

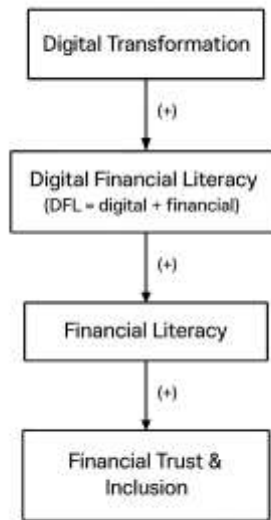
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Kovács & Terták (2024)

Penelitian yang dilakukan oleh Kovács dan Terták (2024) berjudul “*Thematic Review of Financial Education and Financial Literacy in the Digital Age*” bertujuan untuk menelaah pengaruh literasi keuangan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan di era digital. Penelitian ini menggunakan *metode systematic literature review* dengan menganalisis lebih dari lima puluh artikel ilmiah dari kawasan Eropa dan Asia. Fokus utama penelitian ini adalah pada variabel *financial education* dan *financial literacy* dalam konteks digitalisasi layanan keuangan. Hasil kajian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan secara digital berdampak positif terhadap kepercayaan publik dan memperkuat reputasi lembaga keuangan. Penelitian ini menegaskan bahwa edukasi keuangan berperan penting dalam membangun kredibilitas dan persepsi positif terhadap institusi finansial, terutama di era digital yang menuntut transparansi dan keamanan tinggi.



Sumber: Kerangka Pemikiran Kovács & Terták (2024)

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Kovács & Terták (2024)

Persamaan:

1. Sama-sama meneliti peran edukasi keuangan dalam membangun kepercayaan terhadap lembaga keuangan.
2. Menghubungkan edukasi finansial dengan peningkatan reputasi dan citra positif lembaga keuangan.
3. Menempatkan literasi keuangan sebagai dasar pembentuk kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan.

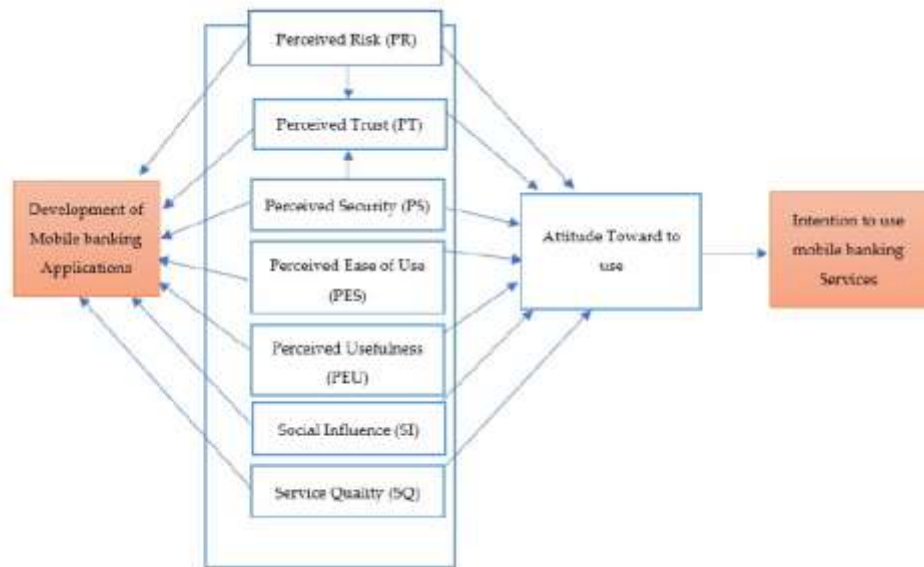
Perbedaan:

1. Penelitian Kovács & Terták (2024) merupakan kajian literatur global, sedangkan penelitian ini bersifat empiris kuantitatif di Indonesia.
2. Penelitian terdahulu berfokus pada negara-negara Eropa, sementara penelitian ini meneliti nasabah perbankan di Surabaya.

3. Penelitian ini menambahkan variabel aktivitas perlindungan keamanan yang tidak dibahas dalam studi Kovács & Terták.

2.1.2 Almaiah *et al.* (2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Almaiah, Al-Otaibi, Shishakly, Hassan, Lutfi, Alrawad, Qatawneh, dan Alghanam (2023) berjudul “*Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM*” bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko dan keamanan terhadap kepercayaan pengguna dalam penggunaan layanan *mobile banking* di Arab Saudi. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan melibatkan lebih dari 350 responden pengguna *mobile banking*. Fokus utama penelitian ini adalah pada variabel *perceived security*, *perceived risk*, dan *perceived trust* dalam konteks adopsi layanan keuangan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust serta sikap terhadap penggunaan, sedangkan *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap trust dan niat menggunakan layanan. Penelitian ini menegaskan bahwa sistem keamanan yang baik diperoleh melalui penerapan autentikasi ganda, enkripsi data, serta perlindungan privasi yang berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan dan reputasi lembaga keuangan di era digital.



Sumber: Kerangka Pemikiran Almaiah *et al.* (2023)

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Almaiah *et al.* (2023)

Persamaan:

1. Sama-sama meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan terhadap lembaga keuangan digital.
2. Menghubungkan aspek keamanan digital dengan peningkatan reputasi dan kredibilitas lembaga keuangan.
3. Menempatkan kepercayaan sebagai variabel kunci dalam membangun hubungan positif antara lembaga keuangan dan pengguna layanan digital.

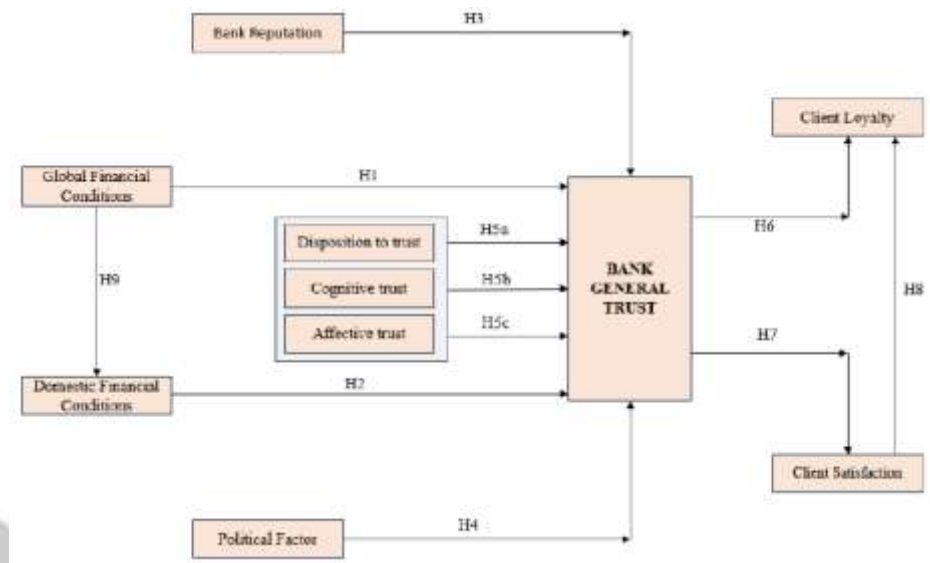
Perbedaan:

1. Penelitian ini berfokus pada pengguna *mobile banking* di Arab Saudi, sedangkan penelitian ini dilakukan pada karyawan Generasi Z di Jawa Timur.

2. Penelitian terdahulu menyoroiti faktor risiko dan keamanan dalam konteks adopsi teknologi, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel aktivitas perlindungan keamanan yang lebih luas.
3. Penelitian ini menambahkan konteks perlindungan keamanan organisasi sebagai bagian dari faktor yang memengaruhi kinerja dan keterikatan karyawan.

2.1.3 Cardoso & Cardoso (2024)

Penelitian yang dilakukan oleh Cardoso dan Cardoso (2024) berjudul “*Bank Reputation and Trust: Impact on Client Satisfaction and Loyalty for Portuguese Clients.*” Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara reputasi bank, kepercayaan nasabah, kepuasan, dan loyalitas nasabah pada lembaga keuangan di Portugal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survei dengan jumlah 400 responden nasabah bank komersial. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara convenience sampling, dan data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui aplikasi *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi bank memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah, serta berimplikasi langsung terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Reputasi lembaga yang baik terbukti meningkatkan persepsi keamanan dan kredibilitas bank di mata publik.



Sumber: Kerangka Pemikiran Cardoso & Cardoso (2024)

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran Cardoso & Cardoso (2024)

Persamaan:

1. Sama-sama meneliti pengaruh reputasi bank terhadap kepercayaan nasabah.
2. Menggunakan metode kuantitatif dengan model analisis hubungan antarvariabel.
3. Menempatkan reputasi bank sebagai faktor penting pembentuk kepercayaan dan loyalitas.

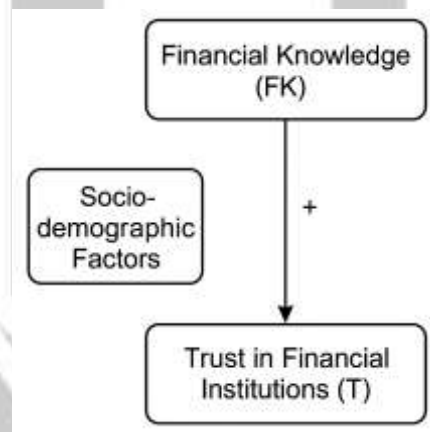
Perbedaan:

1. Penelitian Cardoso & Cardoso (2024) dilakukan di Portugal, sedangkan penelitian ini dilakukan di Surabaya, Indonesia.
2. Penelitian terdahulu menambahkan variabel kepuasan dan loyalitas, sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada reputasi dan kepercayaan.

3. Penelitian ini juga menambahkan variabel edukasi nasabah dan aktivitas perlindungan keamanan, yang tidak terdapat dalam penelitian terdahulu.

2.1.4 Van der Cruijisen, de Haan, & Roerink (2021)

Penelitian oleh van der Cruijisen *et al.* (2021) berjudul “*Financial Knowledge and Trust in Financial Institutions*” bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan finansial terhadap tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan di Belanda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif *longitudinal* dengan data survei yang dikumpulkan selama empat belas tahun melalui lembaga survei nasional Belanda. Variabel utama dalam penelitian ini meliputi *financial knowledge* sebagai variabel independen dan *trust in financial institutions* sebagai variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan adalah panel *regression analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan finansial yang tinggi berpengaruh positif terhadap kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan dan berperan penting dalam mengurangi persepsi risiko dalam pengambilan keputusan finansial.



Sumber: Kerangka Pemikiran Van der Cruijisen, de Haan, & Roerink (2021)

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran Van der Cruijisen, de Haan, & Roerink (2021)

Persamaan

1. Sama-sama meneliti pengaruh literasi atau edukasi keuangan terhadap kepercayaan terhadap lembaga keuangan.
2. Menggunakan metode kuantitatif berbasis data survei.
3. Sama-sama menyoroti pentingnya pengetahuan finansial dalam memperkuat reputasi dan kredibilitas lembaga keuangan.

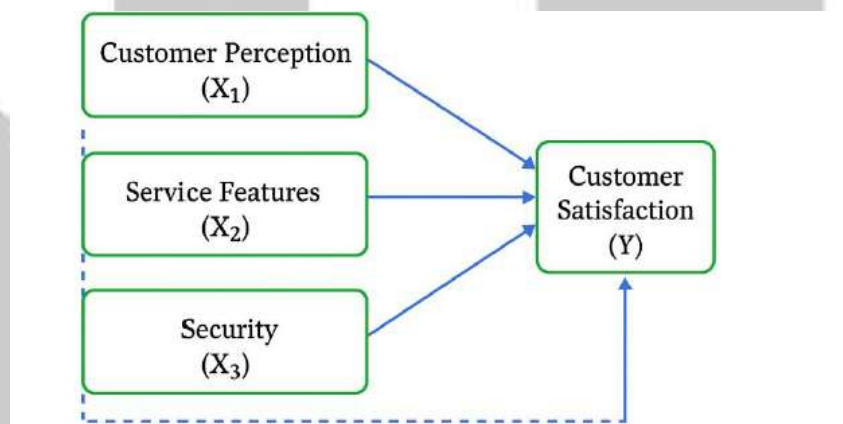
Perbedaan:

1. Penelitian van der Crujisen *et al.* (2021) dilakukan di Belanda dengan data longitudinal, sedangkan penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan data cross-sectional.
2. Penelitian terdahulu hanya berfokus pada hubungan langsung antara literasi dan kepercayaan, sedangkan penelitian ini menambahkan reputasi bank sebagai variabel mediasi.
3. Penelitian ini juga mengkaji aktivitas perlindungan keamanan, yang tidak menjadi fokus pada penelitian terdahulu.

2.1.5 Iriawan & Oktaviana (2025)

Penelitian yang dilakukan oleh Iriawan dan Oktaviana (2025) berjudul “*The Influence of Customer Perceptions, Service Features, and Security on Mobile Banking Customer Satisfaction at Indonesian Sharia Banks.*” Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi nasabah, fitur layanan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking di perbankan syariah Indonesia. Penelitian menggunakan metode kuantitatif eksplanatori dengan jumlah 200 responden yang diambil menggunakan purposive sampling. Variabel independen

terdiri dari customer perception, service features, dan security, sedangkan variabel dependen adalah *customer satisfaction*. Data dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan layanan digital memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan tingkat keamanan yang tinggi berkontribusi pada peningkatan kepercayaan terhadap lembaga perbankan syariah.



Sumber: Kerangka Pemikiran Iriawan dan Oktaviana (2025)

Gambar 2.5
Kerangka Pemikiran Iriawan & Oktaviana (2025)

Persamaan:

1. Sama-sama meneliti pengaruh aktivitas perlindungan keamanan terhadap kepercayaan nasabah.
2. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis hubungan antarvariabel.
3. Sama-sama membahas layanan digital banking sebagai konteks penelitian.

Perbedaan:

1. Penelitian Iriawan & Oktaviana (2025) berfokus pada bank syariah, sedangkan penelitian ini pada bank umum di Surabaya.

2. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kepuasan nasabah, sedangkan penelitian ini berfokus pada reputasi dan kepercayaan bank.
3. Penelitian terdahulu tidak mencakup edukasi nasabah sebagai variabel penelitian.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Kovács & Terták (2024)	Literasi keuangan digital dan kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan	<i>Financial education, financial literacy, trust in financial institutions</i>	>50 publikasi akademik (kajian literatur global)	<i>Systematic Literature Review (Thematic)</i>	Literasi keuangan digital meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat reputasi lembaga keuangan.
2	Almaiah, Al-Khasawneh, & Althunibat (2023)	Pengaruh persepsi risiko dan keamanan terhadap kepercayaan pengguna mobile banking	<i>Perceived risk, perceived security, perceived trust</i>	350 responden pengguna m-banking di Arab Saudi	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan pengguna, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif.

No	Nama & Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
3	Cardoso & Cardoso (2024)	Pengaruh reputasi bank terhadap kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah	<i>Bank reputation, trust, satisfaction, loyalty</i>	400 nasabah bank di Portugal	<i>Structural Equation Modeling (SmartPLS)</i>	Reputasi bank berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah melalui kepuasan.
4	van der Crujsen, de Haan, & Roerink (2021)	Pengaruh literasi finansial terhadap kepercayaan pada lembaga keuangan	<i>Financial knowledge, trust in financial institutions</i>	Data longitudinal nasional (Belanda) selama 14 tahun	<i>Panel Regression Analysis</i>	Pengetahuan finansial meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan dan menurunkan persepsi risiko.
5	Iriawan & Oktaviana (2025)	Pengaruh persepsi nasabah, fitur layanan, dan keamanan terhadap kepuasan pengguna <i>mobile banking</i>	<i>Customer perception, service features, security, customer satisfaction</i>	200 pengguna <i>mobile banking</i> bank syariah di Indonesia	Regresi Linier Berganda (SPSS)	Keamanan digital berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah bank syariah.

Sumber: Kovács & Terták (2024), Almaiah, Al-Khasawneh, & Althunibat (2023), Cardoso & Cardoso (2024), van der Crujsen, de Haan, & Roerink (2021), Iriawan & Oktaviana (2025)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Edukasi Nasabah

Edukasi nasabah merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh lembaga keuangan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan nasabah dalam mengelola keuangan, memahami produk perbankan, serta mengenali risiko dalam layanan digital. Menurut Kovács dan Terták (2024), edukasi keuangan di era digital berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang rasional dan meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga keuangan. Hal ini sejalan dengan pandangan Cruijssen *et al.* (2021) yang menjelaskan bahwa tingkat pengetahuan finansial yang lebih tinggi akan menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perbankan. Dalam konteks perbankan digital, edukasi nasabah juga mencakup kemampuan memahami keamanan transaksi, privasi data, serta tanggung jawab dalam penggunaan layanan daring (OJK, 2024).

Adapun indikator Edukasi Nasabah dalam penelitian ini diadaptasi dari Kovács & Terták (2024) dan van der Cruijssen *et al.* (2021), dengan penyesuaian pada konteks perbankan digital di Indonesia, yaitu:

1. Pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan digital bank.

Menunjukkan sejauh mana nasabah memahami fitur, fungsi, dan manfaat layanan digital perbankan.

2. Kemampuan nasabah dalam mengidentifikasi risiko digital.

Mencakup kesadaran terhadap potensi risiko seperti penipuan online atau kebocoran data pribadi.

3. Partisipasi nasabah dalam program edukasi digital yang diselenggarakan bank.

Mengukur sejauh mana nasabah aktif mengikuti pelatihan, seminar, atau kampanye literasi keuangan digital.

4. Pemahaman terhadap hak dan kewajiban dalam penggunaan layanan digital.

Menunjukkan kesadaran hukum dan tanggung jawab nasabah sesuai regulasi OJK terkait perlindungan konsumen.

5. Transparansi penjelasan fitur layanan digital

Kejelasan informasi yang diberikan bank agar nasabah memahami fitur layanan sebelum digunakan.

2.2.2 Aktiitas Perlindungan Keamanan

Aktivitas perlindungan keamanan merupakan seluruh langkah preventif dan responsif yang dilakukan oleh lembaga perbankan untuk menjaga kerahasiaan, integritas, serta ketersediaan data nasabah dalam layanan digital. Menurut Almaiah, Al-Khasawneh, dan Althunibat (2023), persepsi keamanan digital adalah faktor penting yang memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap mobile banking karena menggambarkan sejauh mana sistem mampu melindungi data pribadi dan transaksi keuangan. Tarigan dan Hartono (2019) menegaskan bahwa perlindungan konsumen pada layanan digital banking harus mencakup aspek keamanan sistem, transparansi prosedur, serta mekanisme penanganan keluhan nasabah sesuai ketentuan POJK No. 12/POJK.03/2018. Dengan demikian, aktivitas perlindungan keamanan tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga mencerminkan komitmen etis dan hukum lembaga perbankan dalam menjaga kepercayaan publik di era digital.

Adapun indikator Aktivitas Pelindungan Keamanan dalam penelitian ini diadaptasi dari Almaiah *et al.* (2023) serta panduan POJK No. 12/POJK.03/2018 yang diulas oleh Tarigan & Hartono (2019), yaitu:

1. Penerapan sistem autentikasi dan verifikasi yang aman.

Mengukur tingkat keamanan login dan otorisasi transaksi digital nasabah.

2. Perlindungan terhadap data dan privasi nasabah.

Mencakup kebijakan bank dalam menjaga kerahasiaan data pribadi sesuai regulasi OJK.

3. Ketersediaan sarana pengaduan dan penanganan insiden keamanan.

Menilai kesiapan bank dalam menanggapi laporan pelanggaran atau gangguan keamanan digital.

4. Sosialisasi dan edukasi keamanan digital kepada nasabah.

Menunjukkan upaya bank dalam meningkatkan kesadaran pengguna mengenai praktik keamanan siber.

5. Kepatuhan terhadap regulasi dan standar keamanan digital perbankan.

Menilai sejauh mana lembaga menerapkan ketentuan POJK dan standar keamanan TI dalam operasional digitalnya.

6. Tanggung jawab bank atas risiko dan gangguan digital

Komitmen bank menanggung dan menyelesaikan kerugian akibat kegagalan sistem digital banking.

2.2.3 Reputasi

Reputasi bank merupakan persepsi publik terhadap kredibilitas, integritas, dan konsistensi kinerja lembaga perbankan yang terbentuk dari pengalaman,

komunikasi, serta citra yang dibangun dalam jangka panjang. Menurut Wang, Lo, dan Hui (2003), reputasi adalah hasil dari penilaian kolektif terhadap keandalan dan tanggung jawab lembaga dalam memenuhi janji kepada nasabah. Pejić Bach *et al.* (2020) menegaskan bahwa reputasi bank dalam konteks layanan digital terbentuk melalui pengalaman positif nasabah terhadap kualitas layanan, keamanan sistem, dan kepercayaan terhadap bank. Reputasi yang baik tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga menjadi faktor pembeda kompetitif di tengah persaingan industri perbankan digital. Sementara itu, Cardoso dan Cardoso (2024) menyatakan bahwa reputasi bank mencerminkan citra profesional dan etika lembaga dalam menjaga kepuasan serta kepercayaan nasabahnya.

Adapun indikator Reputasi Bank dalam penelitian ini diadaptasi dari konstruk bank reputation yang dikembangkan oleh Wang *et al.* (2003) dan digunakan kembali oleh Pejić Bach *et al.* (2020) serta Cardoso & Cardoso (2024), yaitu:

1. Bank memiliki reputasi yang baik.
Menggambarkan persepsi umum nasabah terhadap citra positif dan kredibilitas lembaga perbankan.
2. Reputasi bank di mata masyarakat dinilai positif.
Menilai sejauh mana pandangan publik terhadap keandalan dan integritas bank.
3. Reputasi bank lebih unggul dibanding pesaing.
Mencerminkan posisi kompetitif dan daya saing reputasional lembaga di antara bank lain.

2.2.4 Kepercayaan

Kepercayaan terhadap bank merupakan keyakinan nasabah bahwa lembaga perbankan akan bertindak secara jujur, amanah, dan kompeten dalam mengelola dana serta melindungi kepentingan mereka. Menurut Pejić Bach *et al.* (2020), kepercayaan menjadi elemen psikologis utama dalam hubungan antara nasabah dan bank, khususnya pada layanan digital yang mengandalkan sistem elektronik tanpa interaksi langsung. Kepercayaan muncul dari persepsi nasabah terhadap keamanan, transparansi, serta reliabilitas layanan yang diberikan. Wang, Lo, dan Hui (2003) menjelaskan bahwa trust merupakan bentuk keyakinan bahwa bank mampu memenuhi janji dan komitmen sesuai harapan pelanggan. Sementara itu, Cardoso dan Cardoso (2024) menambahkan bahwa kepercayaan dibangun melalui reputasi positif dan pengalaman pelayanan yang konsisten, sehingga menjadi dasar terciptanya loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan.

Adapun indikator Kepercayaan terhadap Bank dalam penelitian ini diadaptasi dari konstruk trust toward the bank oleh Pejić Bach *et al.* (2020) dan Wang *et al.* (2003) dengan penyesuaian pada konteks digital banking di Indonesia, yaitu:

1. Saya percaya bahwa bank memperhatikan kepentingan nasabah.
Menggambarkan persepsi nasabah terhadap integritas dan komitmen bank dalam menjaga kepuasan pelanggan.
2. Saya percaya terhadap keamanan dan keandalan layanan digital bank.
Mmencerminkan keyakinan bahwa sistem digital bank beroperasi secara aman dan terpercaya.
3. Saya percaya bahwa bank melindungi data dan privasi nasabah.

Menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap tanggung jawab bank dalam menjaga kerahasiaan informasi pribadi.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Edukasi Nasabah terhadap Reputasi Bank

Peran edukasi nasabah semakin penting di era digitalisasi perbankan yang menuntut transparansi dan literasi tinggi. Edukasi keuangan berfungsi bukan hanya sebagai sarana peningkatan pengetahuan, tetapi juga membangun persepsi positif masyarakat terhadap kredibilitas lembaga perbankan. Studi oleh van der Crujisen, de Haan, dan Roerink (2021) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga keuangan yang mereka gunakan, karena pemahaman yang baik mengurangi ketidakpastian dan persepsi risiko. Kovács (2024) menambahkan bahwa pendidikan keuangan yang dikemas secara kontekstual dan interaktif mampu memperkuat citra lembaga keuangan melalui pembentukan perilaku nasabah yang lebih rasional dan loyal. Dengan demikian, edukasi nasabah tidak hanya berdampak pada pemahaman individu, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membangun reputasi lembaga yang kredibel dan bertanggung jawab secara sosial.

Beberapa penelitian lain juga memperkuat kaitan antara literasi keuangan dan reputasi lembaga keuangan. Studi di sektor perbankan digital menegaskan bahwa edukasi yang efektif meningkatkan persepsi profesionalisme dan integritas institusi (Almaiah *et al.*, 2023). Di sisi lain, bank yang gagal menyediakan edukasi yang relevan cenderung dipersepsikan kurang transparan dan kurang peduli terhadap kebutuhan pelanggan. Kondisi ini menegaskan pentingnya peran edukasi nasabah

sebagai strategi reputasional jangka panjang. Berdasarkan kajian teori dan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas edukasi yang diberikan kepada nasabah, semakin positif pula reputasi yang terbentuk terhadap lembaga perbankan.

2.3.2 Pengaruh Aktivitas Perlindungan Keamanan terhadap Reputasi Bank

Keamanan digital merupakan elemen fundamental dalam mempertahankan kepercayaan dan reputasi lembaga perbankan. Dalam konteks layanan perbankan berbasis teknologi, persepsi keamanan berperan penting dalam membentuk citra lembaga sebagai institusi yang dapat diandalkan dan bertanggung jawab. Almaiah *et al.* (2023) menjelaskan bahwa persepsi risiko dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Ketika pengguna merasa sistem perbankan mampu melindungi data pribadi dan transaksi mereka, reputasi lembaga meningkat karena dianggap memiliki kredibilitas dan integritas yang tinggi. Sebaliknya, pelanggaran data atau serangan siber yang tidak ditangani secara transparan dapat menurunkan reputasi secara drastis dan berdampak pada hilangnya kepercayaan publik.

Penelitian lain juga menegaskan bahwa sistem keamanan yang kuat berkontribusi langsung terhadap pembentukan reputasi positif lembaga keuangan. Studi oleh Iriawan dan Oktaviana (2025) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap fitur keamanan pada mobile banking bank syariah di Indonesia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, yang keduanya berhubungan erat dengan reputasi lembaga. Cardoso dan Cardoso (2024) juga menemukan bahwa reputasi bank meningkat ketika lembaga menunjukkan

komitmen terhadap keamanan dan keandalan sistem digitalnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa aktivitas perlindungan keamanan yang kuat tidak hanya mencegah risiko operasional, tetapi juga menjadi sinyal penting yang memperkuat reputasi bank di mata publik.

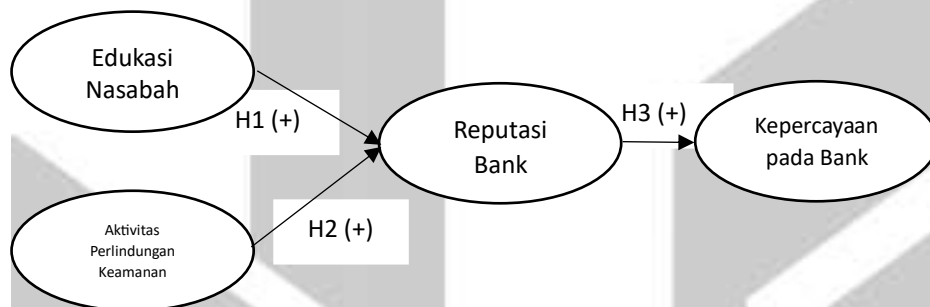
2.3.3 Pengaruh Reputasi Bank terhadap Kepercayaan pada Bank

Reputasi bank merupakan faktor psikologis yang mendasari pembentukan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan. Reputasi mencerminkan konsistensi, integritas, dan kualitas pelayanan yang ditunjukkan oleh lembaga dalam jangka panjang. Cardoso dan Cardoso (2024) menemukan bahwa reputasi bank memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah karena reputasi berfungsi sebagai indikator keandalan lembaga. Dalam konteks perbankan digital, reputasi yang positif memperkuat persepsi bahwa lembaga mampu melindungi kepentingan dan data nasabah secara berkelanjutan. Reputasi yang kuat juga berperan sebagai jaminan sosial yang menggantikan pengalaman langsung, terutama bagi nasabah baru yang belum memiliki interaksi mendalam dengan lembaga perbankan.

Temuan empiris lain mendukung hubungan positif antara reputasi dan kepercayaan. Almaiah *et al.* (2023) menjelaskan bahwa reputasi lembaga keuangan terbentuk melalui pengalaman positif pengguna yang mencakup keamanan, transparansi, dan konsistensi layanan digital. Ketika reputasi meningkat, kepercayaan nasabah terhadap keandalan sistem perbankan juga ikut menguat. Studi lain menunjukkan bahwa reputasi berperan penting dalam memediasi pengaruh berbagai faktor layanan, termasuk keamanan dan edukasi, terhadap

pembentukan kepercayaan (van der Crujisen *et al.*, 2021). Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa reputasi bank berfungsi sebagai fondasi utama yang menentukan tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan.

2.4 Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah, 2025

Gambar 2.6
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

H1 : Edukasi nasabah berpengaruh positif terhadap reputasi bank di Surabaya

H2 : Aktivitas perlindungan keamanan berpengaruh positif terhadap reputasi bank di Surabaya

H3 : Reputasi bank berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank di Surabaya