

Determinan Penggunaan Layanan Perbankan Digital: Systematic Literature Review

Lyandra Aisyah Margie¹, Rida Prihatni², Ety Gurendrawati³

¹Universitas Pamulang, Indonesia

^{2,3}Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

dosen02217@unpam.ac.id¹, ridaprihatni@unj.ac.id², egurendra@unj.ac.id³

Submitted: 08th Sept 2024 | **Edited:** 22nd Nov 2024 | **Issued:** 01st Dec 2024

Cited on: Margie, L. A., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2024). Determinan Penggunaan Layanan Perbankan Digital: Systematic Literature Review. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(2), 604-614.

Abstract

Currently, banking, which is one of the most important parts of a country's economy, faces the challenge of meeting its clients' demands for exceptional service, as well as the competition that follows. Technological advances also create opportunities to improve the quality of banking services, one of which is digital banking. The purpose of this study is to review various literature related to factors that influence the use of digital banking services. The systematic literature review (SLR) method is used in this study. Articles relevant to the research that are in accordance with the topic are documented to support data collection. Twelve journal articles used in this study were obtained from the Google Scholar database using the Publish or Perish application. In accordance with the literature review conducted, the main factors influencing the adoption of digital banking services include perceived ease of use, perceived usefulness, perceived trust, perceived risk, attitude, social influence, and transaction costs. In addition, customer support and hedonic motivation also play an important role in increasing the desire to use digital banking services.

Keywords: Digital Banking Service; Technology Acceptance Model; Systematic Literature Review

Abstrak

Saat ini, perbankan, yang merupakan salah satu bagian terpenting dari ekonomi suatu negara, menghadapi tantangan untuk memenuhi tuntutan kliennya akan layanan yang luar biasa, serta persaingan yang mengikutinya. Kemajuan teknologi juga menciptakan peluang untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan, salah satunya adalah perbankan digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji berbagai literatur terkait faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan perbankan digital. Metode systematic literature review (SLR) digunakan dalam penelitian ini. Artikel yang relevan dengan penelitian yang sesuai dengan topik didokumentasikan guna mendukung pengumpulan data. Dua belas artikel jurnal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari database Google Scholar menggunakan aplikasi Publish or Perish. Sesuai dengan kajian literatur yang dilakukan, faktor utama yang mempengaruhi adopsi layanan perbankan digital meliputi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), kegunaan yang dirasakan (perceived usefulness), kepercayaan (perceived trust), risiko yang dipersepsikan (perceived risk), sikap (attitude), pengaruh sosial, dan biaya transaksi. Selain itu, dukungan pelanggan dan motivasi hedonis juga berperan penting dalam meningkatkan keinginan untuk penggunaan layanan perbankan digital.

Kata Kunci: Layanan Perbankan Digital; Technology Acceptance Model; Systematic Literature Review

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah berdampak signifikan terhadap industri perbankan dan menggeser bank-bank tradisional. Pemanfaatan internet dan aplikasi seluler merupakan cara paling efisien bagi bank untuk mengelola sumber daya keuangannya, sehingga menghasilkan peningkatan efisiensi dan kepuasan nasabah. Perbankan digital juga memungkinkan bank untuk menyediakan layanan perbankan pribadi, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan nasabah melalui penggunaan semua teknologi digital melalui telepon pintar dan perangkat lunak, sesuai dengan Pasal 3 POJK Nomor 12/POJK.03/2018 (Reihandho & Fajarwati, 2023).

Perbankan digital merupakan pendekatan inovatif terhadap aktivitas dan layanan perbankan, yang menawarkan layanan di luar bank tradisional, seperti pembayaran online, investasi fleksibel dan transaksi kartu kredit virtual (Shaikh & Karjaluoto, 2016). Kemajuan teknologi dan informasi di sektor perbankan telah menghasilkan berbagai layanan keuangan, seperti SMS banking, phone banking, internet banking, mobile banking, dan sistem perbankan digital (Riza & Hafizi, 2019). E-banking, juga dikenal sebagai perbankan digital, merupakan konsep perbankan modern yang mendigitalkan semua aktivitas dan operasi bank, termasuk digitalisasi dokumen, transaksi elektronik, transaksi virtual, e-statement digital dan m-payment. Maraknya disrupsi digital telah menghasilkan model bisnis baru di sektor perbankan (Nurahmasari et al., 2023).



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Gambar 1. Nilai Transaksi Digital Banking 5 Tahun Terakhir

Seperti yang terlihat pada gambar di atas, jumlah transaksi keuangan yang dilakukan melalui perbankan digital di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan transaksi perbankan digital juga dipengaruhi oleh pandemi COVID-19 (Muliza, 2024). Pandemi COVID-19 telah mempercepat penggunaan layanan perbankan digital, dengan 1 dari 3 pengguna konsumen menggunakannya. Setelah pandemi berakhir, pemerintah menetapkan peraturan untuk beradaptasi dengan "New Normal", dan untuk mendukung hal tersebut, pemerintah Indonesia mempercepat pembayaran non-tunai.

Menurut Cuesta et al. (2015), peningkatan penggunaan digital banking menunjukkan perubahan dalam perilaku pengguna bank. Bank harus mendigitalkan layanan mereka untuk menjawab tantangan dunia dengan segera

meningkatkan permintaan layanan keuangan yang berbasis pada teknologi dan inovasi di industri perbankan. Menurut Dasho et al. (2016), bank harus beralih ke era digital dengan merangkul revolusi dan inovasi teknologi untuk mengatasi perubahan perilaku nasabah yang disebabkan oleh internet. Namun, karena nasabah tidak menyadari fenomena ini, tidak mudah bagi mereka untuk beralih dari saluran perbankan tradisional ke saluran perbankan digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman komprehensif melalui tinjauan literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan perbankan digital sehingga memungkinkan peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih relevan, valid dan mendalam mengenai faktor-faktor tersebut.

LANDASAN TEORI

Perbankan Digital (Digital Banking)

Menurut Shaikh & Karjaluo (2016), digital banking adalah ketika sistem perbankan menghilangkan prosedur-prosedur kertas seperti slip pembayaran, cek, dan sebagainya. Perbankan digital memungkinkan nasabah untuk mengakses dan melakukan semua aktivitas perbankan tradisional kapan saja, di mana saja, tanpa harus pergi ke cabang fisik untuk menyelesaikan pekerjaannya. Nasabah dapat mengakses perbankan digital menggunakan komputer pribadi, laptop, tablet, ponsel pintar, dan perangkat teknologi lainnya.

Digital banking adalah konsep baru dalam perbankan elektronik yang bertujuan untuk meningkatkan layanan online dan mobile yang tersedia dengan menggabungkan digital technologies, seperti strategi analytics tools, interaksi sosial media, solusi inovatif untuk pembayaran, teknologi mobile, dan penekanan pada pengalaman pengguna (Murugeswari et al., 2018). Digital banking dianggap sebagai evolusi dari e-banking atau banking online, dengan fokus yang lebih besar pada pengalaman pelanggan (Megargel et al., 2018).

Digitalisasi bank mendigitalkan operasi dan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Perbankan digital adalah penyediaan produk dan layanan perbankan berbasis teknologi digital yang mengacu pada bagian end-office. Singkatnya, bank akan melakukan restrukturisasi baik back-office, middle-office dan end-office. Selain itu, menggunakan perbankan digital memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran otomatis untuk biaya utilitas dasar seperti gas, listrik, telepon, dan kartu kredit. Pelanggan tidak lagi perlu mengingat jatuh tempo. Sebaliknya, mereka dapat memilih untuk menerima peringatan tentang pembayaran yang akan datang dan iuran yang belum dibayar (TRAN, 2021).

Sementara bank digital sendiri adalah bank BHI (Berbadan Hukum Indonesia) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik, tanpa kantor fisik selain kantor pusat, atau dengan kantor fisik yang terbatas. Bank ini dapat beroperasi melalui salah satu dari dua cara berikut: (1) Mendirikan bank BHI baru sebagai bank digital; atau (2) Mengubah bank BHI (yang sudah ada) menjadi bank digital (OJK, 2021).

Technology Acceptance Model

TAM menawarkan model untuk menjelaskan niat perilaku. Namun, niat berperilaku dan perilaku adalah dua hal yang berbeda; yang pertama adalah minat yang diartikan sebagai keinginan untuk melakukan suatu perilaku, sedangkan yang kedua adalah perilaku yang merupakan tindakan atau kegiatan

nyata yang dilakukan. Oleh karena itu, jika ada keinginan untuk melakukannya, tindakan akan dilakukan (DeLone & McLean, 2003). Sebagai hasil dari penjelasan ini, seorang individu dapat dimotivasi untuk bertindak sesuai dengan menggunakan sistem perbankan digital.

Suatu niat untuk menggunakan layanan teknologi adalah kesadaran seorang akan kemampuan untuk menggunakan suatu layanan. Niat nasabah untuk menggunakan layanan, akan dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong yang mengarah pada niat tersebut. Penelitian tentang niat untuk menggunakan layanan teknologi sering berlabuh pada model penerimaan teknologi (TAM) dan berbagai model yang dikembangkan dari model TAM. Dalam model TAM, niat untuk menggunakan melalui lensa teori tindakan rasional dan teori perilaku terencana dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti: kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, sikap terhadap layanan (Reihandho & Fajarwati, 2023).

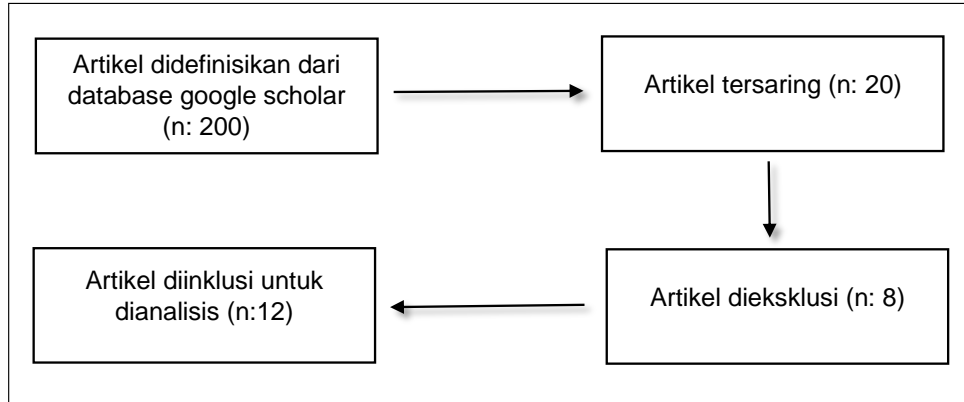
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan konsep tinjauan pustaka sistematis (SLR) dengan mengumpulkan data, mengidentifikasi, dan melakukan peninjauan kritis terhadap berbagai jenis kajian penelitian yang ada. Peneliti menggunakan artikel yang relevan dengan topik pembahasan untuk melakukan tinjauan. Proses review dilakukan secara sistematis dan terorganisir dengan mengikuti setiap tahapan yang ditetapkan untuk setiap proses (Cahyaning & Puspawati, 2023). Penelitian ini dimulai dengan pengumpulan karya ilmiah yang berkaitan dengan subjek.

Langkah awal yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah menentukan tema yang akan dianalisis. Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan tema "Penggunaan Layanan Perbankan Digital/Use Digital Banking Service". Dalam penelitian ini, metode systematic literature review (SLR) diterapkan, yang merupakan pendekatan terstruktur untuk mengidentifikasi hasil penelitian dan ide-ide peneliti guna mengenali, menilai, dan mengevaluasi penelitian secara komprehensif.

Pertama, pertanyaannya adalah faktor-faktor apa yang mempengaruhi penggunaan layanan perbankan digital? Kedua, populasi data penelitian ini terdiri dari artikel yang berfokus pada penggunaan layanan perbankan digital. Studi literatur dimulai dengan pencarian data yang ditemukan di Google Scholar dan dikumpulkan melalui aplikasi Publish or Perish. Penulis menggunakan kata kunci pencarian "penggunaan layanan perbankan digital/use digital banking service" dengan membatasi artikel dari tahun 2020 hingga 2024.

Ketiga, peneliti memanfaatkan Google Scholar untuk mengumpulkan 200 artikel mengenai penggunaan layanan perbankan digital. Selanjutnya, peneliti memilih 20 artikel yang paling relevan dengan topik penelitian. Peneliti menganalisis artikel tersebut secara komprehensif, termasuk 20 artikel yang telah diseleksi dan diteliti lebih lanjut menjadi 12 artikel yang relevan dengan topik pembahasan. Sebanyak dua belas artikel yang relevan dengan topik penelitian digunakan dan akan dibahas dalam bagian pembahasan dan kesimpulan. Diagram alur proses berikut mengilustrasikan bagaimana tahap systematic literature review (SLR) dilaksanakan (n: jumlah artikel).



Gambar 2. Diagram Alir Proses Peninjauan Literatur Sistematis

HASIL PENELITIAN

Berikut adalah hasil dari 12 data penelitian yang digunakan dalam kajian literatur yang ditetapkan, yang memenuhi kriteria inklusi:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
Mufarih et al. (2020)	Factors influencing customers to use digital banking application in Yogyakarta, Indonesia	Studi ini menunjukkan bahwa persepsi trust dan persepsi risiko memengaruhi lebih banyak sikap dan keinginan pengguna untuk menggunakan digital banking. Sebaliknya, persepsi sosial, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan keinginan pengguna untuk menggunakan digital banking.
Nguyen (2020)	Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam	Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan meningkatkan kegunaan yang dirasakan, yang berdampak positif pada sikap dan niat untuk menggunakan perbankan digital. Kepercayaan memengaruhi sikap secara tidak langsung melalui risiko yang dirasakan, sementara kemudahan tidak secara signifikan memengaruhi niat untuk menggunakan perbankan digital.
TRAN (2021)	Intention to use digital banking services of young retail customers in Vietnam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti efikasi diri teknologi, kenyamanan, dan persepsi keamanan tidak berdampak signifikan pada niat pelanggan muda Vietnam untuk menggunakan layanan perbankan digital. Namun, faktor-faktor seperti pengaruh sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan dukungan pelanggan memiliki dampak positif pada niat pelanggan untuk menggunakan layanan perbankan digital.
Tugade et al. (2021)	Components affecting intention to use digital	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak hal yang mempengaruhi keinginan

Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
	banking among generation Y and Z: an empirical study from the Philippines	untuk menggunakan layanan perbankan digital, terutama di kalangan generasi muda di Filipina selama pandemi COVID-19. Beberapa faktor utama yang diidentifikasi meliputi kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, kepercayaan, dan kenyamanan.
Mohan et al. (2021)	Factors influencing customers to use digital banking services in twin cities of Telangana State	Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas pelanggan di Twin Cities, Telangana, India, lebih memilih layanan perbankan digital karena kemudahan penggunaan dan ketersediaannya di perangkat seluler. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan adopsi perbankan digital adalah kesadaran pelanggan, kualitas layanan, dan keamanan. Selain itu, lima faktor utama yang mempengaruhi adopsi perbankan digital adalah kecepatan transaksi, kompatibilitas, konektivitas, keamanan, dan kenyamanan/manfaat.
Hossain (2023)	Factors affecting the intention to use digital banking: An empirical study from an emerging economy	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran (awareness), kegunaan yang dirasakan (perceived utility), dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (perceived usability) secara signifikan mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap perbankan digital. Analisis juga mengungkapkan bahwa kesadaran adalah faktor paling signifikan yang mempengaruhi adopsi perbankan digital, diikuti oleh biaya transaksi dan keamanan/privasi.
Mohamad et al. (2023)	The perceived attitude of bank customers towards the intention to use digital banking in Malaysia	Hasil penelitian dalam paper ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti perceived usefulness (manfaat yang dirasakan), perceived trust (kepercayaan yang dirasakan), peer influence (pengaruh teman sebaya), dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan yang dirasakan) memiliki dampak signifikan terhadap sikap (attitude) terhadap perbankan digital. Dimana sikap ini secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan perbankan digital.
Harahap et al. (2023)	The islamic banking customers'intention to use digital banking services: An Indonesian study	Temuan utama menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, kebiasaan, dan gaya hidup Islami secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan perbankan digital. Sebaliknya, kondisi fasilitas, motivasi

Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
		hedonistik, trialability, dan motivasi spiritual memiliki dampak minimal. Gaya hidup Islami tidak memoderasi pengaruh faktor-faktor lain. Studi ini menyoroti pentingnya ekspektasi kinerja dan faktor sosial dalam mendorong adopsi perbankan digital di lembaga keuangan Islam.
Nurahmasari et al. (2023)	The intention to use digital banking services among gen Z in Indonesia based on the technology acceptance model (TAM)	Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam konteks penggunaan layanan perbankan digital di kalangan Generasi Z di Indonesia, persepsi kegunaan adalah prediktor terkuat dari niat untuk mengadopsi layanan tersebut. Meskipun persepsi kemudahan penggunaan dan efikasi diri secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap perbankan digital, mereka tidak memiliki dampak signifikan terhadap niat untuk menggunakan layanan ini. Sikap terhadap layanan perbankan digital sendiri memiliki efek positif yang signifikan terhadap niat penggunaan.
Reihandho & Fajarwati (2023)	Faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan perbankan digital di Indonesia	Penelitian ini menemukan bahwa dalam konteks perbankan digital di Indonesia, perceived usefulness, trust, dan attitude toward services memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan layanan perbankan digital. Sebaliknya, perceived ease of use dan perceived risk tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat tersebut. Meskipun kemudahan penggunaan tidak signifikan, hal ini mungkin disebabkan oleh responden yang sudah terbiasa dengan teknologi digital.
Wulandari et al. (2024)	The driving factors of digital banking intention and the role of customer experience in Indonesia banking industry	Penelitian ini menemukan bahwa pengalaman pelanggan secara signifikan memprediksi niat perilaku untuk menggunakan dan menggunakan kembali layanan perbankan digital di kalangan dewasa muda di Indonesia, dengan motivasi hedonis sebagai pendorong paling berpengaruh. Meskipun ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha tidak secara signifikan mempengaruhi pengalaman pelanggan, hal ini mungkin disebabkan oleh generasi digital natives yang sudah terbiasa dengan teknologi.
Muliza (2024)	Determinan penggunaan digital banking pada generasi Y dan generasi Z	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat generasi Y dan Z di Kota Banda Aceh dalam menggunakan perbankan digital dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti

Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
	muslim di kota Banda Aceh	nilai ekonomi, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, reputasi perusahaan, reward, dan fitur yang disediakan oleh perbankan digital. Namun, promosi dan rasa ingin tahu tidak berpengaruh signifikan terhadap minat tersebut.

Sumber: Data dikumpulkan penulis, 2024

Didasarkan pada dua belas artikel yang telah dikaji pada tabel 1 tentang penggunaan layanan perbankan digital, beberapa faktor dirangkum dapat mempengaruhi penggunaan layanan perbankan digital, diantaranya:

1. Perceived ease of use. Pelanggan lebih suka menggunakan layanan perbankan digital karena kemudahan penggunaan, yang memungkinkan mereka untuk melakukan semua layanan perbankan konvensional kapan saja tanpa harus pergi ke cabang bank. Selain itu, antarmuka yang jelas dan mudah digunakan di situs web dan aplikasi mobile mendorong pelanggan muda untuk menggunakan layanan ini (TRAN, 2021; Tugade et al., 2021; Mohan et al., 2021; Hossain, 2023; Nurahmasari et al., 2023; Muliza, 2024).
2. Perceived usefulness. Persepsi pelanggan tentang kemampuan layanan perbankan digital untuk meningkatkan efisiensi, seperti menghemat waktu, secara langsung meningkatkan niat pelanggan untuk menggunakannya. Ketika pelanggan merasa layanan berguna, mereka memiliki sikap positif terhadapnya sehingga muncul niat mereka untuk menggunakannya lagi (Nguyen, 2020; Tugade et al., 2021; Hossain, 2023; Nurahmasari et al., 2023; Reihandho & Fajarwati, 2023).
3. Perceived trust. Ketika kepercayaan pengguna meningkat, sikap mereka terhadap penggunaan aplikasi menjadi lebih positif sehingga mendorong penggunaan aplikasi perbankan digital (Mufarih et al., 2020; Tugade et al., 2021; Reihandho & Fajarwati, 2023).
4. Perceived risk, karena semakin tinggi risiko yang dipersepsikan oleh pengguna terhadap aplikasi perbankan digital, semakin rendah minat pengguna untuk menggunakannya, persepsi risiko berdampak negatif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan, sehingga kekhawatiran tentang risiko dapat mengurangi minat pengguna untuk menggunakan layanan perbankan digital (Mufarih et al., 2020; Tugade et al., 2021).
5. Attitude. Sikap yang tepat dari pelanggan bank akan mendorong mereka untuk menerima dan menggunakan layanan perbankan digital (Nguyen, 2020; Mohamad et al., 2023; Nurahmasari et al., 2023; Reihandho & Fajarwati, 2023).
6. Pengaruh sosial. Faktor pengaruh sosial dapat berasal dari teman, keluarga, atau media massa, yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan layanan perbankan digital. Ini karena orang cenderung mengubah perilaku mereka berdasarkan pendapat orang lain. Studi menunjukkan bahwa ketika banyak orang menggunakan layanan perbankan digital di sekitar mereka, orang lain juga ingin menggunakannya (TRAN, 2021; Harahap et al., 2023; Muliza, 2024).
7. Biaya transaksi. Karena teknologi saat ini membuat perbankan modern

lebih cepat dan lebih murah dibandingkan dengan perbankan konvensional, banyak orang beralih dari perbankan konvensional ke perbankan online karena mereka dapat melakukan transaksi setiap hari dengan biaya yang terjangkau. Biaya transaksi yang lebih rendah dapat mempermudah perbankan elektronik lintas negara (Hossain, 2023; Harahap et al., 2023).

8. Dukungan Pelanggan. Customer support (dukungan pelanggan) memengaruhi niat menggunakan layanan perbankan digital karena pelanggan mengharapkan bantuan yang cepat dan akurat ketika mereka menghadapi masalah teknis. Jika pelanggan dapat mendapatkan bantuan kapan pun mereka membutuhkannya, mereka akan merasa lebih mudah menggunakan layanan perbankan digital (TRAN, 2021).
9. Motivasi hedonis. Pengalaman pelanggan yang menyenangkan atau menarik, yang merupakan bagian dari motivasi hedonis, mendorong niat untuk menggunakan dan menggunakan kembali layanan perbankan digital (Wulandari et al., 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan tinjauan literatur sistematis yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan perbankan digital di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi adopsi layanan perbankan digital meliputi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), kegunaan yang dirasakan (perceived usefulness), kepercayaan (perceived trust), risiko yang dipersepsikan (perceived risk), sikap (attitude), pengaruh sosial, dan biaya transaksi. Selain itu, dukungan pelanggan dan motivasi hedonis juga berperan penting dalam meningkatkan niat penggunaan layanan perbankan digital. Pelanggan mengharapkan bantuan yang cepat dan akurat serta pengalaman yang menyenangkan untuk mendorong penggunaan berkelanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur yang sudah ada terkait dengan faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan perbankan digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa mendatang dan memberikan informasi berharga kepada publik tentang manfaat dan penggunaan layanan perbankan digital, sehingga memungkinkan mereka untuk beralih dari metode konvensional ke metode digital. Penelitian ini juga menawarkan rekomendasi bagi bank untuk meningkatkan adopsi perbankan digital, seperti meningkatkan layanan nasabah, edukasi, dan pengembangan pengguna yang intuitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, adopsi layanan perbankan digital dipengaruhi oleh berbagai faktor utama yang berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap layanan tersebut. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, dan tingkat kepercayaan menjadi penentu utama dalam mempengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi layanan perbankan digital. Selain itu, risiko yang dirasakan serta sikap dan pengaruh sosial juga turut mempengaruhi sikap pengguna terhadap layanan ini. Semua faktor tersebut saling berinteraksi, yang pada akhirnya membentuk pandangan pengguna terhadap layanan perbankan digital, baik dari segi manfaat maupun potensi risiko yang terkait.

Lebih lanjut, dukungan pelanggan yang baik dan motivasi hedonis juga memainkan peran penting dalam meningkatkan keinginan individu untuk terus menggunakan layanan perbankan digital. Dukungan pelanggan yang responsif dapat mengurangi kekhawatiran dan meningkatkan rasa percaya diri pengguna dalam menggunakan layanan digital, sementara motivasi hedonis yang berhubungan dengan kenyamanan dan kepuasan juga memberikan dorongan bagi penggunaan layanan ini. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi layanan perbankan digital, bank perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dengan mengutamakan kemudahan penggunaan, kepercayaan, serta memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, H. N., Virgianti, U., Sarin, M. I. Z., Hasan, D. A., Fakhriyah, F., & Ismaya, E. A. (2023). Systematic literature review: Pengaruh media pembelajaran digital pada pembelajaran tematik terhadap hasil belajar siswa SD. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(3), 103-115.
- Cahyaning, E. K., & Puspawati, R. A. (2024). Systematic Literature Review (SLR): Efektivitas Penggunaan QRIS sebagai Alat Transaksi. *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 5(2).
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). The digital transformation of the banking industry. *BBVA research*, 1(4), 1-10.
- Dasho, A., Meka, E., Sharko, G., & Baholli, I. (2016). Digital banking the wave of the future. *Proceedings of ISTI*, 1, 1-6.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of management information systems*, 19(4), 9-30.
- Harahap, D., Afandi, A., & Siregar, T. M. (2023). The Islamic Banking Customers'intention To Use Digital Banking Services: An Indonesian Study. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(3), 533-558.
- Hossain, M. A. (2023). Factors Affecting the Intention to Use Digital Banking: An Empirical Study from an Emerging Economy. *Finance & Economics Review*, 5(2), 51-62.
- Megargel, A., Shankaraman, V., & FAN, T. P. (2018). SOA maturity influence on digital banking transformation. *IDRBT Journal of Banking Technology*, 2(2), 1.
- Mohamad, L., Osman, Z., Mohamad, R. K., Ismail, Z., & Din, M. I. M. (2023). The Perceived Attitude of Bank Customers towards the Intention to Use Digital Banking in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(1), 1308-1323.
- Mohan, M. M., Kumar, T. H., & Rao, P. N. (2021). Factors Influencing Customers To Use Digital Banking Services In Twin Cities Of Telangana State. *NVEO-NATURAL VOLATILES & ESSENTIAL OILS Journal| NVEO*, 10560-10573.
- Mufarikh, M., Jayadi, R., & Sugandi, Y. (2020). Factors influencing customers to use digital banking application in Yogyakarta, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 897-907.
- Muliza, M. (2024). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Y

- Dan Generasi Z Muslim Di Kota Banda Aceh. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(02), 252-260.
- Murugeswari, M., Kamalakannan, K., & Balasubramanian, M. (2018). A study on service quality towards digital banking. *Age*, 20(7), 12.
- Nguyen, O. T. (2020). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 303-310.
- Nurahmasari, M., Silfiyah, S. N., & Pangaribuan, C. H. (2023). The Intention to Use Digital Banking Services among Gen Z in Indonesia Based on Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 5(1), 15-31.
- OJK. (2021). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum. <https://www.ojk.go.id>, 1–113.
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia: indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70-80.
- Riza, A. F., & Hafizi, M. R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 75-84.
- Shaikh, A. A., & Karjaluto, H. (2016). On some misconceptions concerning digital banking and alternative delivery channels. *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 12(3), 1-16.
- TRAN, N. A. (2021). Intention to use digital banking services of young retail customers in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(8), 387-397.
- Tugade, C., REYES, J., & NARTEA, M. (2021). Components affecting intention to use digital banking among generation Y and Z: an empirical study from the Philippines. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(12), 509-518.
- Wulandari, N., De Jager, J. W., & Mahry, S. E. (2024). The Driving Factors of Digital Banking Intention and the Role of Customer Experience in Indonesia Banking Industry. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 10-18.