atau 14%. Dapat disimpulkan bahwa jangka waktu nasabah dalam menggunakan e-banking hampir seimbang antara 3-4 tahun dan >4 tahun dari total keseluruhan 100 responden.

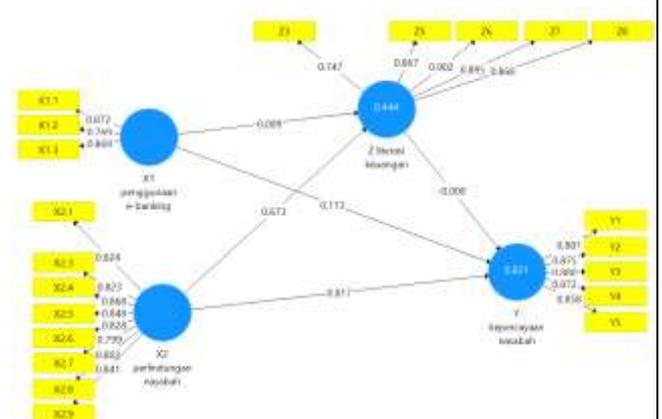
3.1.2. Hasil Analisis Data

Pada pengujian melalui pendekatan PLS terdapat 2 pengujian yang dilakukan. Adapun hasil pengolahan data menggunakan SmartPls 3.0 ialah:

a. *Outher Model*

Model pengukuran pada penelitian ini, terdapat variabel yang tidak memenuhi syarat loading faktor yaitu lebih dari 0,7. Maka variabel laten yang tidak dapat memenuhi data tersebut dihapus dari data. Oleh karena itu, peneliti menggunakan pengolahan data yang kedua pada gambar 3.1 berikut:

Gambar 3.1 Model Struktur sudah FIT



Sumber Data : Diolah sendiri dari SmartPLS 3.0

Validitas konvergen digunakan untuk mengukur indikator validitas yang ditunjukkan melalui nilai *loading factor*. Untuk melihat valid suatu indikator jika nilai *loading factor* > 0,7.

Tabel 3.4. Hasil Nilai Convergent Validity (Loading Faktor)

Variabel	Item	Loading factor	Keterangan
Penggunaan E-Banking	X ₁ -1	0,872	Valid
	X ₁ -2	0,769	Valid
	X ₁ -3	0,869	Valid

Variabel	Item	Loading factor	Keterangan
Perlindungan Nasabah	X ₂ -1	0,824	Valid
	X ₂ -3	0,823	Valid
	X ₂ -4	0,868	Valid
	X ₂ -5	0,848	Valid
	X ₂ -6	0,828	Valid
	X ₂ -7	0,799	Valid
	X ₂ -8	0,802	Valid
Kepercayaan Nasabah	Y-1	0,881	Valid
	Y-2	0,875	Valid
	Y-3	0,880	Valid
	Y-4	0,872	Valid
	Y-5	0,858	Valid
Literasi Keuangan	Z-3	0,747	Valid
	Z-5	0,867	Valid
	Z-6	0,902	Valid
	Z-7	0,895	Valid
	Z-8	0,868	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPls, 2022

Setelah nilai *loading factor* terpenuhi, untuk mengevaluasi *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang baik disyaratkan > 0,5 maka disimpulkan bahwa AVE memiliki konvergen validitas yang baik.

Tabel 3.5. Hasil Nilai Convergent Validity Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Penggunaan <i>E-Banking</i>	0,703	Valid
Perlindungan Nasabah	0,688	Valid
Kepercayaan Nasabah	0,762	Valid
Literasi Keuangan	0,735	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPls, 2022

Selain validitas pengujian ini mengukur reliabilitas. Pengukuran reliabilitas menggunakan *composite reliability* dan *Cronbach alpha*. Suatu variabel yang dikatakan reliabel jika pada nilai *composite reliability* dan *Cronbach alpha* > 0,7.

Tabel 3.6. Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Ket
Penggunaan <i>E-Banking</i>	0,786	0,876	Reliabel
Perlindungan Nasabah	0,935	0,946	Reliabel
Kepercayaan Nasabah	0,922	0,941	Reliabel
Literasi Keuangan	0,909	0,933	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SmartPls, 2022

Nilai dari variabel-variabel pada Tabel 3.6 tersebut menunjukkan nilai *composite reliability* > 0,70 dan nilai *Cronbach alpha* > 0,70 artinya pada variabel tersebut memiliki nilai reliabel yang baik sesuai dengan batas nilai yang disyaratkan.

b. *Inner Model*

Setelah dilakukan pengujian pada *outer model*, selanjutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*) dengan menguji nilai *r square* atau koefisien determinasi. Berikut hasil pengujian *r square*:

Tabel 3.7. Hasil Pengujian R Square

	R Square
Kepercayaan Nasabah	0,821
Literasi Keuangan	0,444

Sumber: Data diolah dengan SmartPls, 2022

Hasil dari Tabel 3.7 tersebut menunjukkan nilai *R Square* pada kepercayaan nasabah sebesar 0,821 artinya secara simultan variabel kepercayaan nasabah mampu menerangkan variabel independen berupa penggunaan *e-banking* dan perlindungan nasabah sebesar 82% sisanya sebesar 18% dijelaskan pada penelitian lain dengan variabel yang berbeda. Sedangkan literasi keuangan memiliki nilai *R Square* sebesar 0,444 secara simultan literasi keuangan mampu menjelaskan variabel penggunaan *e-banking* dan perlindungan nasabah sebesar 44% dan sisanya sebesar 56% dijelaskan dengan variabel yang berbeda dipenelitian yang lain.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P – Values
Penggunaan <i>E-Banking</i> -> Kepercayaan Nasabah	0,113	0,116	0,073	1,555	0,121

Hipotesis	Original Sample (<i>O</i>)	Sample Mean (<i>M</i>)	Standard Deviation (<i>STDEV</i>)	T Statistics ($ O/STDEV $)	<i>P</i> – Values
Perlindungan Nasabah -> Kepercayaan Nasabah	0,817	0,816	0,077	10,547	0,000
Literasi Keuangan_ Penggunaan <i>E-Banking</i> -> Kepercayaan Nasabah	0,036	0,033	0,007	1,363	0,115
Literasi Keuangan Perlindungan Nasabah -> Kepercayaan Nasabah	0,000	-0,002	0,041	0,003	0,997

Sumber: Data diolah dengan SmartPls, 2022

3.2. Pembahasan

Pada pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan software SmartPls melalui perhitungan *bootstrapping* terhadap sampel. Adapun hasil hipotesis ialah:

- a. Penggunaan *e-banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah

Hipotesis pertama ialah penggunaan *e-banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Nilai *p value* sebesar 0,121 dan nilai *t* statistik sebesar 1,555, nilai *t*-statistik lebih kecil dari nilai *t*-Tabel yaitu 1,96 dan nilai *p*-value > 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-banking* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan sehingga hipotesis pertama yang menyatakan penggunaan *e-banking* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah ditolak.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Romadon & Nurhapsari, 2020; Usman et al., 2020; Afifah, 2017), menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2019), bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *e-banking*. Namun pada penelitian sebelumnya variabel kepercayaan sebagai variabel independen dan penggunaan *mobile banking* sebagai variabel dependen. Adapun pada penelitian ini variabel kepercayaan sebagai variabel dependen sedangkan variabel penggunaan *e-banking* sebagai variabel independen.

Meskipun pada penelitian ini, variabel penggunaan *e-banking* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah, bukan berarti variabel penggunaan *e-banking*

tidak penting, bisa jadi karena adanya faktor lain yang menghubungkan antara variabel penggunaan *e-banking* dengan variabel lain. Selain itu bisa juga karena nasabah sudah tidak berminat lagi menggunakan aplikasi *e-banking* melainkan terdapat beberapa aplikasi lain yang lebih spesifikasi seperti *e-money*, *e-commerce*, *e-payment* dan aplikasi lainnya.

- b. Perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah

Pada hipotesis kedua, yaitu perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Nilai *p*-value sebesar 0,000 dan nilai *t*-statistik 10,547. Hasil ini menyatakan bahwa perlindungan nasabah berpengaruh positif dan signifikan karena nilai *p*-value lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t*-statistik lebih besar dari 1,96. Sehingga hipotesis perlindungan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah diterima.

Perlindungan nasabah juga dapat disebut sebagai keamanan yang ditandai dengan adanya control dari bank terhadap keamanan informasi data pribadi dan pemakaian *e-banking*. Sistem keamanan disebut juga sebagai perlindungan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* (Purnami, 2016). Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (S Gilaninia et al., 2012; Salem et al., 2019) Gilaninia et al (2011), bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

Perlindungan nasabah pengguna *e-banking* merupakan faktor yang sangat penting bagi nasabah karena dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah. Kepercayaan ialah sejauh mana nasabah memiliki keyakinan dengan layanan *e-banking* tanpa merasa terancam. Sedangkan perlindungan nasabah merupakan

tindakan agar nasabah merasa aman dalam bertransaksi karena kepercayaan nasabah. Jika bank ingin mempertahankan kepercayaan nasabah maka bank harus bisa menepati janji untuk menjaga keamanan bank itu sendiri (Purnami, 2016).

- c. Literasi keuangan mampu memoderasi penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah.

Hipotesis ketiga, literasi keuangan mampu memoderasi penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah. Nilai *p*-value sebesar 0,115 dan nilai *t*-statistik sebesar 1,363, nilai *p*-value >0,05 dan nilai *t*-statistik <1,96. Diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Artinya literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah. Sehingga hipotesis ke tiga ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memperkuat pengaruh penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah. Kemungkinan penyebab terjadinya ialah karena kurangnya pengetahuan nasabah mengenai literasi keuangan dan cara mengelola keuangan dengan baik. Sehingga literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah.

- d. Literasi keuangan mampu memoderasi perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah.

Literasi keuangan saat ini terus menjadi perhatian negara maju dan berkembang. Hal ini menyadarkan kepada kita betapa pentingnya pengetahuan tentang keuangan. Hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa masih terjadi literasi keuangan yang rendah baik di negara maju ataupun negara berkembang (Munajim, 2020).

Hipotesis ke empat ialah literasi keuangan mampu memoderasi perlindungan nasabah terhadap kepercayaan nasabah. Nilai *p*-value sebesar 0,997 dan nilai *t*-statistik sebesar 0,003. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan karena nilai *original sample* > 0,05 dan nilai *t*-statistik < 1,96. Artinya literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh perlindungan nasabah

terhadap kepercayaan nasabah. Sehingga hipotesis ke empat ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munajim (2020), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliyanto (2018), yang menerangkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung dan asuransi. Dalam penelitiannya terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan dengan penelitian ini yaitu variabel dependennya.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan nasabah seputar keuangan yang dapat meningkatkan kepercayaan terhadap layanan yang digunakan sehingga nasabah merasa terlindungi selama menggunakan layanan tersebut (Munajim, 2020). Pada penelitian ini hasil menunjukkan bahwa pengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal tersebut bukan berarti variabel literasi keuangan tidak mampu memoderasi kemungkinan ada faktor variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Kemungkinan lain yang terjadi dapat disebabkan karena kurangnya pengetahuan masyarakat terkait literasi keuangan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka disimpulkan sebagai berikut: 1) Penggunaan *e-banking* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah, 2) Perlindungan nasabah pengguna *e-banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah, 3) Literasi keuangan tidak mampu memoderasi penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah dengan pengaruh negatif dan tidak signifikan, 4) Literasi keuangan tidak mampu memoderasi perlindungan nasabah pengguna *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah dengan pengaruh negatif dan tidak signifikan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut diharapkan bagi bank syariah di Malang agar dapat menjaga kualitas dari aplikasi *e-banking* yang digunakan sehingga nasabah merasa aman dan terlindungi ketika menggunakannya. Hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan nasabah kepada bank Syariah. Selain itu, bagi OJK dan pihak-pihak terkait untuk lebih meningkatkan literasi dan sosialisasi penggunaan *e-banking* kepada masyarakat umum dan edukasi terkait

pelindungan nasabah, sehingga masyarakat semakin merasa aman terhadap penggunaan fasilitas tersebut.

5. REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV. Andi Offset.
- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Agus Yulianto. (2018). Pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan penggunaan produk atau jasa lembaga keuangan Syariah. *Advanced Optical Materials*, 10(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1038/s41>
- Andi Fauziah, & Tenrypada. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan resiko terhadap penggunaan e-banking (Survei pada nasabah BRI Syariah di Kota Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.40.74-81>
- Apriliansi, R. (2021). Membangun kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara online. *Komunikatorj*, 6(3), 120–139.
- Batmetan, J. R. (2018). *Pengaruh Perilaku Cyber Crime Terhadap Pengguna Aplikasi E-Commerce*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/gukcf>
- Faruq, D. U. Al. (2019). *Pertumbuhan Perbankan Syariah di Malang Meningkat*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/ybD0mWmb-pertumbuhan-perbankan-syariah-di-malang-meningkat>
- Gilaninia, S, Delafrooz, N., & Machiani, A. R. N. (2012). Identifying effective factors on consumer intention to use mobile banking services. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(11), 11014–11020.
- Gilaninia, Shahram, Author, C., & Branch, A. (2011). *Study of Effective Factors on Customers Trust in Electronic Banking Services (Case study : Melli Bank in Ardabill City) M . A . Student of Business Management , Rasht Branch , Islamic Azad University , Rasht , Iran 1- Introduction 2- Theoretical Framewo. 58, 472–478.*
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2603_7
- Heryani, I. I. P., Simanjuntak, M., & Maulana, A. (2020). Perilaku Penggunaan Internet Banking Sebagai Alat Transaksi Finansial. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 6. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17358/jabm.6.1.86>
- Ichsanti, I. (2017). Pengertian Variabel Independen, Dependen, Moderating, serta Intervening [Lengkap]. In *akuntansilengkap.com*.
- Indah, D. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 545–554.
- Jatmiko, L. D. (2020). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet*. [Www.Bisnis.Com](http://www.Bisnis.Com).
- Kadek, N., Diah Pratiwi, P., & Sukarnasih, D. M. (2020). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Masyarakat Denpasar Selatan. *TIERS Information Technology Journal*, 1(2), 26–33. <http://journal.undiknas.ac.id/>
- Khoirunnisa, E. (2017). Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan (TRUST) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. *IAIN Salatiga*.
- Mayasari, S. (2021). *Transaksi perbankan melalui digital banking terus meningkat di tengah pandemi*. Kontan.Co.Id.
- Munajim, A. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Pada Produk Perbankan Syariah. *Syntax Idea*, 2(1), 1–10.
- Nugroho, W., & Soliha, E. (2018). E-Banking, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Bank Sinarmas KCP Sultan Agung Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 25(2).
- Palupi, A. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada UMKM Di Kecamatan Beji Dan Sukmajaya Kota Depok*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Pinontoan, W. (2013). Pengaruh e-banking, kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado. *Emba*, 1(4).
- Purnami, R. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Dan Kerahasiaan, Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Layanan E-Banking Bank Mandiri Di Surabaya. *Doctoral Dissertation, STIE Perbanas Surabaya*.
- Rahmah, Y N. (2018). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Daerah Istimewa In *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. core.ac.uk. <https://core.ac.uk/download/pdf/185259188.pdf>

- Rahmah, Yuslia Naili. (2020). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Masyarakat Denpasar Selatan. *TIERS Information Technology Journal*, 1(2), 26–33.
<https://core.ac.uk/download/pdf/185259188.pdf>
- Riski, D. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kompetensi Individu Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Syariah (Studi Pada Masyarakat Pesisir Di Kota Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Romadon, A. S., & Nurhapsari, R. (2020). Pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan e-banking pada BNI 46 kc Karangayu Semarang dengan minat nasabah dan kepercayaan sebagai variabel mediasi. *Solusi*, 18(4).
<https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2847>
- Salem, M. Z., Baidoun, S., & Walsh, G. (2019). Factors affecting Palestinian customers' use of online banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2).
<https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0210>
- Setiawan, D. (2018). *Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on Culture*. 4(1), 62–72.
- Sholeh, B. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang. *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 57.
<https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p57-67.4306>
- Usman, O., Monoarfa, T. A., & Marsofiyati. (2020). E-banking and mobile banking effects on customer satisfaction. *Accounting*, 6(6).
<https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.7.006>
- Utami, R. M. P. (2020). Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Bank BNI Syariah KCP Cilacap. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Wahyuningsih, S. A. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. 1–105.
- Yanti, W. I. P. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–10.
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75.
<https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>