

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
LAYANAN *LIVIN' BY MANDIRI* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI
(KASUS DI YOGYAKARTA)**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

**Rivan
Mardhiwan
Pontoh**

1119 30838

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

TUGAS AKHIR

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL TERHADAP MINAT MENGUNAKAN LIVIN *BY* MANDIRI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (KASUS DI YOGYAKARTA)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RIVAN MARDHIWAN PONTOH

Nomor Induk Mahasiswa: 111930838

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 12 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Algifari, Drs., M.Si.

Penguji

Haryono Subiyakto, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 12 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



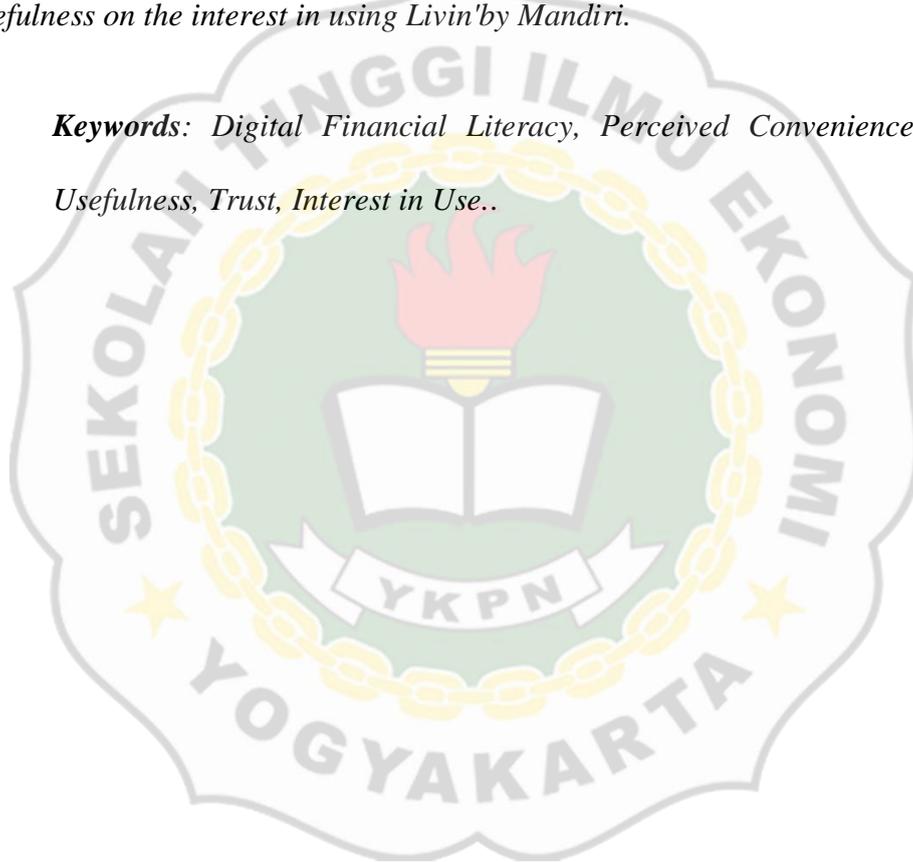
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Digital Financial Literacy on the interest to use Livin' by Mandiri by customer Bank Mandiri at Yogyakarta with trust as a mediating variable. Digital financial literacy in this study consists of perceived convenience and perceived usefulness. This study uses a quantitative method. The sample used in this study was 102 respondents using a nonrandom sampling technique. The model used to test the research hypothesis is the Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS). This study concludes that perceived convenience has a positive effect on interest in using Livin' by Mandiri. Perceived usefulness does not have a positive effect on interest in using Livin' by Mandiri. Perceived trust is able to mediate the effect of perceived convenience and perceived usefulness on the interest in using Livin'by Mandiri.

Keywords: *Digital Financial Literacy, Perceived Convenience, Perceived Usefulness, Trust, Interest in Use..*



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Saat ini banyak perusahaan di bidang keuangan yang memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usahanya yang salah satunya adalah Bank Mandiri. Bank Mandiri menggunakan teknologi modern berupa *Electronic Banking (E-Banking)* untuk memudahkan nasabah bertransaksi. Pada era digital saat ini informasi serta komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Teknologi digital telah berkembang menjadi bagian penting dalam industri keuangan.

Aplikasi bisnis berbasis internet telah muncul sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi, telekomunikasi, serta internet. *Mobile Banking* merupakan salah satu aplikasi yang mendapat perhatian. *Software* yang dikenal sebagai "*Mobile Banking*" digunakan untuk melakukan pemeriksaan saldo, pembayaran, dan transaksi seluler lainnya, seperti yang melibatkan *Smartphone*. Saat ini, *Mobile Banking* dapat diakses melalui SMS atau *Mobile internet* serta program untuk mengunduh aplikasi ke perangkat *Smartphone*.

Saat ini, perbankan Indonesia bersaing untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada nasabahnya.

Pelanggan tidak lagi harus antri panjang untuk melakukan Transaksi berkat kemajuan teknologi yang memudahkan mereka melakukannya dari lokasi mana pun dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini, yaitu dengan bertransaksi melalui *Mobile Banking* atau yang lebih dikenal *E-Banking*.

Literasi keuangan menjadi salah satu hal yang dapat memberi minat bagi masyarakat agar tidak hanya mengenali serta membantu memahami suatu lembaga jasa keuangan dan produknya. Literasi keuangan juga untuk dapat membantu mengarahkan sikap masyarakat dalam mengelola keuangan, sehingga dapat membantu mensejahterakan kehidupan masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) edukasi sangat penting untuk meningkatkan keuangan masyarakat karena menurut survei OJK tahun 2013, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia terbagi menjadi empat kategori, yakni:

1. *Well literate* (21,84%) yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga keuangan dan barang bantuan keuangan termasuk unsur-unsur: keuntungan, bahaya, keistimewaan, dan kewajiban yang berhubungan dengan barang dan jasa keuangan, serta memiliki kemampuan dalam menggunakan barang dan jasa keuangan.
2. *Sufficient literate* (75,69%) memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan layanan keuangan.
3. *Less literate* (2,06%) yang berarti hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
4. *Not literate* (0,41%) menunjukkan kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan produk dan layanan keuangan, serta pengetahuan dan kepercayaan terhadap penyedia layanan keuangan dan produk dan layanan keuangan.

Pemilihan bank Mandiri didasari oleh fakta tersebut *market leader* internet banking yang sedang banyak digunakan oleh orang banyak. Selain itu, judul penelitian digunakan untuk mencerminkan faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Livin' by Mandiri* adalah “Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Banking* Bank Mandiri dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Kasus di Yogyakarta)”.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

TAM (*Theory Acceptance Model*)

TAM yang dibuat khusus untuk acuan penerimaan pemakaian pada sistem informasi. Maksud pada TAM yaitu memberikan pengertian tentang penyebab penerimaan teknologi yang berwatak umum. Maksud pada TAM yaitu menyediakan kebenaran untuk menelusuri akibat penyebab eksternal pada keyakinan internal. TAM berpendapat bahwa ada dua variabel yang diyakini, pemakaian yang dialami dan kemudahan pemakaian yang dialami. Persepsi kegunaan (U) didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa calon pengguna menggunakan sistem aplikasi tertentu akan menambah kemampuan perusahaan. *Perceived ease of use* (EOU) mendefinisikan sebesar apa calon pelanggan menginginkan kemudahan dan tanpa usaha dari pelayanan tersebut (Davis et al., 1989).

Sejarah Keuangan Digital

Financial Technology (FinTech) dan *E-commerce* adalah perusahaan yang menyediakan platform online untuk jual beli, sedangkan istilah "FinTech" lebih spesifik mengacu pada bisnis yang menggunakan teknologi mutakhir untuk berinovasi di industri jasa keuangan. FinTech dan *E-commerce* saling melengkapi satu sama lain, dengan *E-commerce* berfungsi sebagai platform untuk jual beli dan FinTech membantu prosesnya sehingga dapat diterima oleh masyarakat umum. Metode pembayaran mungkin menjadi lebih sederhana sebagai hasil inovasi dari FinTech yang secara terus menerus membuat kemajuan untuk menguntungkan bisnis dan individu pada khususnya.

Pengertian *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan di *Smartphone* atau perangkat seluler lainnya. Berbeda dengan SMS banking, *mobile banking* lebih nyaman karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS dan nomor tujuan SMS banking.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Fungsi *Mobile Banking*

Fungsi yang diperoleh dari *M-Banking* adalah sebagai berikut:

1. Memungkinkan pelanggan untuk memeriksa saldo dan riwayat transaksi perbankan.
2. Melakukan transaksi keuangan antar individu.
3. Memberikan petunjuk arah ke ATM atau kantor cabang bank terdekat.
4. Menanggapi permintaan pelanggan untuk ringkasan dan laporan aktivitas keuangan.
5. Memberikan pemberitahuan tentang kegiatan yang melibatkan transaksi keuangan.

Menyediakan layanan pembayaran tagihan elektronik, seperti pembayaran paket internet, TV kabel, listrik, dan layanan lainnya.

Manfaat *Mobile Banking*

1. Hemat Waktu

Nasabah dapat melakukan segalanya di ponsel nasabah, termasuk mentransfer dana, memeriksa saldo, dan sebagainya. Tidak perlu pergi ke bank.

2. Praktis

Dengan *Mobile Banking*, nasabah dapat membayar tagihan tanpa harus menghentikan aktivitas nasabah.

3. Dapat memantau saldo rekening dan transaksi online secara real time, 24 jam sehari.

Mobile Banking juga memungkinkan nasabah mengelola setoran dan penarikan ke akun nasabah dapat memantau transaksi keuangan pribadi nasabah secara *real time*.

4. Tanpa dipungut biaya (Gratis)

Biasanya, layanan *mobile banking* bank tidak membebankan biaya pendaftaran, aktivasi, atau manajemen bulanan.

5. Data pribadi aman

Saat menggunakan *mobile banking*, biasanya ada kode konfirmasi, PIN dan kerangka keamanan yang sudah dinormalisasi oleh bank.

Persepsi Kemudahan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jogiyanto (2007) mendefinisikan kemudahan mengacu pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan usaha apapun dari pihak mereka. Mudah digunakan dapat diartikan mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan. Davis (1985) dan Wijaya (2010) mendefinisikan kemudahan pengguna sebagaimana seseorang percaya teknologi dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan. Menurut Mathieson dalam Harla, (2014: 39) Kemudahan mengacu pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak memerlukan upaya apapun dari pihak mereka.

Goodwin dan Silver dalam Sakti, (2013: 3) mengatakan bahwa tingkat penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Kemudahan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak memerlukan usaha dari pihak mereka dan mudah dipahami. Gagasan bahwa suatu teknologi akan lebih sering digunakan jika mudah digunakan dikenal sebagai kemudahan.

Menurut Amijaya (2010) yang mendasar pada Iqbaria (2000) kemudahan penggunaan akan berpengaruh pada perilaku dengan tingkat penggunaan data inovasi berkorelasi dengan persepsi individu tentang kesederhanaan inovasi. Kemudahan penggunaan jelas terkait dengan kepercayaan diri dalam proses pengambilan keputusan. Pelanggan akan menggunakan inovasi modern yang mudah digunakan jika mereka percaya pada inovasi tersebut. Namun, klien tidak akan menggunakannya jika sulit dipahami dan tidak mendukung inovasi data yang tersedia.

Persepsi Kemanfaatan

Davis (2000) mengatakan bahwa kemanfaatan adalah seberapa banyak seseorang berpikir menggunakan teknologi akan membuatnya lebih baik dalam sesuatu. Perilaku pengguna dan penerimaan sistem informasi sangat dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “pemanfaatan” memiliki kata dasar “manfaat” yang berarti sesuatu yang berguna.

Dennis (1985) menyatakan bahwa ada dua faktor yang mendorong berkembangnya suatu penggunaan, yaitu:

1. Perspektif deterministik tentang efek media massa.
2. Ada keinginan untuk menjauh dari perdebatan yang sedang berlangsung tentang preferensi media.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan “pemanfaatan” adalah memanfaatkan atau memanfaatkan media yang bermanfaat aplikasi *Livi'n by Mandiri* untuk melakukan transaksi perbankan.

Kepercayaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan dan kesetiaan”. Sedangkan menurut istilah kepercayaan adalah “suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran”. Karena kepercayaan adalah suatu sikap, maka kepercayaan seseorang itu tidak selalu benar dan bukanlah merupakan suatu jaminan kebenaran

Menurut Mayer *et. al.* (1995) kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa yang lain akan melakukan tindakan tertentu. Sedangkan menurut Lewicky dan Wiethoff (2000) mendeskripsikan bahwa, kepercayaan sebagai keyakinan individu dan kemauan untuk bertindak atas dasar kata-kata tindakan dan keputusan orang lain”. Hal-hal yang dapat menyebabkan seseorang mempercayai orang lain yaitu berkembangnya sistem kepercayaan melalui pengalaman hidup, aturan dan norma yang ada pada lembaga atau masyarakat. Oleh karena itu, kita bisa mengetahui apakah pantas atau tidak untuk percaya terhadap orang lain tanpa adanya suatu keraguan untuk tidak dipercaya, sehingga menimbulkan anggapan oleh orang lain bahwa kebenaran yang ada di dalam lingkungannya dapat dipercayai oleh orang lain. Jadi, dapat disimpulkan bahwa “kepercayaan adalah suatu harapan positif, asumsi atau keyakinan dari proses kognitif seseorang yang dipegang dan ditujukan pada orang lain bahwa orang tersebut akan berperilaku seperti yang diharapkan dan dibutuhkan”. Ketika seseorang memutuskan untuk mempercayai orang lain, maka harapannya terhadap orang tersebut adalah dapat mewujudkan harapan-harapan yang ada pada dirinya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Minat

Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual). Artinya, setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat juga dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir.

Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup. Sedangkan minat belajar dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh peserta didik dalam melakukan aktivitas belajar, di rumah, sekolah, dan masyarakat. (Hadis dan Nurhayati, 2010:44)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:916) arti kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat merupakan sebuah motivasi intrinsik sebagai kekuatan pembelajaran yang menjadi daya penggerak seseorang dalam melakukan aktivitas tersebut merupakan proses pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan senang, suka, dan gembira. Menurut Fitria dan Yani (2015) minat merupakan kecenderungan secara sadar seseorang tidak muncul begitu saja, minat terbentuk melalui pertumbuhan, kematangan berpikir, proses belajar dan pengalaman. Minat dapat berubah sesuai dengan fase perkembangan dan pertumbuhan seseorang.

Pengembangan Hipotesis

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Putra (2020) menyimpulkan persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat pemakaian *E-money*. Artinya jika persepsi kemudahan semakin meningkat jadi minat penggunaan juga akan semakin tinggi. Oleh sebab itu pelayanan tersebut harus terus melakukan inovasi terhadap layanan yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan agar minat penggunaan tersebut semakin meningkat. Hasil penelitian yang sama telah dilakukan oleh Hariadi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan Silalahi (2015) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pelanggan menggunakan teknologi. Artinya makin mudah persepsi kemudahan yang diperoleh seseorang jadi akan semakin kuat juga minat dalam penggunaan layanan teknologi. Nanda Ristiana (2021) Berdasarkan uraian di atas penelitian ini merumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan layanan *Livein'by Mandiri*

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Livein'by Mandiri*

Persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness*) suatu aktivitas yang dianggap bermanfaat apabila seseorang dapat merasakan dampak positif dalam aktivitas tersebut. Pada penelitian ini terdapat pengaruh terhadap minat pembelian secara digital (Desy dan Endang, 2018).

Persepsi kemanfaatan adalah merupakan ukuran dimana seseorang yakin jika dalam pemanfaatan teknologi tersebut mampu menumbuhkan prestasi kinerja seseorang. Bertambah besar keuntungan yang bisa dialami oleh seseorang sehingga bisa menumbuhkan minat pelanggan untuk memanfaatkan sistem tersebut. Jadi dalam penemuan ini berpendapat apabila timbul pengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *E-banking* (Oktabriantono, 2018).

Manfaat yang didapat dari layanan teknologi informasi ini sifatnya terbatas. Apabila layanan informasi tersebut kemampuannya terbatas maka manfaat yang akan dirasakan pelanggan pun juga akan terbatas. Hal tersebut dialami oleh setiap individu berbeda-beda tergantung bagaimana cara seseorang menjalankan dan memanfaatkan layanan teknologi tersebut (Soemarso, 2018). Layanan *E-banking* memberikan manfaat terhadap pelanggan dalam melakukan kegiatan transaksi melalui layanan teknologi. Dengan adanya layanan teknologi digital tersebut hal ini akan membantu pelanggan lebih cepat dalam melakukan aktivitas dan pekerjaan dalam transaksi. Semakin hal ini dianggap bermanfaat bagi pelanggan, hal ini akan mempengaruhi pelanggan untuk selalu menggunakan layanan tersebut (Oktabriantono *et. al.*, 2018). Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini merumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H2: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *Livin' by Bank Mandiri*

Persepsi Kepercayaan Memediasi Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Livin' by Mandiri*

Persepsi kemudahan teknologi mempunyai arti bahwa kegiatan ini dilakukan tanpa ada kesusahan atau tidak perlu memerlukan usaha keras. Persepsi kemudahan teknologi menunjukkan pada keyakinan seseorang apabila sistem ini menolong dan tidak perlu menggunakan biaya banyak dalam penggunaannya. Akibat dari penelitian ini jika persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan pada minat pemakaian layanan *E-banking* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi (Romadon, 2020).

Penelitian lain berpendapat, jika kemudahan pengguna juga bisa berpengaruh pada minat beli dengan kepercayaan. Apabila seseorang melihat bahwa layanan tersebut bisa membuat tempat bertransaksi yang memberikan rasa kemudahan, mereka akan mempercayai. Kemudahan pemanfaatan bisa mempengaruhi minat beli dengan kepercayaan. Penelitian ini merumuskan hipotesis ke tiga sebagai berikut:

H3: Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan *Livin' by Mandiri*.

Persepsi Kepercayaan Memediasi Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Livin' by Mandiri*

Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai keputusan penggunaan, dimana seseorang mengelola pengetahuan mereka bertujuan untuk mengevaluasi beberapa alternatif yang akan diambil salah satunya. Sebelum memberikan keputusan dalam pemanfaatan suatu layanan, pelanggan akan mencari keterangan tentang manfaat pada produk atau jasa tersebut. Jika semakin besar manfaat yang didapat maka akan timbul rasa kepercayaan pelanggan (Nurzanita & Marlana, 2020).

Persepsi kemanfaatan berkaitan dengan memberikan peningkatan kinerja dan produktivitas transaksi saat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

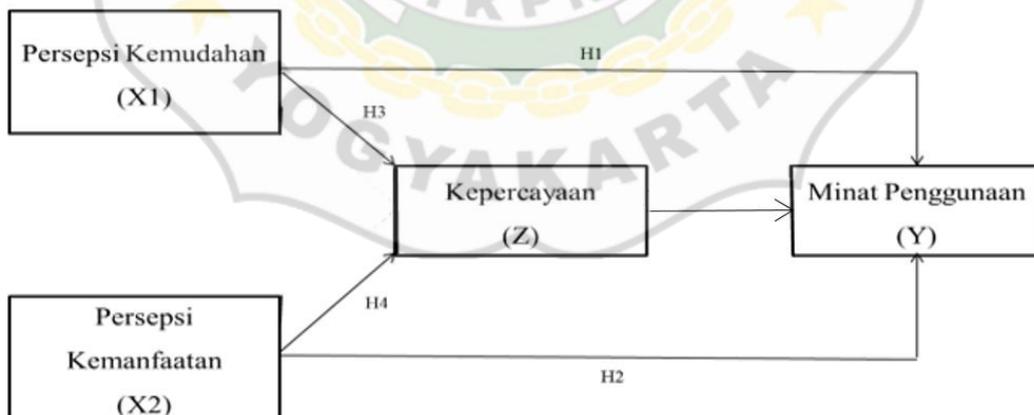
menggunakan layanan tersebut. Peningkatan kinerja berkaitan dengan kelancaran dalam penggunaan layanan tersebut, sedangkan produktivitas berhubungan dengan manfaat yang diterima dalam menggunakan produk layanan tersebut dalam menggunakan suatu layanan teknologi seseorang menginginkan manfaat yang didapat ketika melakukan layanan tersebut. Seperti efisiensi waktu karena akses yang cepat, memudahkan pembelian produk, dan kegunaan dalam melakukan suatu aktivitas. Sehingga penemuan ini menerangkan bila ada pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan (Selli *et. al.*, 2016). Penelitian ini merumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4: Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan *Livein'by Mandiri*.

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini hendak menerangkan tentang variabel persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan layanan *Livein'by mandiri* dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening*. Kerangka penelitian dari penelitian:

Gambar Kerangka Penelitian



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka-angka. Data yang masih berupa kata atau kalimat diubah terlebih dahulu menjadi angka. Data dalam bentuk numerik diolah dan dianalisis untuk menghasilkan informasi ilmiah (Martono 2019).

Metode dan Teknik Analisis

Analisis deskriptif merupakan suatu analisis statistik yang bertujuan memberikan penjelasan maupun gambaran terkait subjek penelitian berlandaskan pada data variabel yang didapatkan dari subjek tertentu. Analisis deskriptif berfungsi untuk menganalisis data responden pada setiap indikator pengukur variabel yang bersumber dari jawaban responden atas kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti ketika melaksanakan penelitian. Analisis deskriptif memberikan gambaran serta penjelasan mengenai suatu data yang dapat dilihat dari nilai *standard deviation*, nilai rata-rata, varians, nilai minimum, dan nilai maksimum dalam bentuk tabel yang memudahkan untuk dipahami.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji outer model merupakan uji yang bertujuan untuk mengkhususkan hubungan antar variabel laten dengan masing-masing indikatornya. Uji outer model adalah uji yang harus dilakukan sebelum menggunakan model tersebut digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji outer model merupakan uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Nilai statistik yang diperlukan untuk menganalisis model pengukuran pada program aplikasi statistik SmartPLS diperoleh melalui proses *PLS Algorithm*. Uji outer model bertujuan untuk menilai apakah kuesioner yang telah dibagikan adalah baik atau tidak. Pada dasarnya, kuesioner yang baik adalah kuesioner yang valid dan bernilai reliabel. Alat ukur yang digunakan dalam uji outer model, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, serta *Composite Reliability* dan Cronbach's alpha untuk mengukur konsisten atau tidaknya suatu kuesioner yang telah dibagikan kepada responden.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Validitas

a. Validitas Konvergen

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah data yang diperoleh melalui kuesioner adalah data yang valid atau tidak. Ketika pertanyaan maupun pernyataan yang tersusun secara sistematis pada kuesioner mampu mengungkapkan kebenarannya sesuai dengan kenyataan yang ada, maka data dapat dinyatakan valid. Selain itu, data dinyatakan valid jika data tersebut tepat mengukur apa yang seharusnya akan diukur. Validitas konvergen merupakan alat ukur yang digunakan untuk memberikan bukti bahwa pertanyaan maupun pernyataan pada setiap variabel laten pada suatu penelitian dapat dipahami oleh para responden dan memiliki persepsi atau anggapan yang sama seperti yang dimaksudkan oleh peneliti. terjadi ketika terdapat korelasi yang tinggi antara hasil dari dua instrumen yang berbeda tetapi untuk mengukur konstruk yang sama. Apabila nilai *outer loading* melebihi dari angka 0,7 dan memiliki nilai AVE lebih dari angka 0,5 data dapat dikatakan valid.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat terjadi saat terdapat dua instrumen yang berbeda digunakan untuk mengukur dua konstruk dan dapat diprediksi tidak memiliki korelasi. Validitas diskriminan dapat digunakan untuk memberikan bukti mengenai pertanyaan maupun pernyataan pada setiap variabel laten tidak dibuat kacau oleh para responden yang mengisi kuesioner berdasarkan pertanyaan atau pernyataan pada variabel laten yang lain. Hal ini dapat terjadi apabila pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti dengan jumlah yang cukup banyak dan responden masih terbawa anggapan variabel laten pada sebelumnya.

1. Uji Reliabilitas

a. Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability*

Pengujian reliabilitas pada suatu penelitian bertujuan untuk mengetahui apabila instrumen penelitian digunakan lebih dari satu kali untuk mengukur konstruk yang sama, apakah akan memberikan hasil

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang konsisten atau tidak. Untuk mengetahui konsistensi internal suatu indikator pada variabel laten dapat menggunakan *composite reliability* maupun *cronbach alpha*.

Pada umumnya, nilai *composite reliability* dalam suatu penelitian lebih besar daripada nilai *cronbach alpha*. *Rule of thumb* untuk mengukur konsistensi sebuah kuesioner adalah *composite reliability* lebih dari 0,7 dan *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7. Dalam sebuah penelitian, kuesioner dapat dinyatakan reliabel apabila pertanyaan maupun pernyataan dapat menghasilkan jawaban yang konsisten dan stabil.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah model struktural pada PLS yang digunakan untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel laten dalam suatu penelitian melalui proses *bootstrapping*. Dalam pengujian model struktural terdapat beberapa uji yang digunakan, yaitu pengujian *R Square*, *F square*, *Q square* dan model fit.

Uji Kelayakan Model

a. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah variabel independen dan variabel dependen terdapat hubungan yang tinggi maupun sempurna. Pada uji ini terdapat *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat masalah multikolinearitas atau tidak. Apabila memiliki nilai VIF kurang dari 5, maka dapat dinyatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

b. R Square

Pengujian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terkait dengan model yang sudah dibentuk apakah layak atau tidak apabila digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian. Selain itu, nilai *R Square* ini dapat digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh pada variabel independen pada variabel dependen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

c. f Square

f Square adalah sebuah ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan. Kepercayaan merupakan variabel mediasi. Variabel dependennya adalah minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Living's by Mandiri*. Menurut Hair *et. al.* (2017) kriteria dalam penilaian uji F Square adalah 0,02 termasuk kategori rendah, 0,15 termasuk kategori sedang atau moderat, dan 0,35 termasuk ke dalam kategori tinggi.

d. Model Fit

Model Fit dalam *SmartPLS* adalah pengujian untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu model penelitian serta data yang digunakan untuk menguji terhadap pengaruh variabel. Untuk mengetahui layak atau tidaknya model penelitian dan data, maka dapat melihat besarnya nilai SRMR pada uji model Fit di *SmartPLS*. Model penelitian dan data akan dikatakan layak apabila memiliki nilai SRMR kurang dari 0,10. Sedangkan, apabila nilai SRMR lebih dari 0,10, maka model penelitian dan data yang digunakan tidak layak.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam *smartPLS* dapat ditunjukkan dengan melakukan uji *path coefficients*. Pada suatu penelitian antar variabel dapat memiliki hubungan yang bersifat positif maupun negatif. Arah hubungan tersebut dapat diketahui dengan melakukan pengujian pada uji *path coefficient* yang terdapat pada *smartPLS*. Pada *SmartPLS* uji *path coefficient* dapat dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*. Suatu variabel independen dapat dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen apabila nilai pada hasil uji *path coefficient* lebih besar dari nol. Akan tetapi, apabila memiliki nilai yang kurang dari nol, maka suatu variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh negatif terhadap variabel dependen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini. Penulis melakukan penelitian pada masyarakat provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang meliputi mahasiswa/pelajar, PNS, pegawai swasta, dan lainnya. Waktu penelitian pada bulan November 2022 sampai bulan Desember 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Purposive sampling* merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel menggunakan beberapa pertimbangan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* supaya mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Penulis melakukan penetapan terhadap sejumlah karakteristik untuk digunakan pada penelitian ini Alasan menggunakan metode *purposive sampling* pada penelitian ini karena jumlah keseluruhan dari populasi yang diteliti tidak dapat diketahui dengan pasti. Oleh karena itu, mengakibatkan adanya kriteria yang harus responden penuhi sebagai persyaratan dalam memberikan jawaban terhadap kuesioner yang telah dibagikan kepada responden.

Jenis dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel terdiri dari dua variabel independen, satu variabel mediasi, dan satu variabel dependen. Variabel penelitian ini merupakan variabel laten, sehingga nilai variabel tersebut ditentukan menggunakan indikator. Setiap indikator pada semua variabel diukur dengan skala Likert.

Sugiyono (2013) menjelaskan skala Likert digunakan menilai perilaku, opini, dan pandangan seseorang atau sekelompok orang mengenai gejala sosial. Skala Likert dalam penelitian ini untuk semua variabel penelitian menggunakan 5 kategori sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Skala Pengukuran Data

Jawaban Responden	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi variabel lain. Penelitian yang bertujuan menguji pengaruh satu atau lebih variabel terhadap variabel lain menggunakan model regresi biasanya variabel dependen ini menggunakan simbol Y. Pada penelitian ini sebagai variabel dependen adalah minat masyarakat provinsi Yogyakarta menggunakan *Living' by Mandiri* dalam bertransaksi elektronik.

Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi dan menjadi sebab dalam suatu perubahan. Variabel ini dapat menunjukkan dampak atau pengaruh dari variabel dependen. Variabel ini sering menggunakan simbol X pada suatu penelitian yang menggunakan model regresi. Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan.

Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian terhadap variabel mediasi ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur menggambarkan salah satu analisis hubungan sebab-akibat dan merupakan perkembangan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur ini digunakan untuk memahami pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung pada suatu variabel ke variabel lainnya. Pengaruh langsung (*direct effect*) merupakan pengaruh kausal hipotesis dari suatu hipotesis ke hipotesis lainnya tanpa melewati variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ketiga. Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) merupakan pengaruh kausal hipotesis dari suatu variabel ke variabel lainnya dengan melewati satu atau lebih variabel mediator. Penelitian ini menggunakan kepercayaan nasabah menggunakan *Living by Mandiri* sebagai variabel mediasi.

Analisis dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Living by Mandiri*. Pada penelitian ini menggunakan masyarakat di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek penelitian. Data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang dibagikan kepada masyarakat di Yogyakarta dengan kriteria responden bertempat tinggal di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang digunakan pernah menggunakan layanan *Living by Mandiri* dalam bertransaksi elektronik.

Karakteristik responden memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik yang berbeda responden menganggap sama atau tidak. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat yang menggunakan *Living by Mandiri*.

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	33	33,2%
Perempuan	69	67,6%
Jumlah	102	100%

karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah jenis kelamin perempuan dengan jumlah responden 69 atau 67,6% dan jumlah responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 33 atau 33,2%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
-----------	--------	------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pelajar/mahasiswa/i	92	90,2%
PNS (Pegawai negeri sipil)	1	1%
Pegawai swasta	4	3,9%
Pengusaha	1	1%
BUMN	1	1%
Ibu rumah tangga	1	1%
Freelance	1	1%
Karyawan dan Mahasiswa	1	1%
Jumlah	102	100%

dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa dengan jumlah 92 responden atau 90,2%, pegawai swasta sebanyak 4 responden atau 3,9%, PNS (Pegawai Negeri Sipil), pengusaha, ibu rumah tangga, freelance, karyawan dan mahasiswa masing masing memiliki 1 responden atau masing-masing 1%.

Karakteristik Responden berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Jumlah	Presentase
Kota Yogyakarta	30	29,4%
Kabupaten Bantul	7	6,9%
Kabupaten Sleman	61	59,8%
Kabupaten Kulon Progo	2	2%
Kabupaten Gunung Kidul	2	2%
Jumlah	102	100%

Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah kabupaten Sleman dengan jumlah responden 61 atau 59,8%, kota Yogyakarta sebanyak 30 responden atau 29,4%, kabupaten Bantul dengan responden sebanyak 7 atau 6,9%, kabupaten Kulon progo dan kabupaten Gunung kidul masing masing memiliki 2 responden atau masing-masing 2%.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji valid data penelitian ini menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pada validitas konvergen data dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Pada validitas diskriminan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data, maka dapat dilihat pada nilai AVE.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Validitas

Uji validitas menguji sejauh mana ketepatan instrumen dapat digunakan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian. Tujuan dari uji validitas itu sendiri adalah untuk menguji apakah indikator (pertanyaan/pernyataan) dari kuesioner tersebut valid atau tidak untuk mengukur variabelnya. Suatu data dapat dikatakan valid apabila memiliki *factor loadings* lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 5.(Yusrina Aziati) berikut ini menyajikan nilai *loading factor* dan nilai AVE untuk variabel persepsi kemudahan.

Nilai *Loading Factor* dan nilai AVE Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan	Loading Factor	AVE	Kesimpulan
		0,841	Valid
X11	0,762		Valid
X12	0,889		Valid
X13	0,871		Valid
X14	0,838		Valid
X15	0,852		Valid
X16	0,839		Valid

Nilai *Loading Factor* dan nilai AVE Persepsi Kemanfaatan

Variabel Persepsi kemanfaatan	Loading Factor	AVE	Kesimpulan
		0,799	Valid
X21	0,775		Valid
X22	0,850		Valid
X23	0,772		Valid
X24	0,809		Valid
X25	0,793		Valid

Nilai *Loading Factor* dan nilai AVE Persepsi Kepercayaan

Variabel Kepercayaan	Loading Factor	AVE	Kesimpulan
		0,794	Valid
X31	0,748		Valid
X32	0,795		Valid
X33	0,781		Valid
X34	0,780		Valid
X35	0,802		Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X36	0,804	Valid
X37	0,849	Valid

Nilai *Loading Factor* dan nilai AVE Minat

Variabel	Loading Factor	AVE	Kesimpulan
Minat		0,831	Valid
X41	0,745		Valid
X42	0,923		Valid
X43	0,862		Valid
X44	0,873		Valid
X46	0,752		Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner survei. Pada penelitian ini dilakukan uji reliabilitas menggunakan nilai *Composite Reliability*, suatu indikator dikategorikan reliabel apabila indikator tersebut mempunyai nilai *Composite Reliability* > 0,7.

Nilai *Cronbachs' Alpha* dan nilai *Composite Reliability*

Variabel	Cronbachs' Apha	Composite Reliability	Keterangan
Kepercayaan	0,910	0,927	Reliabel
Minat	0,891	0,917	Reliabel
Persepsi Kemanfaatan	0,860	0,899	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,918	0,936	Reliabel

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

berikut ini menyajikan nilai statistik yang diperlukan untuk mengevaluasi model structural, terdiri dari nilai R Square, nilai f Square, nilai Variance Inflation Factor (VIF), dan nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR).

Tabel 4.9 Evaluasi Kualitas Model Struktural

Parameter	Nilai	Keterangan	
R Square	0,677	Kuat	
f Square	Kemudahan	0,099	Rendah
	Kemanfaatan	0,005	Rendah

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kepercayaan	0,655	Tinggi
VIF	4,159	Non Multikolineritas (< 5)
SRMR	0,080	Model Fit (< 0,1)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada besarnya nilai *R-square* menunjukkan sejumlah 0.677. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebesar 67,7% variabel persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan mampu menjelaskan minat masyarakat dalam menggunakan *Livin'by Mandiri*. minat dalam menggunakan layanan *Livin'by Mandiri* tidak dapat dipengaruhi oleh adanya persepsi. Alasannya karena variabel persepsi kemudahan bernilai 0,099 (9,9%) dan persepsi kemanfaatannya sebesar 0,005 (5%). Namun, variabel minat dapat dipengaruhi atau dijelaskan dengan variabel kepercayaan sebagai variabel mediasi. Nilai variabel kepercayaan sebesar 0.655 (65,5%). Nilai VIF adalah 4.159 lebih dari 1 dan kurang dari 5 menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas. Nilai SRMR pada penelitian ini sejumlah 0.080. Nilai tersebut besarnya kurang dari 1 yang membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sehingga model penelitian dinyatakan layak. (Niken Nanincova 2019)

Uji Hipotesis Penelitian

Pengaruh	Original Sample	T Stat.	P Value	Keterangan
MD→ M	0,335	2,361	0,009	Signifikan
MF→M	-0,026	0,204	0,419	Tidak Signifikan
MD→P→M	0,246	2,598	0,005	Signifikan
MF→P→M	0,224	2,478	0,007	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2022.

Keterangan:

MD: Persepsi Kemudahan.

MF: Persepsi Kemanfaatan.

P: Persepsi Kepercayaan

M: Minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri*

Nilai statistik uji persepsi kemudahan (MD) memiliki koefisien jalur bertanda positif, nilai T statistik

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

adalah 2,361 dan nilai probabilitas adalah 0,009. Nilai probabilitas persepsi kemudahan 0,009 kurang dari 0,05. Persepsi kemanfaatan (MF) memiliki koefisien jalur bertanda negatif, nilai T statistik adalah 0,204 dan nilai probabilitas adalah 0,419. Nilai probabilitas persepsi kemudahan 0,419 lebih dari 0,05. Persepsi kepercayaan (P) memediasi pengaruh persepsi kemudahan (MD) terhadap minat menggunakan *Livin' by Mandiri* (M) memiliki nilai T statistik adalah 2,598 dan nilai probabilitas adalah 0,005. Persepsi kepercayaan (P) memediasi pengaruh persepsi kemanfaatan (MF) terhadap minat menggunakan *Livin' by Mandiri* (M) memiliki nilai T statistik adalah 2,478 dan nilai probabilitas adalah 0,007.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan dan kegunaan mempengaruhi minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Livin' by Mandiri* dan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Nilai probabilitas persepsi kemudahan 0,009 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *Livin' by Mandiri* (M). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang diungkapkan oleh Meileny & Wijaksana (2020), jika persepsi kemudahan berpengaruh positif. Hal ini berpengaruh positif terjadi karena nasabah sebagian besar mempunyai minat dalam penggunaan layanan *e-banking*. Hipotesis pertama penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *Livin' by Mandiri* terbukti. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Nanda Ristiani (2021) yang menyimpulkan bahwa *perceived convenience* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-banking*. Kemudahan tidak membuat nasabah tertarik untuk menggunakan layanan *E-banking*. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Meileny & Wijaksana (2020) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Ini memiliki efek positif, tetapi tidak perlu disebutkan, karena sebagian besar pelanggan tertarik menggunakan layanan perbankan *E-banking* karena kemudahan yang mereka tawarkan, tetapi lebih dari itu.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Nilai probabilitas persepsi kemudahan 0,419 lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri* (M). Hipotesis kedua penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri* tidak terbukti. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Sulistianingsih dan Trishananto (2021) yang menyimpulkan bahwa *perceived benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-banking*.

Nilai probabilitas persepsi kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan 0,005 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri*. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri* terbukti.

Nilai probabilitas persepsi kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemanfaatan 0,007 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri*. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan *Livin'by Mandiri* terbukti.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh literasi keuangan digital terhadap niat menggunakan *Livin'by Mandiri* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Livin'by Mandiri*.
2. Persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Livin'by Mandiri*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Persepsi kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Living by Mandiri*.

Persepsi kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Living by Mandiri*

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini merupakan studi kasus yang konsisten dengan pengalaman masyarakat. Namun, dengan kuesioner responden dapat memberikan tanggapan yang tidak sesuai dengan situasi yang diberikan. Hal ini disebabkan karena responden yang berbeda mungkin memiliki pemikiran, asumsi, dan pemahaman yang berbeda.
2. Penelitian ini tidak dapat dilakukan pada populasi yang lebih luas, karena subjek penelitian yang digunakan hanya masyarakat Yogyakarta.
3. Penelitian sebelumnya sebagai penunjang masih jarang.
4. Hanya dua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kemudahan dan kemanfaatan.

Saran

Saran untuk penelitian berikutnya diharap dapat melakukan penelitian terhadap objek yang lebih luas yang pada penelitian ini sebagian besar responden adalah mahasiswa, lebih memperluas jangkauan referensinya, dan menambah faktor - faktor atau variabel lain yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan layanan *Living by Mandiri*, seperti keamanan, biaya transaksi agar hasil penelitian lebih lengkap menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Yogyakarta menggunakan layanan *Living by Mandiri*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal. (2016). Analisis tingkat literasi keuangan .
- Akmal, H. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan. *Ekonomi*.
- anggraini., Y. a. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS KOTA TANGERANG).
- Area, M. I. (2021). *ANALISA KONSEP ATURAN KEADILAN, KEPASTIAN, DAN KEMANFAATAN DALAM PENEGAKAN HUKUM TINDAK PIDANA PERTAMBANGAN DI INDONESIA*. Retrieved from <http://mh.uma.ac.id/analisa-konsep-aturan-keadilan-kepastian-dan-kemanfaatan-dalam-penegakan-hukum-tindak-pidana-pertambangan-di-indonesia/>
- BFI. (2022). *Literasi keuangan pengertian, manfaat, dan tingkatannya*. Retrieved from www.bfi.co.id/id/blog/literasi-keuangan-pengertian-manfaat-dan-tingkatannya#:~:text=Meningkatkan%20taraf%20hidup%20dan%20kesejahteraan,memanfaatkan%20produk%20dan%20jasa%20keuangan.
- Davis. (2000). Persepsi kemudahan.
- Diatmika, N. K. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, RISIKO DAN PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN E-BANKING PADA UMKM DI KABUPATEN BULULENG.
- F.D, D. (1985). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: Theory and Result.
- Ginting, H. S. (2015). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, RESIKO, KEPERCAYAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG.
- Goodwin, S. d. (2013). Sakti.
- id, P. p. (2019). *Pengertian Minat*. Retrieved from <https://pelayananpublik.id/2019/08/26/pengertian-minat-ciri-dan-contohnya/>
- Ihsan. (2022). Edukasi Literasi keuangan syariah Bagi warga Muhammadiyah Kota Medan. *Pengabdian Masyarakat*.
- Jogiyanto. (2007). Persepsi kemudahan. p. 115.
- nasution, S. (2016). *Uin-suska*. Retrieved from www.uin-suska.ac.id/2016/09/19/arti-sebuah-kepercayaan-prof-dr-syamruddin-nasution/
- Nurjati, S. (2020). Kemudahan.
- OJK. (2013). Retrieved from www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx#:~:text=%E2%80%8BLiterasi%20Keuangan%20memiliki%20tujuan,produk%20dan%20layanan%20jasa%20keuangan.
- OJK. (2017). *Mengenal Fintech keuangan digital yang tengah naik daun*. Retrieved from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/>