

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan landasan teoritis dan empiris yang digunakan untuk menjelaskan konsep serta hubungan antarvariabel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan *Trust Formation Theory* sebagai *grand theory* untuk menjelaskan proses pembentukan kepercayaan dalam interaksi berbasis digital. Variabel yang diteliti terdiri atas kemudahan layanan *mobile banking* sebagai variabel independen pertama, persepsi risiko *fraud* digital sebagai variabel independen kedua, dan kepercayaan nasabah sebagai variabel dependen. Pembahasan setiap variabel diarahkan pada konteks nasabah Bank Mandiri yang menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri di Kota Bandung.

2.1.1 Grand Theory: Trust Formation Theory

Trust Formation Theory (TFT) dikembangkan oleh McKnight et al. (1998) untuk menjelaskan proses terbentuknya kepercayaan ketika individu menghadapi hubungan baru atau interaksi yang mengandung ketidakpastian. Kepercayaan tidak muncul secara otomatis, tetapi terbentuk melalui penilaian kognitif terhadap informasi yang tersedia, karakteristik pihak yang dipercaya, serta dukungan lingkungan dan kelembagaan. Dalam konteks transaksi digital, McKnight et al. (2002) menjelaskan 4 (empat) konstruk utama, yaitu *disposition to trust*, *institution-based trust*, *trusting beliefs*, dan *trusting intentions*. *Disposition to trust*

menunjukkan kecenderungan umum seseorang untuk mempercayai pihak lain, sedangkan *institution-based trust* berkaitan dengan keyakinan bahwa aturan, perlindungan, dan kondisi transaksi mendukung keberhasilan interaksi.

Penelitian ini berfokus pada *trusting beliefs* yaitu keyakinan nasabah mengenai karakteristik Bank Mandiri sebagai penyedia Livin' by Mandiri. *Trusting beliefs* dioperasionalkan melalui *competence*, *benevolence*, *integrity*, dan *predictability*. Tiga dimensi pertama mengacu pada McKnight et al. (2002), sedangkan *predictability* digunakan sebagai perluasan dari konseptualisasi awal McKnight et al. (1998) mengenai konsistensi perilaku pihak yang dipercaya.

TFT relevan dalam penelitian *mobile banking* karena transaksi dilakukan melalui sistem digital dengan interaksi tatap muka yang terbatas dan mengandung ketidakpastian mengenai keamanan dana, data, serta penyelesaian transaksi. Meskipun responden telah menggunakan Livin' by Mandiri sekurang-kurangnya selama 3 (tiga) bulan, kepercayaan tetap dapat dibentuk dan diperbarui melalui evaluasi terhadap pengalaman penggunaan, kemudahan layanan, dan risiko *fraud* digital yang dirasakan.

Kemudahan layanan Livin' by Mandiri diposisikan sebagai isyarat positif yang dapat mengurangi ketidakpastian dan memperkuat penilaian nasabah terhadap kompetensi serta konsistensi Bank Mandiri. Sebaliknya, persepsi risiko *fraud* digital diposisikan sebagai isyarat negatif yang dapat meningkatkan kekhawatiran terhadap kehilangan dana, penyalahgunaan data, pengambilalihan akun, *phishing*, dan transaksi tanpa otorisasi. Dengan demikian, TFT digunakan untuk menjelaskan pengaruh kedua isyarat tersebut terhadap kepercayaan nasabah.

2.1.2 Kemudahan Layanan *Mobile Banking*

2.1.2.1 Pengertian Kemudahan Layanan *Mobile Banking*

Kemudahan layanan *mobile banking* dalam penelitian ini berakar pada konsep *perceived ease of use* dalam *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tidak membutuhkan usaha yang besar. Konsep tersebut menekankan persepsi pengguna, sehingga suatu sistem tidak cukup hanya dirancang sederhana secara teknis, tetapi juga harus dirasakan mudah oleh pengguna ketika dipelajari, dipahami, dan dioperasikan.

Dalam penelitian ini, kemudahan layanan *mobile banking* dimaknai sebagai penilaian nasabah mengenai sejauh mana layanan *Livein' by Mandiri* dapat dipelajari, dipahami, dikendalikan, dan digunakan untuk menyelesaikan transaksi tanpa membutuhkan usaha mental maupun teknis yang berlebihan. Kemudahan tersebut berkaitan dengan pengalaman pengguna dalam membaca menu, mengikuti instruksi, memilih fitur, memperbaiki kesalahan, dan menyelesaikan proses transaksi. Istilah kemudahan layanan dalam penelitian ini dibatasi pada kemudahan nasabah saat menggunakan layanan melalui aplikasi, bukan pada kualitas pelayanan Bank Mandiri secara keseluruhan.

Kemudahan layanan dalam penelitian ini perlu dibedakan dari kualitas pelayanan secara keseluruhan, kualitas sistem, dan kecepatan transaksi. Kecepatan tanggapan (*respons*), kestabilan jaringan, minimnya gangguan, serta penanganan keluhan lebih dekat dengan performa sistem atau kualitas pelayanan. Sementara itu, kemudahan layanan berfokus pada rendahnya usaha yang dirasakan nasabah ketika

mempelajari dan menggunakan fitur Livin' by Mandiri. Pembatasan tersebut diperlukan agar indikator variabel tidak tumpang tindih dengan kualitas sistem, risiko operasional, atau kualitas pelayanan.

2.1.2.2 *Mobile Banking* dan Livin' by Mandiri

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah mengakses informasi rekening dan melakukan transaksi melalui perangkat bergerak. Layanan ini memindahkan sebagian proses perbankan ke dalam aplikasi, sehingga pengguna dapat menjalankan transaksi tanpa harus selalu mendatangi kantor cabang. Dalam lingkungan tersebut, antarmuka aplikasi menjadi bagian utama dari interaksi antara bank dan nasabah.

Livin' by Mandiri merupakan aplikasi *mobile banking* yang menjadi kanal digital utama Bank Mandiri bagi nasabah ritel. Dalam penelitian ini, pembahasan *mobile banking* dibatasi pada penggunaan Livin' by Mandiri. Dengan demikian, layanan *SMS Banking*, *USSD Banking*, *internet banking* berbasis komputer, serta aplikasi bank lain tidak menjadi objek pengukuran.

Kemudahan Livin' by Mandiri tidak hanya berkaitan dengan tersedianya banyak fitur, tetapi dengan kemampuan nasabah menemukan dan menjalankan fitur tersebut secara sederhana. Penambahan fitur yang tidak diikuti struktur navigasi yang jelas dapat meningkatkan kompleksitas. Sebaliknya, pengelompokan menu yang konsisten, istilah yang mudah dipahami, dan alur transaksi yang terarah dapat mengurangi beban kognitif pengguna.

2.1.2.3 Dimensi dan Indikator Kemudahan Layanan *Mobile Banking*

Kemudahan layanan *mobile banking* diadaptasi dari konsep *perceived ease of use* Davis (1989). Enam indikator asli dikelompokkan menjadi 4 (empat) dimensi agar instrumen lebih terstruktur dan tetap mencerminkan rendahnya usaha yang dibutuhkan nasabah ketika menggunakan Livin' by Mandiri. Setiap dimensi diukur melalui 3 (tiga) pernyataan kuesioner.

1. Kemudahan dipelajari (*learnability*) yaitu kemudahan nasabah mempelajari fungsi, tahapan, dan cara menggunakan Livin' by Mandiri sejak awal penggunaan.
2. Kejelasan dan kemudahan dipahami (*clarity and understandability*) yaitu kejelasan menu, ikon, bahasa, instruksi, status, serta konfirmasi transaksi yang ditampilkan aplikasi.
3. Kemudahan dikendalikan dan fleksibilitas (*controllability and flexibility*) yaitu kemampuan nasabah mengarahkan aplikasi sesuai tujuan, berpindah fitur, serta menggunakan layanan untuk berbagai kebutuhan transaksi.
4. Kemudahan digunakan dan dikuasai (*ease of use and skillfulness*) yaitu rendahnya usaha yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi dan kemudahan nasabah menjadi terampil setelah beberapa kali penggunaan.

Berdasarkan uraian tersebut, kemudahan layanan *mobile banking* merupakan persepsi nasabah mengenai rendahnya usaha yang diperlukan untuk mempelajari, memahami, mengendalikan, dan menggunakan Livin' by Mandiri. Semakin tinggi kemudahan layanan yang dirasakan, semakin kecil ketidakpastian

dalam proses transaksi dan semakin besar kemungkinan terbentuknya penilaian positif terhadap Bank Mandiri.

2.1.3 Persepsi Risiko *Fraud* Digital

2.1.3.1 Pengertian Persepsi Risiko

Konsep *perceived risk* diperkenalkan dalam kajian perilaku konsumen untuk menjelaskan bahwa keputusan penggunaan suatu produk atau layanan mengandung ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi yang tidak diinginkan. (Featherman & Pavlou, 2003) menjelaskan persepsi risiko sebagai potensi kerugian yang diperkirakan pengguna ketika mengejar hasil yang diinginkan melalui layanan elektronik. Risiko yang dipersepsikan bersifat subjektif karena dipengaruhi pengetahuan, pengalaman, informasi, dan tingkat kekhawatiran masing-masing individu.

Persepsi risiko berbeda dengan risiko objektif. Risiko objektif berkaitan dengan kemungkinan kejadian yang dihitung berdasarkan data aktual, sedangkan persepsi risiko menunjukkan penilaian pribadi nasabah terhadap kemungkinan dan dampak kerugian. Oleh karena itu, meskipun bank telah menerapkan sistem keamanan, nasabah masih dapat mempersepsikan risiko tinggi apabila informasi mengenai ancaman digital, pengalaman pribadi, atau pengalaman orang lain menimbulkan kekhawatiran.

2.1.3.2 Pengertian *Fraud* Digital

Fraud digital dalam penelitian ini merujuk pada tindakan penipuan atau penyalahgunaan melalui kanal digital yang bertujuan memperoleh data, akses, atau keuntungan finansial secara tidak sah. Bentuknya dapat berupa *phishing*, *social*

engineering, aplikasi atau situs palsu, pengambilalihan akun, pencurian kredensial, serta transaksi tanpa otorisasi. Fokus penelitian bukan pada gangguan teknis biasa seperti aplikasi lambat atau *system downtime*, kecuali gangguan tersebut dipersepsikan berkaitan langsung dengan potensi penyalahgunaan atau kehilangan dana.

Dengan demikian, persepsi risiko *fraud* digital didefinisikan sebagai penilaian subjektif nasabah mengenai kemungkinan dan konsekuensi kerugian akibat penipuan digital ketika menggunakan Livin' by Mandiri. Konstruk ini menekankan kekhawatiran terhadap keamanan dana, data pribadi, kredensial, dan kendali transaksi, bukan sekadar persepsi risiko penggunaan teknologi secara umum.

2.1.3.3 Dimensi Risiko yang Relevan dengan *Fraud* Digital

Featherman dan Pavlou (2003) menjelaskan bahwa risiko layanan elektronik bersifat multidimensional. Untuk menjaga kesesuaian dengan fokus *fraud* digital, penelitian ini menggunakan 4 (empat) dimensi yang secara langsung mencerminkan potensi penipuan pada penggunaan Livin' by Mandiri. Setiap dimensi diukur melalui 3 (tiga) pernyataan kuesioner.

1. Risiko finansial merupakan kemungkinan kehilangan dana, pengurangan saldo, pembayaran kepada pihak palsu, atau kesulitan memperoleh kembali dana setelah terjadi *fraud* digital.
2. Risiko privasi dan kredensial merupakan kemungkinan data pribadi, PIN, kata sandi, kode OTP, informasi kartu, atau riwayat transaksi diketahui dan disalahgunakan oleh pihak tidak berwenang.

3. Risiko keamanan akun dan transaksi merupakan kemungkinan pengambilalihan akun, perubahan akses, atau transaksi tanpa persetujuan nasabah yang menyebabkan hilangnya kendali atas rekening.
4. Risiko *phishing*, *social engineering*, dan dampak psikologis merupakan kemungkinan nasabah tertipu oleh komunikasi, tautan, situs, aplikasi, atau identitas palsu serta mengalami kecemasan akibat ancaman tersebut.

Risiko performa aplikasi tidak digunakan sebagai dimensi utama karena aplikasi lambat atau *system downtime* tidak selalu menunjukkan terjadinya *fraud*. Pembatasan tersebut dilakukan agar indikator benar-benar mencerminkan risiko penipuan digital yang menjadi fokus penelitian.

2.1.3.4 Indikator Persepsi Risiko *Fraud* Digital

Berdasarkan penajaman konsep *perceived risk* dalam layanan elektronik dan konteks *mobile banking*, indikator persepsi risiko *fraud* digital dalam penelitian ini dirumuskan menjadi 4 (empat) kelompok sebagai berikut:

1. Persepsi terhadap kemungkinan dan dampak kerugian finansial akibat *fraud* digital.
2. Kekhawatiran terhadap kebocoran serta penyalahgunaan data pribadi dan kredensial keamanan.
3. Persepsi terhadap kemungkinan pengambilalihan akun dan transaksi tanpa otorisasi.
4. Kekhawatiran terhadap *phishing*, *social engineering*, aplikasi palsu, dan dampak psikologisnya.

Keempat indikator tersebut merupakan adaptasi dari dimensi risiko finansial, privasi, keamanan, dan psikologis dalam Featherman dan Pavlou (2003), Luo et al. (2010), Tanuwijaya dan Arifin (2023), serta Almaiah et al. (2023). Semakin tinggi skor jawaban, semakin tinggi risiko *fraud* digital yang dirasakan nasabah.

2.1.4 Kepercayaan Nasabah

2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan dalam transaksi digital merupakan keyakinan bahwa pihak penyedia layanan akan bertindak secara dapat diandalkan dan tidak menyalahgunakan kerentanan pengguna. McKnight et al. (2002) menempatkan kepercayaan sebagai konstruk multidimensional yang mencakup keyakinan terhadap karakteristik pihak yang dipercaya serta kesediaan untuk bergantung.

Kepercayaan nasabah dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keyakinan bahwa Bank Mandiri memiliki kompetensi, kepedulian, integritas, dan perilaku yang dapat diprediksi dalam menyediakan serta mengelola *Livin' by Mandiri*. Target kepercayaan adalah Bank Mandiri sebagai penyedia layanan, sedangkan konteks kepercayaannya adalah penggunaan aplikasi *Livin' by Mandiri*.

Kepercayaan membantu nasabah menghadapi kondisi ketika seluruh konsekuensi transaksi tidak dapat diawasi secara langsung. Ketika nasabah memberikan data dan otorisasi melalui aplikasi, nasabah bergantung pada sistem, prosedur, serta tindakan bank. Kepercayaan terbentuk apabila bank dinilai mampu, peduli, jujur, dan konsisten dalam melindungi kepentingan nasabah.

2.1.4.2 Dimensi Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan nasabah diukur melalui 4 (empat) dimensi, yaitu *competence*, *benevolence*, *integrity*, dan *predictability*. Setiap dimensi diukur melalui 3 (tiga) pernyataan kuesioner.

1. *Competence* atau kompetensi merupakan keyakinan bahwa Bank Mandiri memiliki kemampuan, pengetahuan, dan sumber daya untuk mengelola Livin' by Mandiri, menjaga keamanan transaksi, serta menyelesaikan masalah pengguna.
2. *Benevolence* atau kepedulian merupakan keyakinan bahwa Bank Mandiri memperhatikan kepentingan dan keselamatan nasabah, memberikan bantuan, serta menangani masalah atau dugaan *fraud* secara bertanggung jawab.
3. *Integrity* atau integritas merupakan keyakinan bahwa Bank Mandiri bersikap jujur, terbuka, mematuhi ketentuan, tidak menyalahgunakan data nasabah, dan memenuhi komitmen perlindungan konsumen.
4. *Predictability* atau keterprediksian merupakan keyakinan bahwa Bank Mandiri menunjukkan perilaku, kualitas layanan, dan penanganan masalah yang konsisten sehingga tindakan bank dapat diperkirakan oleh nasabah.

2.1.4.3 Indikator Kepercayaan Nasabah

Berdasarkan keempat dimensi tersebut, indikator kepercayaan nasabah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Keyakinan terhadap kompetensi Bank Mandiri dalam mengelola layanan, transaksi, keamanan, dan penyelesaian masalah.

2. Keyakinan terhadap kepedulian Bank Mandiri dalam melindungi kepentingan serta keselamatan nasabah.
3. Keyakinan terhadap integritas Bank Mandiri dalam menyampaikan informasi, mematuhi ketentuan, dan memenuhi komitmen.
4. Keyakinan terhadap konsistensi dan keterprediksian tindakan Bank Mandiri dalam menyediakan serta menangani layanan digital.

Semakin tinggi penilaian nasabah terhadap kompetensi, kepedulian, integritas, dan keterprediksian Bank Mandiri, semakin tinggi kepercayaan nasabah dalam penggunaan Livin' by Mandiri.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat dasar empiris hubungan antarvariabel dan menunjukkan perbedaan penelitian saat ini. Literatur dipilih berdasarkan relevansinya terhadap pembentukan kepercayaan digital, kemudahan layanan *mobile banking*, persepsi risiko, serta layanan *mobile banking*. Ringkasan penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun	Fokus/Variabel	Hasil Penelitian
1	Luo et al. (2010)	<i>Multidimensional trust, multifaceted perceived risk, dan penerimaan awal mobile banking.</i>	Kepercayaan dan persepsi risiko merupakan faktor penting dalam penerimaan awal <i>mobile banking</i> . Risiko yang dirasakan terdiri atas beberapa dimensi dan berperan dalam menjelaskan keputusan pengguna.
2	Zhou (2011)	<i>Structural assurance, information quality, system quality, initial trust, perceived usefulness, dan niat menggunakan mobile banking.</i>	<i>Structural assurance</i> dan <i>information quality</i> menjadi penentu utama <i>initial trust</i> . <i>Initial trust</i> selanjutnya memengaruhi <i>perceived usefulness</i> dan niat penggunaan <i>mobile banking</i> .
3	Zhou (2012)	<i>Information quality, service quality, system quality, structural assurance, reputation, dan initial trust.</i>	<i>Initial trust</i> berkembang melalui jalur sentral dan perifer. Kualitas informasi dan layanan berperan sebagai isyarat sentral, sedangkan kualitas sistem, jaminan struktural, dan reputasi menjadi isyarat perifer.

No.	Peneliti/Tahun	Fokus/Variabel	Hasil Penelitian
4	Chiu et al. (2017)	<i>Infrastructure quality, perceived cost, privacy, security, initial trust, dan behavioral intention mobile banking.</i>	Faktor infrastruktur, privasi, dan keamanan berperan dalam pembentukan <i>initial trust</i> , sedangkan <i>initial trust</i> mendukung niat pengguna untuk mengadopsi <i>mobile banking</i> .
5	Arcand et al. (2017)	Kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan kualitas hubungan nasabah dengan bank.	<i>Practicity</i> serta <i>security/privacy</i> berhubungan dengan kepercayaan. Dimensi desain antarmuka tidak selalu menunjukkan hubungan langsung dengan kepercayaan.
6	Sani dan Ratmono (2021)	Persepsi teknologi, persepsi risiko, dan kepercayaan pengguna <i>m-banking</i> BRI.	Persepsi teknologi dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna, baik secara parsial maupun simultan.
7	Tanuwijaya dan Arifin (2023)	<i>Operational risk, performance risk, security risk, dan perceived risk</i> pengguna <i>m-banking/internet banking</i> .	<i>Security risk</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived risk</i> , sedangkan <i>operational risk</i> dan <i>performance risk</i> tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

No.	Peneliti/Tahun	Fokus/Variabel	Hasil Penelitian
8	Almaiah et al. (2023)	<i>Perceived risk, perceived security, perceived trust, ease of use, usefulness, service quality, sikap, dan adopsi smart m-banking.</i>	<i>Perceived risk</i> berpengaruh negatif terhadap kepercayaan dan sikap menggunakan <i>mobile banking</i> , sedangkan <i>perceived security</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan.
9	Anggara et al. (2024)	<i>Security, perceived ease of use, service features, trust, dan minat menggunakan mobile banking BPD DIY.</i>	<i>Service features</i> berpengaruh terhadap kepercayaan, sedangkan <i>security</i> dan <i>perceived ease of use</i> tidak berpengaruh terhadap kepercayaan maupun minat penggunaan.
10	Utama et al. (2024)	Persepsi kemudahan, persepsi risiko, kepercayaan, pengalaman pengguna, dan minat menggunakan <i>mobile banking</i> .	Persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna berpengaruh positif terhadap minat, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan.

Sumber: Diolah penulis dari berbagai penelitian terdahulu.

Berdasarkan Tabel 2.2, penelitian empiris mengenai *mobile banking* menunjukkan bahwa kepercayaan diperlukan untuk menghadapi ketidakpastian dalam transaksi digital. Luo et al. (2010), Zhou (2011, 2012), Chiu et al. (2017), dan Arcand et al. (2017) menunjukkan bahwa keamanan, jaminan struktural,

kualitas informasi, kualitas layanan, dan kepraktisan dapat menjadi isyarat pembentukan kepercayaan.

Temuan mengenai kemudahan layanan belum sepenuhnya konsisten. Arcand et al. (2017) menunjukkan bahwa kepraktisan layanan berhubungan dengan kepercayaan, sedangkan Anggara et al. (2024) menemukan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna *mobile banking* BPD DIY. Utama et al. (2024) menemukan pengaruh positif kemudahan terhadap minat penggunaan, tetapi tidak menguji kepercayaan sebagai variabel dependen. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh langsung kemudahan layanan terhadap kepercayaan masih perlu diuji pada objek yang berbeda.

Penelitian mengenai risiko memberikan dukungan yang lebih langsung. Sani dan Ratmono (2021) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna *m-banking*. Almaiah et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap kepercayaan, sedangkan Tanuwijaya dan Arifin (2023) menemukan bahwa *security risk* menjadi pembentuk utama *perceived risk*. Temuan tersebut mendukung penajaman risiko pada *fraud* digital yang mencakup kerugian dana, penyalahgunaan data, pengambilalihan akun, *phishing*, dan *social engineering*.

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek, posisi variabel, dan fokus risiko. Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Mandiri pengguna *Livin'* by Mandiri di Kota Bandung. Kepercayaan ditempatkan sebagai variabel dependen utama dan diukur melalui *competence*, *benevolence*, *integrity*, serta *predictability*. Persepsi risiko dipersempit menjadi risiko *fraud* digital, sedangkan kemudahan

layanan dibatasi pada kemudahan nasabah dalam mempelajari, memahami, mengendalikan, dan menggunakan Livin' by Mandiri.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penalaran teoritis yang menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, pembentukan kepercayaan nasabah dipahami sebagai hasil evaluasi terhadap isyarat positif dan negatif dalam penggunaan Livin' by Mandiri. Kemudahan layanan menjadi isyarat positif karena dapat menunjukkan kompetensi serta keteraturan layanan, sedangkan persepsi risiko *fraud* digital menjadi isyarat negatif karena meningkatkan ketidakpastian mengenai keamanan dana, data, dan kendali transaksi.

2.3.1 Pengaruh Kemudahan Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepercayaan Nasabah

Kemudahan layanan menunjukkan sejauh mana nasabah merasa bahwa Livin' by Mandiri dapat dipelajari dan dioperasikan tanpa usaha yang besar. Aplikasi yang mudah dipahami dapat mengurangi ketidakpastian saat pengguna memilih menu, mengikuti instruksi, dan menyelesaikan transaksi. Ketika alur penggunaan sesuai dengan harapan, nasabah memperoleh isyarat bahwa bank memiliki kemampuan untuk merancang dan mengelola layanan digital secara teratur.

Dalam perspektif TFT, kemudahan layanan dapat berperan sebagai isyarat yang membantu membentuk *trusting beliefs*. Kemudahan yang konsisten

memperkuat penilaian terhadap kompetensi (*competence*) karena nasabah melihat bahwa Bank Mandiri mampu menyediakan sistem yang dapat dipahami dan dikendalikan. Pengalaman penggunaan yang jelas juga mendukung *situational normality* karena interaksi berlangsung sebagaimana yang diharapkan dalam layanan perbankan digital.

(Davis, 1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berkaitan dengan rendahnya usaha yang dibutuhkan pengguna. Dalam konteks *mobile banking*, (Arcand et al., 2017) menemukan bahwa *practicity* berkaitan dengan kepercayaan, sedangkan (Anggara et al., 2024b) menemukan hasil yang berbeda karena *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *trust* pada nasabah BPD DIY. Ketidakkonsistenan tersebut menunjukkan bahwa hubungan kemudahan layanan dan kepercayaan masih perlu diuji pada konteks Bank Mandiri dan Livin' by Mandiri.

Berdasarkan uraian tersebut, semakin tinggi kemudahan layanan Livin' by Mandiri yang dirasakan nasabah, semakin tinggi keyakinan nasabah terhadap kompetensi dan keandalan Bank Mandiri dalam menyediakan layanan digital. Oleh karena itu, kemudahan layanan *mobile banking* diperkirakan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

2.3.2 Pengaruh Persepsi Risiko *Fraud* Digital terhadap Kepercayaan Nasabah

Persepsi risiko *fraud* digital menunjukkan penilaian nasabah terhadap kemungkinan dan dampak kerugian akibat penipuan digital. Risiko tersebut berkaitan dengan kehilangan dana, penyalahgunaan kredensial, pengambilalihan

akun, transaksi tanpa otorisasi, serta *social engineering*. Ketika risiko dipersepsikan tinggi, nasabah menghadapi ketidakpastian yang lebih besar dan merasa memiliki kendali yang lebih rendah terhadap hasil transaksi.

Dalam perspektif TFT, risiko yang tinggi dapat melemahkan *institution-based trust* dan *trusting beliefs*. Kekhawatiran terhadap perlindungan yang tidak memadai dapat menurunkan *structural assurance*. Pada saat yang sama, ketakutan terhadap kerugian dapat menimbulkan keraguan terhadap *competence* Bank Mandiri dalam melindungi sistem, *benevolence* dalam memperhatikan kepentingan nasabah, dan *integrity* dalam memenuhi tanggung jawab perlindungan konsumen.

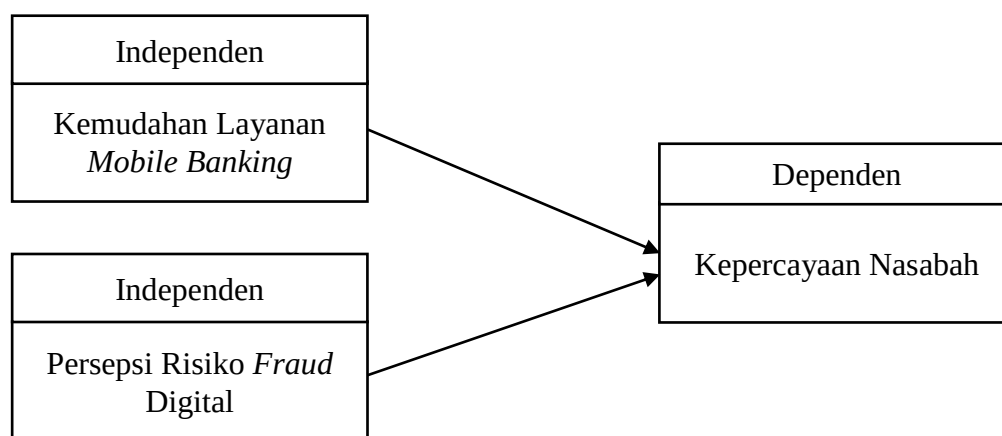
(Featherman & Pavlou, 2003) menjelaskan bahwa risiko layanan elektronik menurunkan penerimaan karena pengguna memperhitungkan berbagai bentuk potensi kerugian. (Luo et al., 2010) menegaskan pentingnya persepsi risiko dalam penerimaan awal *mobile banking*, sedangkan (Tanuwijaya & Arifin, 2023) menemukan bahwa *security risk* berperan signifikan dalam membentuk *perceived risk*. (Utama et al., 2024) juga menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki arah negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian tersebut, semakin tinggi risiko *fraud* digital yang dirasakan nasabah, semakin besar ketidakpastian dan semakin rendah keyakinan bahwa kepentingan nasabah terlindungi. Oleh karena itu, persepsi risiko *fraud* digital diperkirakan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kajian teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, paradigma penelitian menggambarkan hubungan kemudahan layanan *mobile banking* dan persepsi risiko *fraud* digital terhadap kepercayaan nasabah. Kemudahan layanan diperkirakan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah, sedangkan persepsi risiko *fraud* digital diperkirakan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan visualisasi bagan konseptual di atas, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H₁ : Kemudahan Layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah pada Perbankan.

H₂ : Persepsi Risiko *Fraud* Digital berpengaruh terhadap Kepercayaan Nasabah pada Perbankan.