



## PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING BCA, BNI, BRI

Krissandi Tunggal Pradini<sup>1</sup> Susanti<sup>2</sup>

### Article history:

Submitted: 27 April 2021

Revised: 31 Mei 2021

Accepted: 15 Juni 2021

### Keywords:

Digital Literacy;

Ease of Use;

Financial Literacy;

Use of Mobile Banking;

### Kata Kunci:

Literasi Digital;

Kemudahan Penggunaan;

Literasi Keuangan;

Penggunaan Mobile Banking;

### Koresponding:

Fakultas Ekonomika dan

Bisnis Universitas Negeri

Surabaya, Jawa Timur,

Indonesia

Email:

[krissandi.17080304094@mhs.](mailto:krissandi.17080304094@mhs.unesa.ac.id)

[unesa.ac.id](mailto:krissandi.17080304094@mhs.unesa.ac.id)

### Abstract

*The rapid development of technology makes changes in life, one of which is the activity in making transactions, namely by using mobile banking. Mobile Banking is a type of service facility to perform transactions through smartphones. The purpose of this study is to find out the influence of financial literacy, digital literacy and ease of use affect the use of mobile banking BCA, BNI, BRI . This type of research is descriptive quantitative research. The research population is students of Accounting Education Surabaya State University. The research sample uses purpose samples with active student criteria and has mobile banking BCA, BNI and BRI. Data collection using tests and questionnaires in googleform with multiple linear analysis. The results of this study show that (1) Financial Literacy partially has no significant effect on the use of mobile banking. (2) Digital literacy has no partial significant effect on the use of mobile banking. (3) Partial ease of use has a significant effect on the use of mobile banking. and (4) Financial Literacy, Digital Literacy and Ease of Use simultaneously have a significant impact on the use of mobile banking.*

### Abstrak

Perkembangan teknologi yang cukup pesat membuat perubahan dalam kehidupan salah satunya kegiatan dalam melakukan transaksi yaitu dengan menggunakan *mobile banking*. *Mobile Banking* adalah jenis fasilitas layanan untuk melakukan transaksi melalui *smartphone*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* BCA, BNI, BRI. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian yaitu mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya. Sampel penelitian menggunakan *purpose sampel* dengan kriteria mahasiswa aktif dan memiliki salah satu jenis *mobile banking* BCA, BNI dan BRI. Pengumpulan data menggunakan tes dan kuesioner di *googleform* dengan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Literasi Keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*. (2) Literasi Digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*. (3) Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*. dan (4) Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*.

## PENDAHULUAN

Pada era masa globalisasi sekarang, suatu teknologi informasi menjadi cukup dominan yang sulit untuk dipisahkan dalam sektor kehidupan. Jumlah pengguna *smartphone* versi android dan ios semakin meningkat pesat yang diiringi pula dengan tingginya jumlah pengguna internet di dunia. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2020 total keseluruhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa (APJII, 2020). Dengan adanya teknologi, kemudahan di berbagai sektor kehidupan termasuk dunia pembisnis. Para pelaku bisnis dituntut menciptakan hal baru dalam strategi persaingan pasar, setiap perusahaan berlomba untuk menciptakan produk dengan kualitas yang ekonomis, efektif, cepat, tepat dan aman untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada masa sekarang maupun di masa depan.

Perkembangan bisnis financial technology (*fintech*) ikut berpengaruh salah satunya dalam sektor keuangan digital yang telah membuat sistem pembayaran dari tunai mulai beralih menjadi pembayaran secara non tunai yang lebih praktis, efektif, efisien dan simple. Hal ini dapat dilihat di berbagai jenis aplikasi yang ada di *mobile* atau telepon seluler. Kemudahan ini mendukung suatu aktivitas termasuk dalam melakukan transaksi. Alat transaksi yang dihasilkan pada era digital masa sekarang yaitu uang digital sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 dan No. 16/8/PBI/2014 tentang pengurangan peredaran uang tunai sebagai bentuk dukungan terhadap program Bank Indonesia. Menurut Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2020a) uang elektronik merupakan alat transaksi yang berbentuk elektronik yang tersimpan dalam perangkat elektronik yang digunakan dalam kegiatan transaksi. Uang elektronik menjadi bentuk pembayaran alternatif untuk memudahkan para pengguna untuk melakukan transaksi dengan cepat. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan peningkatan jumlah uang digital di Indonesia pada tahun 2015-2020 menurut Bank Indonesia:

**Tabel 1.**  
**Jumlah Peredaran dan Transaksi Uang Elektronik di Indonesia 2015-2020**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Peredaran Uang Elektronik	Volume Transaksi Uang Elektronik
1.	2015	Desember	34.314.795	41.606.578
2.	2016	Desember	51.204.580	79.228.422
3.	2017	Desember	90.003.848	163.301.280
4.	2018	Desember	167.205.578	310.719.605
5.	2019	Desember	292.299.320	406.322.079
6.	2020	November	420.412.942	515.195.069

Sumber: (Bank Indonesia, 2020c, 2020d )

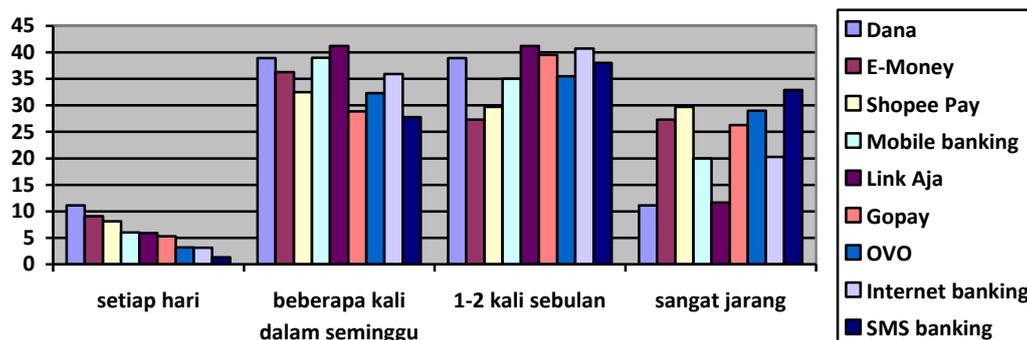
Berdasarkan data terbaru dari Bank Indonesia (BI), rata-rata nilai transaksi uang elektronik di Indonesia selama periode Januari-Juli 2020 meningkat menjadi 59% atau 16,7 triliun dibandingkan dengan rata-rata transaksi pada periode tahun lalu dengan peredaran yang sama sebesar 9,9 triliun. Nilai transaksi tertinggi terjadi pada bulan April 2020 sebesar 17,5 triliun (Bank Indonesia, 2020b).

Pemanfaatan teknologi dalam dunia perbankan mulai menciptakan sistem aplikasi yang digunakan untuk membantu menjalankan operasional layanan sehari-hari. Diterapkannya teknologi informasi tersebut diharapkan mampu memberikan inovasi baru serta keunggulan-keunggulan komparatif dalam dunia perbankan yang memiliki tujuan untuk membantu pemutar dana milik masyarakat dan menciptakan layanan bidang perbankan yang lebih inovatif serta kelembagaan keuangan negara sesuai dengan perkembangan zaman. Tidak hanya itu, slogan dalam pelayanan yang aman, terpercaya dan memberikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di masa sekarang yang mulai

berkembang sejalan dengan teknologi informasi yang tren saat ini. Salah satu bentuk layanannya merupakan *mobile banking*.

*Mobile banking* adalah salah satu layanan atau fasilitas yang ditawarkan oleh pihak bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi yang lebih memudahkan melalui *smartphone* dengan cara mengunduh dan mengintalnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Dengan adanya layanan *mobile banking* akan membantu dan memudahkan nasabah, bank dan juga otoritas. Dari pihak nasabah, *mobile banking* mempermudah melakukan transaksi, cukup melalui *smartphone* yang telah terhubung dengan internet maka layanan akan dapat diakses selama 24 jam dengan begitu nasabah tidak perlu lagi datang dan mengantri di kantor untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi. Hal ini akan membuat penghematan waktu, biaya dan tempat. Segi pihak bank, *mobile banking* mampu menekan biaya operasional kantor jika dibandingkan dengan melakukan pelayanan secara langsung dengan nasabah dan peningkatan pendapatan berbasis komisi (*fee based income*) dan segi pihak otoritas mewujudkan transaksi menggunakan uang elektronik sesuai dengan gaya hidup masyarakat masa sekarang atau disebut dengan *less cash society*. Hal ini akan menyebabkan perputaran aktivitas perekonomian yang cepat dan stabilitas sistem keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Metode transaksi secara online kini telah hidup secara perdampungan dengan kehidupan masyarakat masa sekarang. Penggunaan dompet digital mampu menaik para nasabah untuk menggunakannya setiap harinya. Kondisi saat ini tercermin dalam hasil riset Katadata Insight Center (KIC) tahun 2020.



Sumber: Diolah Peneliti, 2021

**Gambar 1.**  
**Frekuensi Penggunaan Layanan Perbankan Digital**

Menurut data survey Katadata Insight Center (KIC) tahun 2020 menyatakan bahwa *mobile banking* menduduki peringkat empat dengan hasil survey nasabah mengakses setiap hari sebanyak 6%, beberapa kali dalam seminggu sebanyak 39%, satu hingga 2 kali dalam sebulan sebanyak 35% dan nasabah yang mengakses sangat jarang sebanyak 20% (Yosepha Pusparisa, 2020) dan didukung dengan penelitian (Fadlan & Dewantara, 2018) yang menyatakan persentase pengguna SMS/*Mobile Banking* pada tahun 2015 pengguna bank mandiri yang menggunakan *mobile banking* mencapai 6,6 juta, pengguna *mobile banking* BCA mencapai 5,2 juta, pengguna *mobile banking* BNI mencapai 3,25 juta dan pengguna *mobile banking* BRI mencapai 8,8 juta. Dalam segi transaksi *mobile banking* menjadi saluran perbankan yang cukup populer yang digunakan pada masa saat ini. Dengan fasilitas *mobile banking* yang diberikan bank kepada nasabahnya, setiap orang yang memiliki ponsel pintar atau *smartphone* akan lebih mudah untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun selama ponsel

pintar yang digunakan tersambung dengan internet. Manfaat lain tentunya akan dapat memanage waktu terutama dalam kehidupan sehari-hari seorang pembisnis tidak memiliki waktu yang cukup lama untuk melakukan transaksi maka cukup melalui ponsel genggamnya.

Seiring berkembang teknologi, bank semakin maju untuk memanjakan nasabahnya salah satunya dengan menciptakan aplikasi *Mobile Banking (M-Banking)* untuk menyediakan alternatif layanan perbankan selain datang ke kantor cabang dan ATM dalam memenuhi kebutuhan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan. Menurut Bank Indonesia (BI) dalam penelitian Hadi & Novi (2015) *Mobile Banking (M-banking)* adalah suatu layanan untuk melakukan sebuah transaksi keuangan dengan bantuan perangkat *mobile* yang telah terhubung dengan internet dan sumber dana berasal dari tabungan nasabah bank yang bersangkutan. Penawaran layanan *mobile banking (M-Banking)* kepada para nasabah bertujuan untuk mendukung kelancaran aktivitas dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Layanan yang berikan bank bersifat personal, dapat menyesuaikan dengan karakteristik nasabahnya. Pada masa sekarang, *mobile banking* merupakan *financial service provider (FSP)* yang artinya revolusi langkah awal bank. Sebagai FSP, bank berfungsi manajemen keuangan para nasabahnya termasuk dalam hal pembayaran tagihan listrik, asuransi hingga perencanaan dana pensiun masa tua. Hal tersebut membuat fungsi dari suatu bank bukan sekedar tempat penyimpanan uang saja ataupun tempat penyaluran dana masyarakat. Menurut pendapat Lovelock & Gummesson (2004) kualitas layanan *mobile banking (m-banking)* dibagi menjadi empat bagian yaitu pertama, *speed* adalah suatu kecepatan serta kemudahan untuk melakukan pengoperasian layanan *mobile banking*. Kedua, *security* adalah jaminan kerahasiaan oleh bank dalam melakukan layanan *mobile banking*. Ketiga, *accuracy* adalah suatu ketepatan dan keakuratan dalam memberikan informasi melalui *mobile banking*. Dan terakhir *trust* adalah kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dapat menjalankan operasi layanan *mobile banking*.

Menurut Bank Sentral (2021), *mobile banking* tak ada berbeda pada SMS banking yang sama-sama dijalankan lewat *smartphone*. Perbedaan hanya bila SMS banking digunakan metode SMS yang menggunakan pulsa sedangkan *mobile banking* digunakan melalui aplikasi yang harus diinstal pada *smartphone* dan dijalankan menggunakan internet. Berikut ini beberapa kelebihan pada *mobile banking*: (1) Layanan dapat akses 24 jam, pengguna *mobile banking* dapat mengakses 24 jam dalam melakukan transaksi kapan saja, dimana saja bahkan tengah malam. (2) Bisa menyimpan data transfer, penyediaan fitur menyimpan nomor rekening tujuan untuk memudahkan pengguna melakukan transaksi ulang dengan rekening yang sama. (3) Mudah digunakan, *mobile banking* didesain sederhana untuk memudahkan nasabah dengan sistem yang mudah diatur dengan fitur mudah untuk dipahami dan rinci. (4) Dapat mengetahui informasi produk terbaru pada bank terkait. (5) Transaksi lebih aman, *aplikasi mobile banking* menggunakan penerapan sistem kode akses untuk masuk pada akun rekening dan memasukkan PIN untuk melakukan transaksi. Kelemahan dari penggunaan *mobile banking* merupakan terdapat beberapa bank yang tidak bisa melakukan tarik tunai secara langsung dan mewajibkan memasukkan PIN yang telah diverifikasi melalui ke nomor hp yang terdaftar. Menurut Bank Sentral (2021), kelemahan lain dari penggunaan *mobile banking* yang akan kali terjadi pada pengguna yaitu berupa ketersediaan jaringan seluler operator. Dimana untuk mengakses *mobile banking* harus tersedianya internet yang ada di *smartphone* pengguna. Indikator dalam variabel penggunaan *mobile banking* menurut menurut (Afifah, 2017) (a) Pemakaian nyata (*actual usage*), (b) Frekuensi penggunaan, dan (c) Kepuasan penggunaan.

Perkembangan dimana konsep literasi tidak identik dengan kemelekan huruf, namun juga terhadap suatu teknologi dan bidang keuangan. Literasi keuangan berkaitan dengan keahlian seseorang dalam mengelola keuangan. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang cukup tinggi akan menimbulkan keahlian dan kemampuan pada diri seseorang tersebut untuk dapat memanfaatkan

sumber daya yang ada. Menurut pendapat Lusardi & Mitchell (2014) menyatakan literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan proses informasi ekonomi untuk membuat suatu keputusan tentang rencana keuangan, akumulasi kekayaan, hutang dan pensiun. Chen dan Volpe, 1998 dalam (Yushita, 2017) juga mendefinisikan bahwa pengetahuan atas pengelolaan keuangan dalam rangka pengambilan keputusan yang terkait dengan keuangan. Indikator dalam penelitian ini menurut Chen dan Volpe, 1998 dalam (Yushita, 2017) terdiri atas Pertama, pengetahuan umum keuangan pribadi; Kedua, Tabungan dan Pinjaman; Ketiga, asuransi; dan terakhir Investasi. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Ramdani, 2020) dan (Awalina, 2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh yang begitu positif, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dwiningsih, 2020) yang menghasilkan literasi keuangan secara langsung tidak berpengaruh. Berdasarkan perbedaan pendapat hasil penelitian-penelitian, maka penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hipotesis yang diciptakan penelitian ini yaitu : H1: Literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Pengetahuan digital seseorang tetap harus lebih diasah, terutama dalam hal menerima atau menolak, mengevaluasi, menemukan, suatu informasi yang didapat. Menurut Mohammadyari & Singh (2015) literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam pemahaman, penganalisisan, penilaian, pengaturan serta pengevaluasian suatu informasi yang didapat dengan bantuan alat bantu teknologi digital. Dengan memiliki literasi digital, seseorang dapat mengetahui suatu teknologi dan memahami bagaimana cara mengoperasikannya serta sadar yang akan ditimbulkan. Tetapi dengan kemampuan literasi digital komunikasi dengan orang lain akan terasa lebih mudah, lebih efektif dan peningkatan produktivitas terutama pada seseorang yang memiliki tingkat kemampuan dan keterampilan yang sama. Seseorang yang memiliki literasi digital yang tinggi akan dapat lebih memanfaatkan teknologi, menggunakan dan memahami konten digital secara benar dan tepat. Indikator penelitian ini dari variabel literasi digital yang sesuai yaitu menurut (Gilster, 1997) yaitu : (a) Pencarian di internet; (b) panduan arah; (c) Evaluasi konten informasi; (d) Penyusunan pengetahuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Dwiningsih, 2020) serta (Vebiana, 2018) yang membuktikan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan meningkat kinerja perbankan, berbeda dengan penelitian (Susilawaty & Nicola, 2020) yang menunjukkan bahwa layanan perbankan digital tidak berpengaruh positif signifikan. H2: Literasi digital secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

*Theory of Reasoned Action* yang diadaptasi dari teori TAM yang dikenalkan dengan Ajzen dan Fisbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh (Davis, 1989) yang mengungkapkan *perceived usefulness* (persepsi kemudahan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) mempengaruhi *attitude toward using* terhadap penggunaan suatu teknologi. Menurut Davis (1989) dalam Ramadhan & Herianingrum (2017) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model untuk melihat diterima atau tidaknya penggunaan teknologi komputer, yang mana penggunaannya ditentukan oleh minat perilaku. Minat perilaku ditentukan oleh sikap terhadap perilaku masing-masing individu dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan. Model TAM dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan komputer dengan landasan atas kepercayaan, sikap, keinginan, dan hubungan perilaku sikap. Persepsi terhadap kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi akan dapat berpengaruh terhadap sikap pribadi seseorang dalam menggunakan teknologi itu sendiri yang akan menentukan seorang individu tertarik dalam menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, selama individu merasa suatu teknologi akan memudahkan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya, ia akan tertarik untuk menggunakannya.

Kemudahan penggunaan komponen utama dari teori TAM. Kemudahan penggunaan merupakan dimana seseorang yakin bahwa dalam menggunakan atau menjalankan suatu sistem

tertentu akan jauh lebih mudah dan saat melakukannya tidak perlunya usaha yang keras (Huan et al., 1996). Menurut Cudjoe, Anim, & Tetteh Nyanyofio (2015) seseorang menganggap suatu sistem teknologi yang mudah untuk digunakan dalam melakukan pengoperasian atau menjalankan sistem tersebut bebas dari penggunaan fisik dan mental seseorang, maka orang tersebut akan menggunakannya secara terus-menerus. Berdasarkan penjabaran di atas, maka peneliti menggunakan indikator menurut (Venkatesh & Davis, 2000) yaitu (a) mudah dipelajari (b) efisien waktu (c) fleksibel, dan (d) mudah digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, Sabri, & Winata, 2018; Kristianti & Pambudi, 2017; Ramadhan & Herianingrum, 2017; Sigar, 2016) membuktikan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Awalina, 2018) membuktikan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh positif signifikan. Berdasarkan landasan teori bahwa kemudahan penggunaan diharapkan dapat memiliki pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut: H3: Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Suatu produk yang di ciptakan dalam bentuk aplikasi terdapat kemudahan seseorang dalam penggunaan. Banyak masyarakat memutuskan untuk lebih memilih hal yang simpel dan praktis dalam melakukan sesuatu. Dengan kemudahan tersebut maka seseorang berpikir bagaimana cara untuk lebih dapat meningkatkan pengetahuan dan pengelolaan agar dapat mengikuti gaya hidup dan tren pada saat ini. Dengan kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan *mobile banking*, maka membuat seseorang juga harus pandai dalam pengelolaan keuangannya dan pengetahuan tentang digital, dengan begitu dalam menjalankan suatu sistem dengan inovasi terbaru akan membuat seseorang mengalami kemudahan. H4: Literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

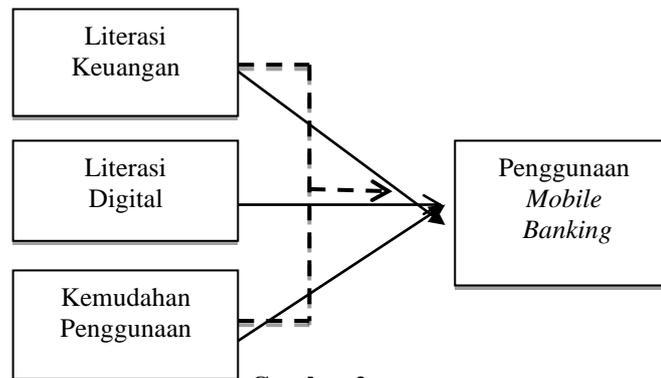
Dari uraian masalah, fenomena dan penjabaran teori maupun pendapat. Tujuan atas adanya penelitian ini ialah untuk menganalisis adanya pengaruh dari variabel independen yaitu Literasi Keuangan ( $X_1$ ); Literasi Digital ( $X_2$ ) dan Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ ) secara simultan dan parsial terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan *Mobile Banking* (Y) BCA, BNI, BRI

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme* yang berupa angka untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2017). Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya angkatan 2017-2019 dengan jumlah 220 mahasiswa. Digunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan sampel dengan kriteria mahasiswa yang aktif di perkuliahan dan mahasiswa yang telah memiliki salah satu dari *mobile banking* BCA, BNI ataupun BRI berjumlah 72 orang.

Teknik pengambilan data dengan menggunakan tes dan kuesioner. Dalam hal ini tes dilakukan untuk mengukur besar pengaruh literasi keuangan dan literasi digital, sedangkan kuesioner digunakan untuk mengukur besar pengaruh kemudahan penggunaan dan penggunaan *mobile banking*. Instrumen penelitian yakni terdiri dari 20 pertanyaan pada variabel literasi keuangan, 20 pertanyaan pada variabel literasi digital, 10 pernyataan pada variabel kemudahan penggunaan dan 10 pernyataan pada variabel penggunaan *mobile banking*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah kala guttman dan skala *liker*. Skala guttman digunakan pada variabel literasi keuangan dan variabel literasi digital dengan skor yaitu 1= benar dan 0= salah. Untuk penilaian pada variabel independen kemudahan penggunaan dan penggunaan *mobile banking* menggunakan skala *likert* menurut

(Sugiyono, 2017) terdapat skor jawaban: Sangat setuju; Setuju; Netral/Ragu-Ragu; Tidak setuju; dan Sangat tidak setuju. Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *SPSS 25*. Adapun penggunaan tekniknya dalam pengujian dan penganalisisan data memakai Uji validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik dan Analisis data. Dari hasil penyebaran tes dan kuesioner yang telah diolah maka diperoleh hasil dengan sampel yang ditentukan.



**Gambar 2.**  
**Rancangan Penelitian**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penyebaran tes dan kuesioner, ada 72 responden yang telah mengisi dan memenuhi kriteria. Data yang diperoleh berupa kategori responden dan analisis data terkait pengaruh literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking*.

**Tabel 2.**  
**Kategori Responden**

Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	10 anak	13,7%
Perempuan	62 anak	86,3%
Penggunaan <i>Mobile Bankig</i>		
BCA	27 anak	37,5%
BNI	17 anak	23,6%
BRI	28 anak	38,9%

*Sumber* : Diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa karakteristik pertama responden didominasi oleh perempuan dengan total presentase 86,3% dibandingkan dengan laki-laki hanya 13,7%. Karakteristik kedua adanya mahasiswa yang memiliki *mobile banking* terbanyak yaitu pengguna *mobile banking* BRI dengan presentasi 38,9%, peringkat kedua BCA sebesar 37,5% dan terakhir pengguna *mobile banking* BNI sebesar 23,6%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan pada menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi sehari-hari karena banyak dari *e-commers*

dan pusat pembelanjaan mulai beralih menggunakan pembayaran non tunai. Banyak kemudahan yang didapat membuat banyak masyarakat terutama mahasiswa yang mulai menggunakannya.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menentukan hipotesis yang telah dirumuskan diterima ataupun ditolak. Hasil analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dari Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil uji analisis data menunjukkan bahwa sebagai berikut:

**Tabel 3.**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Model	Koefisien Regresi	Std. Error
Constant	1,072	4,695
Literasi Keuangan (X <sub>1</sub> )	-2,44	0,154
Literasi Digital (X <sub>2</sub> )	0,110	0,193
Kemudahan Penggunaan (X <sub>3</sub> )	0,929	0,0925

Sumber : diolah peneliti, 2021

Berdasarkan hasil data pada Tabel 3, maka didapat persamaan analisis linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = 1,072 + -2,44X_1 + 0,110X_2 + 0,929X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Penggunaan *Mobile Banking* BCA, BNI, BRI

X<sub>1</sub> = Literasi Keuangan

X<sub>2</sub> = Literasi Digital

X<sub>3</sub> = Kemudahan Penggunaan

Dapat dilihat hasil analisis regresi berganda memperlihatkan jumlah nilai konstanta yang diperoleh adalah 1,072 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel independen (Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan). Bila variabel independen tinggi ataupun berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel dependen (Penggunaan *Mobile Banking*) akan tinggi pula atau terpenuhi. Nilai koefisien regresi pada variabel Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>) sebesar -2,44 memiliki nilai negatif yang berarti bahwa jika variabel Literasi keuangan yang semakin rendah maka penggunaan *mobile banking* semakin rendah. Nilai koefisien regresi pada variabel Literasi Digital (X<sub>2</sub>) besarnya 0,110 memiliki nilai positif yang artinya jika variabel Literasi Digital makin tinggi maka penggunaan *mobile banking* akan semakin meningkat atau tinggi. Nilai koefisien regresi pada variabel Kemudahan Penggunaan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,929 dan memiliki nilai positif bermakna jika variabel kemudahan penggunaan makin tinggi maka penggunaan *mobile banking* akan semakin meningkat.

Dalam model regresi dikatakan model yang baik bila mana model tersebut bebas dari asumsi klasik statistik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kelayakan model seperti uji multikolinearitas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu residual model regresi berdistribusi normal ataupun tidak, dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* dan jika koefisien *Asymp. Sig (2-tailed) > level of significant* (lebih besar dari 0,05), maka dapat dikatakan berdistribusi normal.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,072

*Sumber:* diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4 nilai *Kolmogrov-Smirov* dengan nilai sig dari Unstandardized Residual  $0,072 > 0,05$  sehingga nilai residualnya dinyatakan memiliki distribusi normal datanya. Uji kedua yaitu uji multikolinieritas yang digunakan untuk menguji model regresi berganda yang ditemukan dengan adanya korelasi antar variabel bebas dari adanya gejala multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Hasil analisis uji multikolinieritas disajikan pada tabel 5.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan ( $X_1$ )	0,750	1,334
Literasi Digital ( $X_2$ )	0,760	1,316
Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ )	0,984	1,016

*Sumber:* diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 5. pada variabel Literasi Keuangan ( $X_1$ ), Literasi Digital ( $X_2$ ), Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ ) dan Penggunaan *Mobile Banking* (Y) mempunyai nilai  $> 0,01$  dan untuk nilai VIF pada variabel bebas Literasi Keuangan ( $X_1$ ) sebesar  $1,334 < 10$ , variabel Literasi Digital ( $X_2$ ) sebesar  $1,316 < 10$  dan terakhir pada variabel Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ ) memperoleh nilai VIF sebesar  $1,016$  atau berarti  $< 10$  yang menyatakan yakni tidak adanya gejala multikolinieritas.

Uji ketiga yaitu uji heteroskedastis bertujuan untuk menguji dalam model regresi adanya ketidaksamaan antara *variance* dan residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Apabila tingkat signifikan masing-masing pada variabel bebas lebih besar dari  $0,05$ , maka pada model regresi tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastis. Hasil heteroskedastis yang disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Heteroskedastis**

Model	T	Sig.
Literasi Keuangan ( $X_1$ )	-1,585	0,118
Literasi Digital ( $X_2$ )	0,571	0,570
Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ )	9,748	0,000

*Sumber:* diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 6. uji heteroskedastisitas diperoleh nilai Sig dengan variabel Literasi Keuangan ( $X_1$ ) sebesar  $0,118 > 0,05$  dan variabel Literasi Digital ( $X_2$ ) sebesar  $0,570 > 0,05$  menyatakan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Literasi Digital tak adanya gejala heteroskedastisitas. Berbeda dengan variabel Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa pada variabel tersebut adanya gejala heteroskedastisitas.

Pada uji ( $R^2$ ) atau *R Square*, yang menjelaskan bahwa ukuran kesesuaian regresi yaitu pada variabel independen yang mampu menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) sebagai berikut:

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Analisis Determinan**

R	R Square	Adjusted R squares
0,764	0,584	0,565

Sumber: diolah peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel 4 nilai koefisien determinasinya atau *Adjusted R Square* pada uji determinan sebesar 0,584 bermakna kontribusi dari variabel bebasnya yaitu Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh pada Penggunaan *Mobile Banking* sebesar 58,4% sedangkan 41,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Variabel	T	Sig.
Constant	0,228	0,820
Literasi Keuangan ( $X_1$ )	-1,585	0,118
Literasi Digital ( $X_2$ )	0,571	0,570
Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ )	9,748	0,000

Sumber: diolah peneliti, 2021

Berdasarkan hasil data uji parsial (uji t) pada variabel literasi keuangan ( $X_1$ ) sebesar  $1,585 < 1,667$  dan mendapatkan nilai signifikannya sebesar  $0,118 > 0,05$  maka variabel literasi keuangan tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini memungkinkan kurangnya edukasi dalam pelaksanaan peningkatan pemahaman keuangan di masyarakat. Dengan diiringi pesatnya perekonomian dan kemajuan teknologi pada masa sekarang juga perlunya pengetahuan keuangan yang lebih dalam. Dalam hal ini literasi keuangan sangat berpengaruh pula dengan suatu kesejahteraan seseorang. Pengetahuan dan pengelolaan keuangan sangat penting untuk kehidupan sehari-harinya. Dengan didukung kemudahan dalam pengelolaan keuangan, maka dapat meningkatkan pengelolaan yang baik untuk kesejahteraan individual. Tetapi tidak dengan kenyataan, banyak masyarakat yang lebih memudahkan keuangan tanpa mengontrol pengeluaran keuangan dan berakir seorang individu tidak dapat mengendalikan keuangannya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu (Dwiningsih, 2020) yang menyatakan bahwasanya pada variabel literasi keuangan secara langsung tidak berpengaruh pada partisipasi perbankan. Hal ini disebabkan banyak masyarakat terutama mahasiswa yang minim akan pengetahuan tentang keuangan. menganggap dengan adanya kemudahan yang diberikan membuat rasa ingin melakukan transaksi semakin tinggi tanpa disadari

lemahnya pengelolaan keuangan secara pribadi. Banyak mahasiswa yang mudah tergiur dengan keadaan yang membuat literasi keuangan yang kurang.

Menurut pada hasil dari uji parsial (uji t) pada variabel literasi digital (X2) sebesar  $0,571 < 1,667$  dan mendapatkan nilai signifikasinya sebesar  $0,570 < 0,05$  artinya variabel literasi digital tidak berpengaruh positif signifikan pada penggunaan *mobile banking*. Hasil dari penelitian ini sejalan pada penelitian sebelumnya yaitu (Susilawaty & Nicola, 2020) variabel literasi digital yang membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh positif signifikan terhadap digital banking. Semakin baik kualitas literasi digital seseorang akan mempermudah seseorang untuk menggali dan penggunaan informasi yang serba digital pada saat ini, tetapi berbeda dengan penelitian ini yang membuktikan dan menunjukkan bahwa banyak seseorang hanya ingin mencoba tanpa harus mempelajari informasi yang didapatnya. Banyak nasabah yang masih suka berinteraksi langsung di teller atau *customer servis* secara langsung.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel kemudahan penggunaan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada variabel kemudahan sebesar  $9,748 > 1,667$  dan mendapatkan nilai signifikasinya sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dinyatakan pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Uji tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dalam *mobile banking* bersifat efektif, efisien dan aman untuk digunakan. Selain itu dari segi kemampuan melakukan transaksi *mobile banking* memudahkan penggunanya untuk melakukan pembayaran karena tidak perlu membawa uang tunai terlalu banyak. Dari segi kemudahan operasional, pengguna dapat mudah untuk melakukan pengoperasional tanpa belajar dengan waktu yang cukup lama. Dari segi efisien waktu, dengan mudah dan cepat melakukan pembayaran ataupun transaksi hanya melalui *smarthone* mereka. Khususnya untuk mahasiswa Universitas Negei Surabaya, *mobile banking* banyak memberikan kemudahan pada kegiatan sehari-hari seperti mengecek transfer dari orang tua untuk anak perantauan. Pembelian pulsa, paket data. Pengisian saldo untuk melakukan belanja melalui *ecommerce* karena memudahkan dan murah dibandingkan dengan membeliproduk secara *offline*.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dari (Davis, 1989; Ramadhan & Herianingrum, 2017) dimana seseorang mampu menerima persepsi terhadap kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi. Penelitian ini juga selinear dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2018; Kristianti & Pambudi, 2017; Ramadhan & Herianingrum, 2017) yang mengatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dan juga pada penelitian (Sigar, 2016) yang membuktikan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan pada *use electronic money*.

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	F	Sig
<i>Regression</i>	31,765	0,000

Sumber : diolah peneliti, 2021

Berdasarkan Uji Simultan (Uji F) terhadap Tabel 8 menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  pada Uji F sebesar 31,765 memiliki nilai besarnya lebih dari  $F_{tabel}$  dengan angka yaitu 3,13 dan nilai signifikannya sebesar 0,000 yang bernilai lebih kecil daripada 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_4$  dapat diterima, berarti secara simultan untuk variabel Literasi keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Karena semua hal yang telah ditawarkan oleh bank dengan menciptakan *Mobile Banking* baik berupa kemudahan

penggunaan secara tidak langsung memunculkan rasa ingin menggunakan dari seorang konsumen. Perilaku tersebut dapat dilihat dari terlibatnya penggunaan *Mobile Banking* dalam kehidupan sehari-hari untuk melakukan transaksi, pembayaran dan lain sebagainya. Hal ini dapat dilihat pula dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya sebagian besar telah menginstal dan menggunakan *mobile banking* di ponsel pintarnya dalam menunjang kegiatan sehari-hari. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Marisa, 2020) yang membuktikan bahwa literasi keuangan, promosi uang elektronik dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh yang signifikan pada keputusan penggunaan uang elektronik.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada analisis hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwasannya banyak mahasiswa yang mulai beralih pembayaran menggunakan *mobile banking*. Selain itu, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Begitu pula dengan literasi digital secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Sedangkan kemudahan penggunaan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Dan untuk uji simultan mendapatkan hasil  $31,765 > 3,13$  memiliki nilai signifikan  $< 0,05$  yang artinya literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Dari penelitian yang telah disimpulkan dapat diberikan saran beberapa hal yaitu bagi mahasiswa perlu memperdalam ilmu tentang keuangan dan digital dari berbagai sumber sehingga dapat meningkatkan penggunaan teknologi yang sedang tren untuk saat ini dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang telah ada atau bisa menambah variabel bebas lainnya serta memperluas ruang lingkup penelitian untuk melihat faktor yang mempengaruhi.

## REFERENSI

- Afifah, R. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. 1–182.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei>
- Awalina, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Bank Indonesia. (2020a). Apa itu Uang Elektronik. Retrieved January 1, 2020, from Bank Indonesia website: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Bank Indonesia. (2020b). Berapa Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Selama Pandemi? Nilai Transaksi Uang Elektronik (Agustus 2019 - Juli 2020). Retrieved January 1, 2021, from databoks. website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/28/berapa-nilai-transaksi-uang-elektronik-di-indonesia-selama-pandemi>
- Bank Indonesia. (2020c). Statistik Sistem Pembayaran (SPP) Jumlah Uang Elektronik Beredar. Retrieved January 1, 2021, from Bank Indonesia website: <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>
- Bank Indonesia. (2020d). Statistik Sistem Pembayaran (SPP) Transaksi Uang Elektronik. Retrieved January 1, 2021, from Bank Indonesia website: <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>
- Bank Sentral. (2021). Kelebihan dan Kekurangan ATM, SMS Banking, Mobile Banking, dan Internet Banking.

---

*Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pelanggan Mobile Banking BCA, BNI, BRI  
Krissandi Tunggal Pradini dan Susanti*

- Retrieved November 7, 2020, from Bank Sentral website: <https://banksentral.com/kelebihan-dan-kekurangan-atm-sms-banking-mobile-banking-dan-internet-banking/#h-3-kelebihan-dan-kekurangan-mobile-banking-m-banking>
- Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Tetteh Nyanyofio, J. G. N. (2015). Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited. *Journal of Computer and Communications*, 03(02), 1–19. <https://doi.org/10.4236/jcc.2015.32001>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*.
- Dewi, S., Sabri, S., & Winata, V. P. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 2(2), 203-234. <https://doi.org/10.30983/es.v2i2.723>
- Dwiningsih, Y. W. (2020). Literasi Keuangan, Literasi Layanan Keuangan Digital Dan Partisipasi Perbankan Pada Siswa Sma Komplek Surabaya. Retrieved November 7, 2020, from <http://repository.unair.ac.id/98269/>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Huan, S. D., Yau, J. C., Tomiak, E., Goel, R., Cripps, C., Gertler, S. Z., ... Stewart, D. J. (1996). Hydroxyurea Did Not Enhance the Clinical Response to Vinblastine in Patients with Anthracycline-Resistant Metastatic Breast Cancer. *Tumori Journal*, 82(6), 576–578. <https://doi.org/10.1177/030089169608200612>
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67. <https://doi.org/10.25170/jara.v11i1.52>
- Lovelock, C., & Gummesson, E. (2004). Whither Services Marketing? *Journal of Service Research*, 7(1), 20–41. <https://doi.org/10.1177/1094670504266131>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Marisa, E. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *JPEKA Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 4.
- Mohammadyari, S., & Singh, H. (2015). Understanding the effect of e-learning on individual performance: The role of digital literacy. *Computers & Education*, 82, 11–25. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.10.025>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Bijak Ber-Electronic Banking. *Bijak Ber-Ebanking*, 1–325. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Bijak-Ber-eBanking.aspx>
- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 478. <https://doi.org/10.20473/vol4iss20176pp478-492>
- Ramdani, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of mouth Terhadap Minat Generasi Z pada Bank Syariah. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52986>
- Sigar, J. F. (2016). the Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment To Intention To Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 498–507. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13083>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Vebiana, V. (2018). Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan , dan Kinerja Keuangan Bank Syariah. *9th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 747–751. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/irwns.v9i0.1145>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

- Yosepha Pusparisa. (2020). Survei KIC: Dompot Digital Paling Banyak Digunakan Saban Hari. Retrieved January 1, 2021, from databoks. website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/28/survei-kic-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-saban-hari>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>