



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI ADOPSI DIGITAL BANKING: SYSTEMATIC LITERATUR REVIEW

Nesya Azrina Fernanda Shalvianita¹⁾, Ardhea Mareta Aini²⁾, Ida Ayu Nuh Kartini³⁾

- ¹⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: nesyaazrina1234@gmail.com
- ²⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: ardheamaretaaini2005@gmail.com
- ³⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: nuhkartini@untag-sby.ac.id

Abstract

The rapid development of information technology has transformed the banking industry through the implementation of digital banking services, which aim to improve efficiency, accessibility, and service quality for customers. Although the use of digital banking continues to increase, its adoption is influenced by various factors that determine customers' willingness to use these services. This study aims to identify the factors influencing digital banking adoption by applying the Systematic Literature Review (SLR) method. The study was conducted by collecting, selecting, and analyzing relevant scientific articles based on predetermined inclusion and exclusion criteria. The findings indicate that perceived usefulness, perceived ease of use, trust, security, social influence, and digital literacy are the primary factors affecting digital banking adoption. In addition, the results reveal that the successful implementation of digital banking depends not only on technological innovation but also on the banking industry's ability to establish customer trust, ensure transaction security, and improve digital literacy. Therefore, banking institutions should continuously enhance service quality, strengthen security systems, and promote digital literacy programs to encourage broader adoption of digital banking services. This study is expected to provide valuable insights for banking practitioners and serve as a reference for future research on digital banking adoption.

Keywords: Digital banking; Digital banking adoption; Systematic Literature Review; Technology Acceptance Model; Banking services.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi industri perbankan melalui penerapan layanan digital banking yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kemudahan akses, dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Meskipun penggunaan digital banking terus mengalami peningkatan, tingkat adopsinya masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan keputusan masyarakat dalam memanfaatkan layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital banking dengan menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Penelitian dilakukan melalui proses pengumpulan, seleksi, dan analisis berbagai artikel ilmiah yang relevan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, keamanan, pengaruh sosial, dan literasi digital merupakan faktor-faktor utama yang memengaruhi adopsi digital banking. Selain itu, keberhasilan implementasi digital banking tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan perbankan dalam membangun kepercayaan nasabah, menjamin keamanan transaksi, serta meningkatkan literasi digital masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi industri perbankan dalam mengembangkan strategi layanan digital yang lebih efektif serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai adopsi digital banking.

Kata Kunci: Digital banking; Adopsi digital banking; Systematic Literature Review; Technology Acceptance Model; Layanan perbankan digital.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor keuangan dan perbankan. Pemanfaatan internet serta meningkatnya penggunaan *smartphone* mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses layanan perbankan. Kondisi tersebut mendorong bank di Indonesia untuk terus mengembangkan layanan berbasis digital agar mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan.

Perkembangan layanan digital banking di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa nilai transaksi digital banking pada tahun 2022 mencapai Rp52.545,8 triliun atau meningkat sebesar 28,72 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, laporan *We Are Social* (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 212 juta penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet. Kondisi tersebut menjadi peluang yang besar bagi perbankan untuk memperluas pemanfaatan layanan digital kepada masyarakat.

Meskipun demikian, peningkatan penggunaan layanan digital banking belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan masyarakat dalam memanfaatkannya secara optimal. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memiliki pemahaman dan kemampuan yang memadai dalam menggunakan layanan keuangan digital.

Perbedaan antara tingginya pertumbuhan transaksi digital banking dengan tingkat literasi keuangan yang masih relatif rendah menunjukkan adanya kesenjangan yang perlu mendapat perhatian. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan transformasi digital di sektor perbankan tidak hanya ditentukan oleh perkembangan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan karakteristik dan perilaku pengguna. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang dapat menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam mengadopsi layanan digital banking.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan konsep dan perkembangan digital banking di Indonesia; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital banking oleh nasabah; serta (3) menguraikan implikasi manajerial yang dapat menjadi pertimbangan bagi industri perbankan dalam meningkatkan adopsi layanan digital banking secara lebih luas di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital banking merupakan bentuk transformasi layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital dalam penyediaan berbagai produk dan layanan keuangan. Melalui layanan ini, nasabah dapat melakukan berbagai aktivitas, seperti pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga transaksi investasi secara daring tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Menurut Vives (2019), penerapan digital banking menjadi bagian dari transformasi industri perbankan dalam meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memberikan kemudahan akses layanan kepada masyarakat. Di Indonesia, penyelenggaraan layanan digital banking diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum.

Perkembangan digital banking juga didukung oleh meningkatnya penggunaan perangkat digital, khususnya *smartphone*, di kalangan masyarakat. Hadi dan Novi (2021) menjelaskan bahwa *mobile banking* merupakan salah satu layanan digital yang paling banyak dimanfaatkan oleh nasabah di Indonesia karena memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah mengubah pola interaksi masyarakat dengan layanan perbankan menjadi lebih praktis dan efisien.

Salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi kemanfaatan berkaitan dengan keyakinan bahwa teknologi mampu meningkatkan efektivitas maupun produktivitas pengguna, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan.

Dalam konteks digital banking, kedua faktor tersebut menjadi dasar yang menjelaskan alasan nasabah bersedia memanfaatkan layanan perbankan digital. Semakin besar manfaat yang dirasakan serta semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk mengadopsi layanan tersebut. Hasil kajian Shaikh dan Karjaluoto (2015) serta Suhartanto et al. (2020) menunjukkan bahwa TAM masih menjadi salah satu model yang paling relevan dalam menjelaskan perilaku pengguna digital banking di berbagai negara.

Selain TAM, penelitian mengenai adopsi teknologi juga banyak menggunakan *Unified Theory of Acceptance*



and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Model ini merupakan pengembangan dari beberapa teori sebelumnya dengan menambahkan faktor-faktor yang dianggap mampu menjelaskan perilaku penggunaan teknologi secara lebih komprehensif, salah satunya adalah *social influence* atau pengaruh sosial.

Dalam penerapan digital banking, pengaruh dari keluarga, teman, maupun lingkungan kerja dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan perbankan digital. Batubara dan Anggraini (2022) menjelaskan bahwa rekomendasi maupun pengalaman orang-orang di sekitar dapat meningkatkan minat masyarakat, khususnya generasi muda, untuk memanfaatkan layanan digital banking.

Selain faktor kemudahan dan manfaat, kepercayaan serta keamanan juga menjadi aspek penting dalam mendorong adopsi digital banking. Layanan perbankan digital melibatkan transaksi keuangan dan pengelolaan data pribadi sehingga tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem menjadi salah satu pertimbangan utama sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Alalwan et al. (2017) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat seseorang dalam mengadopsi layanan *mobile banking*.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Dendeng, Pio, dan Sambul (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi keamanan menjadi faktor yang dominan dalam keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Sejalan dengan itu, Laukkanen (2016) menjelaskan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan pengguna, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan digital banking. Oleh karena itu, aspek keamanan sistem dan perlindungan data pribadi menjadi faktor yang tidak dapat dipisahkan dalam pengembangan layanan perbankan digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, menyeleksi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai literatur ilmiah secara sistematis sesuai dengan topik yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital banking berdasarkan hasil penelitian terdahulu.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber literatur yang berasal dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, prosiding, buku referensi, serta laporan resmi yang diterbitkan oleh lembaga seperti Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

dan We Are Social. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaian dengan topik penelitian, memiliki keterkaitan dengan digital banking, serta dipublikasikan dalam kurun waktu yang relevan agar informasi yang diperoleh tetap mutakhir.

Tahapan penelitian meliputi identifikasi sumber literatur, proses seleksi berdasarkan relevansi pembahasan, analisis isi (*content analysis*), kemudian sintesis hasil penelitian untuk menemukan pola, persamaan, maupun perbedaan temuan dari berbagai penelitian sebelumnya. Selanjutnya, hasil sintesis tersebut digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi adopsi digital banking serta menjelaskan implikasinya bagi pengelolaan industri perbankan di Indonesia.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menginterpretasikan hasil-hasil penelitian yang telah dipilih. Pendekatan ini memungkinkan penulis menyusun pembahasan secara sistematis sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai perkembangan digital banking, faktor-faktor yang memengaruhi adopsinya, serta implikasi yang dapat menjadi pertimbangan bagi pihak perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan menganalisis berbagai artikel ilmiah yang membahas adopsi digital banking. Berdasarkan hasil identifikasi, seleksi, dan sintesis literatur, ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan digital banking. Faktor-faktor tersebut meliputi persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*), keamanan (*security*), pengaruh sosial (*social influence*), serta literasi digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi digital banking tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh persepsi dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh pihak perbankan. Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai hasil kajian literatur, ringkasan penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Sintesis Hasil Kajian Literatur Mengenai Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Digital Banking

No	Peneliti	Fokus Peneliti	Hasil Penelitian
1	Davis (1989)	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Persepsi kemanfaatan (<i>perceived</i>)



			<i>usefulness</i>) dan persepsi kemudahan penggunaan (<i>perceived ease of use</i>) merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi.
2	Venkatesh et al. (2003)	<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung berpengaruh terhadap niat serta perilaku penggunaan teknologi.
3	Shaikh & Karjaluoto (2015)	Adopsi <i>mobile banking</i>	Kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling dominan dalam adopsi <i>mobile banking</i> .
4	Alalwan et al. (2017)	Faktor adopsi <i>mobile banking</i>	Kepercayaan pengguna memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .
5	Suhartanto et. al. (2020)	Adopsi <i>mobile banking</i> pada perbankan syariah	Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan layanan digital banking.

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital banking. Persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan merupakan faktor yang paling sering ditemukan sebagai penentu keputusan penggunaan layanan digital banking. Selain itu, kepercayaan dan keamanan juga memiliki peran penting karena berkaitan dengan keyakinan nasabah terhadap keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi. Dengan demikian, keberhasilan implementasi digital banking tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan perbankan dalam membangun kepercayaan serta memberikan pengalaman penggunaan yang mudah, aman, dan nyaman bagi nasabah.

Pembahasan

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan digital banking. Nasabah cenderung memanfaatkan layanan digital apabila mereka merasakan manfaat yang nyata, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi, efisiensi waktu, serta kemudahan mengakses layanan kapan saja dan di mana saja. Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap penerimaan suatu teknologi.

Selain persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital banking. Semakin mudah suatu aplikasi dipahami dan dioperasikan, maka semakin besar pula kemungkinan masyarakat untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan antarmuka aplikasi yang sederhana dan mudah digunakan menjadi salah satu strategi penting bagi industri perbankan.

Kepercayaan dan keamanan merupakan faktor lain yang memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan digital banking. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa nasabah akan lebih bersedia menggunakan layanan digital apabila mereka merasa data pribadi dan transaksi keuangan terlindungi dengan baik. Oleh sebab itu, peningkatan sistem keamanan, perlindungan data, serta transparansi dalam pengelolaan informasi menjadi aspek yang perlu terus diperhatikan oleh pihak perbankan.

Selain faktor teknologi, pengaruh sosial dan tingkat literasi digital juga turut memengaruhi adopsi digital banking. Dukungan dari lingkungan sekitar serta kemampuan masyarakat dalam memahami teknologi digital akan meningkatkan kepercayaan diri pengguna dalam memanfaatkan layanan digital banking. Oleh karena itu, edukasi mengenai penggunaan layanan digital banking perlu terus ditingkatkan agar masyarakat mampu memanfaatkan layanan tersebut secara optimal.

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan berbagai penelitian terdahulu.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian menunjukkan hasil yang relatif konsisten



Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi digital banking dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, psikologis, dan sosial. Dengan demikian, strategi pengembangan digital banking tidak cukup hanya berfokus pada inovasi teknologi, tetapi juga perlu memperhatikan peningkatan keamanan sistem, kualitas layanan, serta edukasi kepada masyarakat agar penggunaan layanan digital banking dapat terus meningkat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital banking melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai literatur ilmiah, dapat disimpulkan bahwa adopsi digital banking dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*), keamanan (*security*), pengaruh sosial (*social influence*), serta tingkat literasi digital. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dalam membentuk keputusan masyarakat untuk menerima dan menggunakan layanan digital banking. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perkembangan digital banking tidak hanya bergantung pada kemajuan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan perbankan dalam membangun kepercayaan nasabah, menjaga keamanan transaksi, serta menyediakan layanan yang mudah digunakan. Oleh karena itu, pengembangan digital banking perlu diiringi dengan peningkatan kualitas layanan, penguatan sistem keamanan, dan edukasi kepada masyarakat agar tingkat adopsi layanan digital banking dapat terus meningkat secara berkelanjutan.

Bagi industri perbankan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam merancang strategi pengembangan layanan digital banking yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan kepercayaan nasabah. Peningkatan kualitas layanan digital, penyederhanaan antarmuka aplikasi, penguatan sistem keamanan, serta edukasi mengenai literasi digital perlu terus dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan layanan digital banking. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan kajian mengenai digital banking dengan menggunakan metode penelitian lain, seperti survei, wawancara, maupun pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi adopsi digital banking sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Manajemen Bank yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Bank Indonesia. (2023). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP)*. <https://www.bi.go.id>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dendeng, G. N., Pio, R. J., & Sambul, S. A. P. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking oleh nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Productivity*, 3(6), 501–506.
- Hadi, S., & Novi, N. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.2751>
- Astria, V., & Basyir, M. (2022). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention yang dimediasi oleh user satisfaction pada nasabah pengguna aplikasi BCA Syariah Mobile di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(2), 379–390.
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432–2439. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.013>



- Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. P. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems, 49*(2), 222–234.
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2016). An empirical study on trust in mobile banking: A developing country perspective. *Computers in Human Behavior, 54*, 453–461.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*. <https://www.ojk.go.id>
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnala, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research, 14*(3), 224–235.
- Raza, S. A., Umer, A., & Shah, N. (2017). New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management, 11*(1), 44–65.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics, 32*(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research, 104*, 333–339.
- Suhartanto, D., Dean, D., Tuan Ismail, T. A., & Sundari, R. (2020). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing, 11*(6), 1405–1418.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Vives, X. (2019). Digital disruption in banking. *Annual Review of Financial Economics, 11*, 243–272.
- We Are Social, & Meltwater. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior, 26*(4), 760–767.