

KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK DEPOSITO PADA BANK DIGITAL; PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN.

Martinus Abel Sebastian¹, Sandhika Cipta Bidhari².

^{1,2}Kuangan dan Perbankan Terapan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia

¹E-mail*: martinus.abel.sebastian.ak22@mhsw.pnj.ac.id

²E-mail: sandhika.ciptabidhari@akuntansi.pnj.ac.id

INFO ARTIKEL :

Riwayat Artikel:

Diterima :

Direvisi :

Disetujui :

Tersedia online :

Keywords:

Literasi Keuangan;
Kepercayaan; Keputusan
Nasabah; Deposito; Bank
Digital.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital. Perkembangan bank digital yang semakin pesat mendorong meningkatnya penggunaan produk deposito digital, khususnya di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk deposito pada bank digital, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 65,3% menunjukkan bahwa keputusan penggunaan deposito pada bank digital dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan kepercayaan nasabah, maka semakin besar kecenderungan nasabah untuk memilih produk deposito pada bank digital.

PENDAHULUAN

Dalam struktur sistem keuangan, industri perbankan berperan sebagai perantara keuangan yang memfasilitasi aliran dana dari pihak yang memiliki surplus dana kepada pihak yang membutuhkan dana sehingga mendukung berlangsungnya aktivitas ekonomi (Kusumadewi & Lestari, 2017). Perkembangan teknologi mendorong transformasi layanan perbankan dari sistem konvensional berbasis kantor cabang menuju layanan digital yang lebih efisien. Inovasi dimulai dari *ATM*, *internet banking*, *mobile banking*, hingga lahirnya bank digital yang beroperasi sepenuhnya secara daring tanpa memerlukan kantor cabang fisik (Fatimah & Hendratmi, 2020). Bank digital kini berkembang menjadi pilihan utama masyarakat karena menawarkan layanan yang cepat, praktis, dan dapat diakses selama 24 jam. Data Bank Indonesia menunjukkan nilai transaksi perbankan digital tumbuh 40,1% (YoY) pada akhir 2024 (Puspadini, 2025). Salah satu produk yang semakin diminati adalah deposito digital karena menawarkan suku bunga yang lebih kompetitif, proses pembukaan rekening yang mudah, serta fleksibilitas nominal penempatan dana yang lebih rendah dibandingkan deposito pada bank konvensional (Primasari & Ghofirin, 2021). Transformasi tersebut tidak hanya mengubah mekanisme penyediaan layanan perbankan, tetapi juga mengubah perilaku masyarakat dalam mengakses produk keuangan. Digitalisasi memungkinkan nasabah melakukan pembukaan rekening, transaksi, hingga pengelolaan investasi tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Perubahan ini meningkatkan efisiensi layanan sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap berbagai produk keuangan yang sebelumnya hanya dapat diperoleh melalui layanan perbankan konvensional. Kondisi tersebut mendorong bank digital untuk terus berinovasi dalam menghadirkan produk yang lebih kompetitif sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Karakteristik deposito digital selaras dengan preferensi Generasi Z yang akrab dengan teknologi dan mengutamakan efisiensi (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Survei Populix menunjukkan Gen Z menjadi kelompok pengguna bank digital terbesar dengan alasan utama kecepatan transaksi dan integrasi layanan (Populix, 2025). Di sisi lain, hasil SNLIK 2025 menunjukkan indeks literasi keuangan meningkat menjadi 66,46% dan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51% (OJK, 2025). Kondisi tersebut mendorong Generasi

*Corresponding author.

E-mail: martinus.abel.sebastian.ak22@mhsw.pnj.ac.id

Z semakin sadar pentingnya pengelolaan keuangan, termasuk memilih deposito digital sebagai instrumen berisiko rendah dengan imbal hasil yang stabil (Alhusin, 2022). Meningkatnya minat terhadap deposito digital memicu persaingan antarbank digital dalam menawarkan berbagai keuntungan kepada nasabah (Puspadini, 2025). Namun, di balik tingginya suku bunga yang ditawarkan terdapat risiko apabila bunga simpanan melebihi Tingkat Bunga Penjaminan (TBP) yang ditetapkan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Dalam kondisi tersebut, simpanan nasabah tidak dijamin oleh LPS apabila terjadi kegagalan bank, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian finansial (Sumiyati et al., 2021). Dibandingkan dengan deposito pada bank konvensional, deposito digital menawarkan sejumlah keunggulan, antara lain proses pembukaan rekening yang sepenuhnya dilakukan secara daring, persyaratan administrasi yang lebih sederhana, nominal penempatan dana yang relatif rendah, serta tingkat suku bunga yang lebih kompetitif. Kemudahan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, khususnya kelompok usia muda yang mengutamakan efisiensi dan fleksibilitas dalam mengelola keuangan.

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya literasi keuangan agar masyarakat mampu memahami hubungan antara keuntungan dan risiko dalam memilih produk keuangan (Natalia et al., 2020). Berdasarkan *Human Capital Theory*, literasi keuangan dipandang sebagai bentuk investasi dalam modal manusia yang berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan individu dalam mengambil keputusan ekonomi secara rasional. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memahami konsep dasar keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan tersebut ke dalam pengambilan keputusan finansial. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengevaluasi manfaat, biaya, dan risiko dari setiap produk keuangan sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih rasional dan sesuai dengan tujuan keuangan jangka panjang. Selain itu, kepercayaan terhadap reputasi bank digital, keamanan sistem, dan transparansi informasi juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan deposito digital (Badriyah et al., 2019; Ermawati & Sidiq, 2021). Dalam konteks hubungan antara nasabah dan bank digital, *Commitment-Trust Theory* menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor utama yang membentuk keputusan penggunaan suatu layanan keuangan. Kombinasi antara literasi keuangan dan kepercayaan diperkirakan berperan untuk menentukan keputusan penggunaan produk deposito pada bank digital. Berdasarkan teori tersebut, hubungan yang dibangun melalui kepercayaan akan mendorong terbentuknya komitmen jangka panjang antara nasabah dan penyedia layanan. Dalam industri perbankan digital, kondisi tersebut tercermin melalui keyakinan nasabah terhadap reputasi bank, kualitas sistem keamanan, serta keterbukaan informasi yang diberikan kepada pengguna layanan. Dalam berbagai penelitian sebelumnya, aspek penerimaan teknologi umumnya dianalisis menggunakan kerangka konseptual *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan dalam menjelaskan perilaku adopsi pada teknologi, yang menekankan kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi sebagai faktor utama adopsi bank digital. Meskipun penggunaan deposito pada bank digital terus meningkat, masih belum diketahui apakah keputusan Generasi Z lebih dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan atau oleh tingkat kepercayaan terhadap bank digital. Kondisi tersebut menjadi permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis permasalahan penelitian secara sistematis berdasarkan data, dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan Generasi Z dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital. Atas dasar permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah Generasi Z dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital. Berbagai penelitian terdahulu umumnya mengkaji penggunaan bank digital dari perspektif penerimaan teknologi, persepsi kemudahan penggunaan, maupun minat menggunakan layanan digital. Penelitian yang secara khusus membahas keputusan nasabah dalam memilih produk deposito pada bank digital berdasarkan tingkat literasi keuangan dan kepercayaan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan deposito pada bank digital, khususnya pada kelompok Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan yang terjadi kepada layanan perbankan digital telah mengubah cara masyarakat mengakses produk keuangan, termasuk deposito digital. Dalam menentukan keputusan penggunaan produk tersebut, terdapat beberapa faktor yang berperan, di antaranya literasi keuangan dan kepercayaan nasabah. Kedua faktor tersebut menjadi landasan utama dalam menjelaskan perilaku pengambilan keputusan nasabah terhadap produk deposito pada bank digital. Tingkat literasi keuangan menunjukkan sejauh mana individu memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai aspek keuangan yang diperlukan dalam pengambilan keputusan, serta menggunakan pengetahuan serta informasi keuangan sebagai acuan dalam menentukan pilihan keuangan yang tepat. OECD, (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai perangkat kompetensi yang mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku untuk mendukung

kesejahteraan finansial. OJK, (2017) juga menyatakan mengemukakan literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang berperan dalam memengaruhi perilaku seseorang ketika mengelola aspek keuangan. Konsep ini didukung teori yang dikemukakan Becker (1993) yaitu *Human Capital Theory*, menjelaskan jika pengetahuan dikategorikan sebagai investasi pada modal manusia dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi. Dengan demikian, mereka yang memiliki literasi keuangan baik umumnya mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko secara lebih rasional. Selain literasi keuangan, kepercayaan merupakan salah satu konstruksi utama yang memengaruhi perilaku individu dalam menggunakan suatu layanan perbankan digital. Morgan dan Hunt (1994) melalui *Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing* menjelaskan bahwa hubungan yang berlangsung dalam jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan dibangun melalui kepercayaan dan komitmen. Dalam konteks bank digital, kepercayaan terbentuk melalui reputasi bank, keamanan sistem, dan transparansi informasi. Peningkatan tingkat kepercayaan nasabah serta kredibilitas bank digital, akan mendorong meningkatnya kecenderungan mereka untuk menggunakan produk keuangan yang ditawarkan.

Keputusan penggunaan produk deposito pada bank digital ini juga dapat dipahami dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan Ajzen, (1991). Teori ini. Mengemukakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh intensi untuk bertindak, sedangkan intensi tersebut dibentuk oleh tiga komponen utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Pada penelitian ini, literasi keuangan membentuk sikap yang lebih rasional terhadap produk deposito, sedangkan kepercayaan memperkuat keyakinan individu untuk menggunakan layanan bank digital. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang konsisten. Meliana dan Supriyadi (2025) menemukan bahwa literasi keuangan digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan merupakan faktor yang berpengaruh positif terhadap minat Generasi Z menggunakan bank digital. Penelitian Pratama dan Hwihanus (2025) juga membuktikan bahwa literasi keuangan bersama dengan kepercayaan terhadap sistem digital memengaruhi perilaku finansial digital, dengan minat menggunakan layanan keuangan digital bertindak sebagai variabel mediasi. Penelitian Basri & Leo, (2023) mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan memberikan kontribusi yang bermakna terhadap preferensi masyarakat dalam memilih bank digital, sedangkan Ermawati & Sidiq, (2021) membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki individu, semakin besar kecenderungannya dalam menetapkan keputusan nasabah menggunakan layanan perbankan. Terlepas dari berbagai temuan yang diperoleh, mayoritas penelitian terdahulu masih menitikberatkan analisis pada penggunaan layanan bank digital secara umum atau pada minat menggunakan teknologi digital. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh literasi keuangan serta pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital masih relatif terbatas. Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan memperluas kajian terdahulu melalui analisis bagaimana literasi keuangan dan kepercayaan memengaruhi keputusan nasabah, khususnya Generasi Z, dalam memilih produk deposito pada bank digital. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan Generasi Z memilih produk deposito pada bank digital sehingga dapat menjadi masukan bagi industri perbankan digital dalam menyusun strategi edukasi dan peningkatan kepercayaan nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan Generasi Z dalam memilih produk deposito pada bank digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Indonesia yang memiliki pengetahuan atau pengalaman menggunakan layanan bank digital. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia 17–28 tahun yang mengenal layanan bank digital dan mengetahui produk deposito pada bank digital. Jumlah sampel sebanyak 120 responden ditentukan berdasarkan rumus *Cochran*. Data penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan melalui survei daring menggunakan *Google Form*. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dan disusun berdasarkan indikator dari penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Variabel literasi keuangan diukur melalui indikator pengetahuan pengelolaan keuangan, pemahaman produk investasi, kemampuan mengevaluasi risiko, dan kemampuan mengambil keputusan keuangan. Variabel kepercayaan diukur berdasarkan persepsi terhadap reputasi bank digital, keamanan sistem, transparansi informasi, serta keyakinan terhadap kemampuan bank dalam menjaga dana nasabah. Sementara itu, keputusan nasabah diukur berdasarkan kecenderungan responden dalam memilih, menggunakan, dan merekomendasikan produk deposito pada bank digital.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, instrumen penelitian terlebih dahulu disusun berdasarkan indikator dari penelitian terdahulu yang telah disesuaikan dengan konteks penelitian mengenai deposito pada bank digital. Penyusunan instrumen dilakukan agar setiap indikator mampu

merepresentasikan konstruk variabel yang diukur sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi responden secara lebih akurat. Selanjutnya, seluruh data yang terkumpul melalui Google Form diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk menghasilkan analisis statistik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Keputusan nasabah sebagai variabel dependen (Y) dianalisis berdasarkan pengaruh dua variabel independen, yaitu literasi keuangan (X_1) dan kepercayaan (X_2). Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 25. Analisis diawali dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menilai kualitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengevaluasi kemampuan model dalam menjelaskan variasi keputusan nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 responden yang berasal dari kelompok generasi z yang memiliki pengetahuan atau pengalaman menggunakan layanan bank digital. Pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 menunjukkan bahwa temuan penelitian mengindikasikan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan berkontribusi positif dalam membentuk keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital. Hasil pengujian hipotesis mengidentifikasi bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	56	46.7%
Perempuan	64	53.3%
Usia 17 - 20 Tahun	19	15.8%
Usia 21 - 24 Tahun	58	48.3%
Usia 25 - 28 Tahun	43	35.8%
SMA/SMK	45	37.5%
Diploma (D3/D4)	39	32.5%
Sarjana (S1)	28	23.3%
Pascasarjan (S2/S3)	8	6.7%

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–24 tahun. Kelompok usia tersebut merupakan bagian dari Generasi Z yang umumnya telah memasuki jenjang pendidikan tinggi maupun dunia kerja sehingga mulai memiliki kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis keputusan Generasi Z dalam memilih produk deposito pada bank digital.

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden berasal dari jenjang pendidikan menengah hingga perguruan tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memahami informasi mengenai produk keuangan digital. Tingkat pendidikan juga berpotensi memengaruhi kemampuan individu dalam memperoleh serta mengevaluasi informasi mengenai manfaat, risiko, dan karakteristik produk deposito pada bank digital.

Karakteristik responden tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian telah merepresentasikan kelompok Generasi Z yang menjadi target utama perkembangan layanan perbankan digital di Indonesia. Kelompok usia produktif dengan tingkat pendidikan yang relatif baik diharapkan mampu memberikan penilaian yang lebih objektif terhadap manfaat, risiko, serta karakteristik produk deposito pada bank digital sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan perilaku pengambilan keputusan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil	Keterangan
H1	Diterima	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
H2	Diterima	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
H3	Diterima	Literasi keuangan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Selain menunjukkan penerimaan seluruh hipotesis penelitian, hasil analisis juga memperlihatkan bahwa arah hubungan antarvariabel bersifat positif. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan maupun kepercayaan akan diikuti oleh meningkatnya kecenderungan responden dalam memilih produk deposito pada bank digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi yang konsisten terhadap perilaku pengambilan keputusan responden.

Nilai koefisien determinasi sebesar 65,3% mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi keputusan nasabah. Persentase tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perubahan pada keputusan penggunaan deposito dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan kepercayaan. Meskipun demikian, masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi keputusan responden sehingga membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif.

Pembahasan

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk deposito pada bank digital. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu mengenai konsep keuangan, karakteristik produk deposito, serta pengelolaan keuangan, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memilih deposito sebagai instrumen penyimpanan dana. Pengetahuan mengenai tingkat suku bunga, risiko investasi, perlindungan simpanan, serta mekanisme operasional deposito membantu individu mengambil keputusan secara lebih rasional berdasarkan informasi yang dimiliki.

Temuan tersebut mendukung *Human Capital Theory* yang menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan bentuk investasi modal manusia yang dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengevaluasi manfaat, risiko, dan potensi keuntungan suatu produk keuangan sebelum mengambil keputusan. Dalam konteks deposito bank digital, responden tidak hanya mempertimbangkan besarnya tingkat suku bunga, tetapi juga mengevaluasi jangka waktu deposito, ketentuan Tingkat Bunga Penjaminan (TBP), perlindungan simpanan oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), fleksibilitas pencairan dana, serta kredibilitas bank digital sebagai penyedia layanan.

Karakteristik Generasi Z yang memiliki akses luas terhadap teknologi digital turut memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan deposito. Kemudahan memperoleh informasi melalui berbagai media digital memungkinkan responden membandingkan produk deposito dari berbagai bank berdasarkan tingkat suku bunga, fitur layanan, maupun reputasi bank. Semakin baik kemampuan individu dalam mengolah dan mengevaluasi informasi tersebut secara kritis, semakin besar peluang untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meliana dan Supriyadi (2025), Basri dan Leo (2023), serta Natalia dkk. (2020) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif terhadap

keputusan penggunaan produk keuangan digital. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat, khususnya dalam memilih produk investasi pada perbankan digital.

Dari sisi praktis, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kualitas keputusan masyarakat dalam menggunakan produk deposito pada bank digital. Oleh karena itu, edukasi keuangan yang dilakukan oleh pemerintah, lembaga pendidikan, maupun industri perbankan perlu difokuskan tidak hanya pada peningkatan pengetahuan teoretis, tetapi juga pada kemampuan masyarakat dalam membandingkan produk, memahami risiko investasi, mengenali perlindungan simpanan, serta mengevaluasi informasi keuangan secara kritis sehingga keputusan investasi yang diambil menjadi lebih berkualitas. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berperan dalam meningkatkan pengetahuan mengenai produk deposito, tetapi juga membentuk kemampuan responden dalam melakukan evaluasi terhadap informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung tidak hanya mempertimbangkan besarnya tingkat suku bunga yang ditawarkan, tetapi juga membandingkan ketentuan produk, reputasi bank, tingkat keamanan sistem, serta perlindungan simpanan yang diberikan. Dengan demikian, keputusan penggunaan deposito tidak didasarkan pada satu indikator saja, melainkan merupakan hasil dari proses evaluasi yang lebih menyeluruh terhadap manfaat dan risiko produk investasi yang tersedia.

PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk deposito pada bank digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap reputasi bank, keamanan sistem, dan transparansi informasi, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan produk deposito. Temuan ini menunjukkan bahwa selain pengetahuan mengenai produk keuangan, aspek psikologis berupa kepercayaan juga memiliki peran penting dalam membentuk keputusan penggunaan produk keuangan.

Kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam layanan bank digital karena seluruh aktivitas perbankan dilakukan melalui sistem elektronik tanpa interaksi langsung antara nasabah dan pihak bank. Oleh karena itu, keyakinan bahwa bank mampu menjaga keamanan transaksi, melindungi data pribadi, serta menyediakan informasi yang transparan mengenai suku bunga, biaya, ketentuan pencairan dana, dan perlindungan simpanan akan meningkatkan rasa aman nasabah dalam menempatkan dananya pada produk deposito. Selain itu, pengalaman positif selama menggunakan layanan, seperti kemudahan transaksi, kecepatan pelayanan, dan kemampuan bank dalam menyelesaikan kendala, turut memperkuat kepercayaan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya dibentuk oleh keamanan teknologi, tetapi juga oleh konsistensi bank dalam memberikan pelayanan yang berkualitas serta menyampaikan informasi secara terbuka. Kombinasi faktor-faktor tersebut mampu mengurangi ketidakpastian yang dirasakan nasabah, meningkatkan keyakinan terhadap kredibilitas bank digital, dan pada akhirnya mendorong keputusan penggunaan produk deposito.

Temuan ini mendukung *Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing* yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Dalam konteks perbankan digital, kepercayaan menjadi semakin penting karena seluruh proses transaksi dilakukan secara daring sehingga nasabah sangat bergantung pada kredibilitas dan keamanan sistem yang disediakan oleh bank. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ermawati dan Sidiq (2021) serta Afriyanti dan Fadillah (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Dalam konteks perbankan digital, kepercayaan menjadi aset yang sangat penting karena hubungan antara bank dan nasabah sebagian besar berlangsung melalui media digital tanpa adanya interaksi secara langsung. Oleh karena itu, konsistensi bank dalam menjaga keamanan transaksi, melindungi data pribadi nasabah, memberikan informasi yang akurat, serta menyediakan layanan yang responsif akan menentukan tingkat keyakinan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan tersebut, semakin kecil pula persepsi risiko yang dirasakan oleh nasabah ketika memutuskan untuk menempatkan dana pada produk deposito di bank digital.

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk deposito pada bank digital. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan deposito tidak hanya

ditentukan oleh kemampuan individu dalam memahami produk keuangan, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan terhadap keamanan, kredibilitas, dan keandalan layanan bank digital. Literasi keuangan membantu individu memahami manfaat, risiko, serta karakteristik produk, sedangkan kepercayaan memberikan keyakinan bahwa layanan yang digunakan aman dan dapat diandalkan. Dengan demikian, kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan penggunaan deposito pada bank digital.

Nilai koefisien determinasi sebesar 65,3% menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan mampu menjelaskan 65,3% variasi keputusan penggunaan deposito pada bank digital. Sementara itu, sebesar 34,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti persepsi risiko, kemudahan penggunaan aplikasi, kualitas layanan digital, promosi, tingkat suku bunga, pengalaman menggunakan layanan perbankan digital, maupun pengaruh sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian Meliana dan Supriyadi (2025) serta Pratama dan Hwihanus (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan bank digital.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan perkembangan industri perbankan digital di Indonesia yang menunjukkan peningkatan jumlah pengguna dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa semakin berkembangnya layanan bank digital perlu diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan dan kepercayaan masyarakat agar keputusan penggunaan produk deposito dilakukan secara lebih rasional serta mempertimbangkan aspek keamanan dan risiko investasi. Berdasarkan hasil penelitian, keputusan penggunaan deposito pada bank digital terbentuk melalui dua mekanisme utama. Literasi keuangan meningkatkan kemampuan individu dalam memahami manfaat, risiko, serta karakteristik produk deposito. Di sisi lain, kepercayaan memperkuat keyakinan individu terhadap keamanan sistem, reputasi bank, dan transparansi informasi. Kombinasi kedua faktor tersebut menghasilkan keputusan penggunaan deposito yang lebih rasional dan berorientasi pada tujuan keuangan jangka panjang.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa tingginya literasi keuangan belum tentu mendorong seseorang menggunakan produk deposito apabila belum memiliki kepercayaan terhadap penyedia layanan. Sebaliknya, kepercayaan yang tinggi tanpa didukung literasi keuangan yang memadai dapat menyebabkan keputusan yang kurang rasional karena individu cenderung mengabaikan risiko yang melekat pada produk keuangan. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut perlu hadir secara bersamaan agar keputusan penggunaan deposito dapat dilakukan secara tepat dan meyakinkan.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah nasabah deposito tidak cukup dilakukan hanya melalui penawaran tingkat suku bunga yang kompetitif. Bank digital juga perlu meningkatkan program literasi keuangan, memperkuat keamanan sistem informasi, menjaga kualitas layanan digital, serta membangun komunikasi yang transparan kepada masyarakat. Strategi yang mengintegrasikan edukasi, keamanan, dan kualitas layanan diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan sekaligus pemahaman nasabah sehingga keputusan penggunaan deposito dapat meningkat secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan keputusan penggunaan deposito pada bank digital memerlukan pendekatan yang bersifat menyeluruh. Upaya peningkatan literasi keuangan tanpa diikuti dengan peningkatan kepercayaan masyarakat belum tentu mampu menghasilkan peningkatan penggunaan produk deposito secara optimal. Sebaliknya, tingkat kepercayaan yang tinggi juga perlu didukung oleh kemampuan masyarakat dalam memahami karakteristik produk keuangan agar keputusan yang diambil tetap rasional. Oleh karena itu, sinergi antara edukasi keuangan, inovasi layanan digital, transparansi informasi, serta peningkatan keamanan sistem menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh industri perbankan digital dalam meningkatkan daya saing produk deposito.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital. Temuan penelitian pada kali ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai pengelolaan keuangan serta karakteristik produk deposito, maka semakin besar kecenderungannya untuk mengambil keputusan menggunakan produk tersebut. Di samping itu, kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap reputasi bank, keamanan sistem, dan transparansi informasi mendorong nasabah untuk lebih yakin dalam memilih produk deposito pada bank digital. Berdasarkan hasil uji simultan, literasi keuangan dan kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan kemampuan menjelaskan variasi keputusan nasabah sebesar 65,3%, sedangkan 34,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, pertanyaan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menentukan pilihan produk tabungan

deposito pada bank digital dapat dijawab bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan produk deposito pada bank digital. Pada penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi industri perbankan digital agar tidak hanya berfokus pada peningkatan daya saing melalui penawaran suku bunga, tetapi juga memperkuat program edukasi keuangan serta meningkatkan transparansi informasi dan keamanan layanan. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat terhadap produk deposito digital dapat terus meningkat seiring dengan berkembangnya literasi keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, bank digital dianjurkan untuk terus memperkuat program edukasi literasi keuangan melalui berbagai media digital agar masyarakat, terutama pada kelompok generasi Z agar memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat, risiko, dan karakteristik produk deposito. Selain itu, bank digital juga perlu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan nasabah melalui penguatan sistem keamanan, peningkatan transparansi informasi produk, serta penyampaian informasi mengenai perlindungan simpanan secara jelas sehingga nasabah dapat mengambil keputusan secara lebih rasional. Bagi masyarakat, khususnya Generasi Z, dianjurkan untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan dan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti tingkat risiko, keamanan, dan ketentuan produk, sebelum memutuskan menggunakan deposito pada bank digital. Sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital, Generasi Z memiliki karakteristik adaptif terhadap inovasi keuangan berbasis digital. Kemampuan dalam memanfaatkan teknologi menjadikan kelompok ini lebih terbuka terhadap penggunaan layanan perbankan digital dibandingkan generasi sebelumnya. Selain mempertimbangkan kemudahan penggunaan, Generasi Z juga mulai memperhatikan keamanan, manfaat, serta potensi keuntungan yang ditawarkan oleh setiap produk keuangan sebelum mengambil keputusan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan penggunaan produk deposito pada bank digital merupakan hasil interaksi antara faktor kognitif dan faktor psikologis. Literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kemampuan individu untuk memahami manfaat dan risiko produk, sedangkan kepercayaan memperkuat keyakinan terhadap keamanan serta kredibilitas layanan bank digital. Dengan demikian, strategi pengembangan produk deposito perlu dilakukan secara komprehensif melalui peningkatan edukasi keuangan, penguatan keamanan sistem, serta transparansi informasi kepada masyarakat. Secara umum, hasil penelitian ini mempertegas pentingnya sinergi antara peningkatan literasi keuangan dan pembangunan kepercayaan masyarakat sebagai fondasi utama dalam mendorong penggunaan produk deposito pada bank digital secara berkelanjutan.

KETERBATASAN DAN PENELITIAN SELANJUTNYA

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu menjadi pertimbangan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan dua variabel independen, yaitu literasi keuangan dan kepercayaan, sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan yang belum diakomodasi dalam model penelitian. Hal ini tercermin dari perolehan nilai koefisien determinasi sebesar 65,3%, yang mengindikasikan bahwa 34,7% variasi keputusan nasabah dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terpengaruh dalam model penelitian. Kedua, penelitian ini hanya melibatkan responden dari kelompok Generasi Z, sehingga temuan penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas untuk kelompok usia atau karakteristik nasabah lainnya. Ketiga, Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring sehingga jawaban yang diberikan responden dipengaruhi oleh persepsi serta tingkat pemahaman masing-masing individu. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan subjektivitas dalam proses pengisian kuesioner. Selain itu, penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross-sectional*, sehingga hanya menggambarkan kondisi responden pada satu periode waktu. Perubahan perilaku maupun tingkat literasi keuangan dan kepercayaan seiring perkembangan layanan bank digital belum dapat diamati secara longitudinal. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan desain longitudinal agar mampu memberikan gambaran mengenai perubahan perilaku nasabah dari waktu ke waktu.

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas model penelitian melalui penambahan variabel. Beberapa variabel yang dapat dipertimbangkan meliputi risiko, kualitas layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, tingkat suku bunga, promosi, keamanan digital, serta pengaruh sosial. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas cakupan responden dengan melibatkan partisipan dari kelompok yang lebih beragam atau membandingkan karakteristik nasabah dari berbagai wilayah di Indonesia sehingga hasil penelitian menjadi lebih representatif. Penerapan metode penelitian campuran (*Mixed methods*) dapat dipertimbangkan pada penelitian selanjutnya guna memperluas pemahaman mengenai fenomena yang diteliti atau pendekatan kualitatif juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang melatibehelangi keputusan dan pertimbangan nasabah dalam memilih produk tabungan deposito pada bank digital.

Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan model penelitian dengan mempertimbangkan karakteristik bank digital yang digunakan responden. Perbedaan reputasi bank,

tingkat suku bunga deposito, kualitas aplikasi, fitur layanan, maupun tingkat keamanan sistem berpotensi memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk deposito. Analisis yang membandingkan beberapa bank digital juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam menentukan pilihan investasinya. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara lebih luas, tetapi juga menghasilkan rekomendasi yang lebih spesifik bagi masing-masing penyedia layanan perbankan digital dalam meningkatkan daya saing produk deposito. Penelitian dengan pendekatan campuran (*mixed methods*) juga layak dipertimbangkan agar hasil analisis kuantitatif dapat diperkaya melalui wawancara mendalam mengenai alasan, pengalaman, serta persepsi nasabah dalam memilih produk deposito pada bank digital. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai perilaku pengambilan keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES* (Vol. 50). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alhusin. (2022). Perbandingan Tingkat Pengembalian (return) dan risiko (risk) Investasi Saham, Emas, dan Deposito PT ANTAM TBK. *Journal of Management & Business*, 5. <https://doi.org/10.26877/sta.v5i2.14483>
- Badriyah, Suharto, Mahmudah, & Marjo. (2019). Ketidakpastian Lembaga Penjamin Simpanan Sebagai Penanggung Dalam Perjanjian Antara Nasabah dan Bank. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 77–96. <https://doi.org/10.24246/jrh.2019.v4.i1.p77-96>
- Basri, & Leo. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 421–427. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.659>
- Ermawati, & Sidiq. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nadsabah PT Bank Mandiri (Persero) TBK KCP Kendal Boja. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(3), 211–219. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4062>
- Fatimah, S. B., & Hendratmi, A. (2020). Digitalisasi pada Bank Mandiri Syariah di Tengah Persaingan dan Perubahan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 795. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20204pp795-813>
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>
- Kusumadewi, R., & Lestari, I. (2017). Pengaruh Emotional Marketing dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi. In *Al Amwal* (Vol. 9, Number 2). <https://doi.org/10.24235/amwal.v9i2.1749>
- Natalia, Kurniasari, Hendrawaty, & Oktaviani. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan Dengan Menggunakan Social capital Sebagai Variabel Mediator. 16(1). <https://doi.org/10.31937/manajemen.v12i1.1522>
- OECD. (2016). *Adult Financial Literacy Competencies*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2016/10/oecd-international-survey-of-adult-financial-literacy-competencies_fe88832b/28b3a9c1-en.pdf
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisi 2017)*. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-/SNLKI%20\(Revisit%202017\)-new.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-/SNLKI%20(Revisit%202017)-new.pdf)
- OJK. (2025, May 2). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx#:~:text=SNLIK%20Tahun%202025%20menggunakan%20parameter,terhadap%20produk%20dan%20layanan%20keuangan>
- Populix. (2025). *Seperti Apa Penggunaan Bank Digital di Indonesia?* <https://info.populix.co/articles/bank-digital-di-indonesia/>
- Primasari, N. S., & Ghofirin, M. (2021). Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era New Normal Life. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.25008/altifani.v1i1.110>
- Puspadini. (2025, March 13). *Transaksi Bank Digital Tumbuh 40,1%, Didominasi Gen Z & Milenial*. Cnbc. <https://doi.org/https://www.cnbcindonesia.com/market/20250314201903-17-618812/transaksi-bank-digital-tumbuh-401-didominasi-gen-z-milenial>

Sumiyati, Y., Januarita, R., Ramli, T. A., & YUSDiansyah, E. (2021). Konstruksi Hukum Terhadap Penetapan Bunga Tinggi pada Investasi yang Diselenggarakan Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 10(2), 385.
<https://doi.org/10.24843/jmhu.2021.v10.i02.p14>