

BANK DIGITAL DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN

Sudung Simatupang¹, Onita Sari Sinaga²,
Sepbeariska Manurung³, Marthin Hutler Ambarita⁴, Erna Ningsih
Mokodongan⁵

selitaefraim@gmail.com¹, onitasarisinaga@gmail.com²,
sepbeariska@gmail.com³, marthinambarita@stiesultantanagung.ac.id⁴,
ernamokodongan73@gmail.com⁵

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

⁵Universitas Dumoga Kotamobagu

Abstrak – Tranformasi dalam dunia perbankan telah merubah bentuk proses kerja bank, dari model bank konvensional menjadi bank digital. Tujuan penelitian ini untuk melihat gambaran dari kehadiran bank digital melalui regulasi dari Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan dalam prosesnya berupaya untuk mendapat kepercayaan konsumen, sebab konsumen masih belum sepenuhnya paham tentang bank digital serta risiko yang akan dihadapi ketika menggunakan bank digital sebab wujud fisik dari bank tersebut tidak dapat dilihat oleh konsumen. Bank digital harus dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen melalui keamanan transaksi, ketepatan dan ketersediaan layanan, responsif terhadap masalah konsumen, memiliki inovasi dan keterbukaan, kesadaran konsumen, dan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah serta mampu menjaga privasi dan etika nasabah sebagai konsumen.

Kata kunci: Bank, Bank digital, Kepercayaan Konsumen

Abstract – *Transformation in the banking world has changed the form of bank work processes, from conventional bank models to digital banks. The purpose of this study is to see an overview of the presence of digital banks through relegation from Bank Indonesia and the Financial Services Authority in the process of trying to gain consumer trust, because consumers still do not fully understand about digital banks and the risks that will be faced when using digital banks because the physical form of the bank cannot be seen by consumers. Digital banks must be able to foster consumer trust through transaction security, accuracy and availability of services, responsiveness to consumer problems, innovation and openness, consumer awareness, and compliance with government regulations and being able to maintain customer privacy and ethics as consumers.*

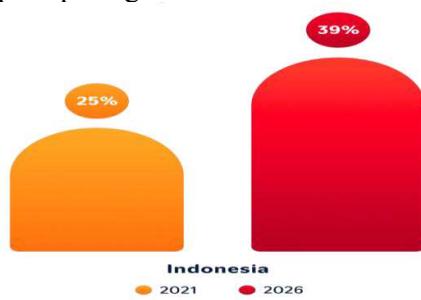
Keywords: *Bank, Digital bank, Consumer trust*

PENDAHULUAN

Kemajuan dunia perbankan dewasa ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dimana salah satunya adalah dengan hadirnya bank digital yang bermunculan dan

dianggap sebagai kompetitor bagi dunia perbankan yang bersifat konvensional, hal ini selaras dengan gaya hidup dari masyarakat yang serba digital di era teknologi yang semakin maju sekarang ini serta

masyarakat yang sudah terbiasa dengan menggunakan layanan perbankan secara jarak jauh, perubahan gaya hidup yang mengarah pada perubahan pengguna perbankan konvensional ke perbankan digital (GenBI, 2021). Bank digital hadir sebagai suatu bentuk opsi yang hadir secara online dan tidak memiliki kantor fisik sama sekali atau kantor fisik yang terbatas namun statusnya terjamin secara hukum di Indonesia (Aprilia, 2023), perbankan digital selain merupakan bank baru, juga bisa dari bank konvensional yang telah ada dan kemudian melakukan transformasi menjadi bank digital (Pangesti, 2022), berkembangnya teknologi informasi membuat industri perbankan harus siap berubah dan bertransformasi (Maulidya & Afifah, 2021). Deputi Komisioner OJK Institute dan Keuangan Digital OJK Sukarela Batunanggar mengungkapkan transformasi digital pada perbankan tidak hanya pada proses bisnis tetapi juga mencakup bisnis model. Hasil ini akan menunjukkan kemampuan penetrasi bank digital di Indonesia, seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 1: Penetrasi Bank Digital di Indonesia (Digiads.id, 2022)

Dilansir dari Finder.com bahwa pada tahun 2021, bahwa 47.722.913 atau 25% orang dewasa di Indonesia memiliki rekening bank digital, pada

tahun 2022 mencapai 31% atau 59.969.877, dan pada tahun 2026 akan meningkat hingga 39% atau 74.785.062 pengguna bank digital. Kemudian untuk di Indonesia sendiri telah banyak hadir bank digital, seperti bank Jago, Sea Bank, Blu by BCA, Jenius Bank, Line Bank, TMRW by UOB, Neo Bank (Akbar, 2023), bahkan Grab sekarang ini telah masuk menjadi pesaing dalam bisnis bank digital dengan nama Super Bank yang merupakan transformasi dari bank Fama (Rahman, 2023), Menurut Aviliani, Ketua Bidang Pengembangan Kajian Ekonomi Perbankan Perhimpunan Bank Nasional (Perbanas) dalam (Pernando, 2023) menyatakan semakin ramainya persaingan bank digital maka yang akan keluar sebagai pemenang adalah yang sudah memiliki ekosistem dan mampu berkolaborasi.

Tabel 1: 10 Bank Digital Terbaik

No	Nama Bank Induk	Bank Digital
1	BCA	blu by BCA Digital
2	Bank BTPN	Bank Jenius
3	Bank Jago	Jago
4	United Overseas Bank Limited Co.id	TMRWbyUOB ID
5	Bank SeaBank Indonesia	Sea Bank
6	Bank KEB Hana Indonesia	Line Bank
7	Bank Neo Commerce	Neobank: BNC digital bank
8	Bank Aladin Hana Syariah	Aladin: Bank Syariah Digital
9	Bank DBS Indonesia	digibank by DBS Indonesia
10	Allo Bank Indonesia	Allo Bank

Sumber: (Noviyanti, 2023)

Kehadiran inovasi teknologi juga menjadi salah satu syarat atau acuan dalam proses penyelenggaraan bank

digital, inovasi teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan juga merambah ke dunia finansial (Mutiasari, 2020), dan model bisnis melalui penggunaan dari teknologi yang inovatif serta mampu menimbulkan rasa aman. Oleh karena itu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku lembaga yang terlibat dalam pengawasan perbankan membuat regulasi yang bersifat khusus, hal ini dilakukan akinat keterkaitan terhadap resiko yang harus diminimalkan kepada konsumen yang ingin merasakan manfaat dan kenyamanan serta kemudahan dari pelayanan perbankan yang secara maksimal ditawarkan oleh pihak bank. Dalam (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 12 /POJK.03/ Tentang Bank Umum, 2021) bahwa bank digital menjadi suatu lembaga perbankan yang masuk ke dalam bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI).

Akan tetapi kehadiran dan kemajuan tumbuh dan berkembangnya bank digital masih belum mampu membuat masyarakat untuk memahami tentang bank digital tersebut, alasan konsumen tentang kehadiran bank digital bahwa masih banyak konsumen atau masyarakat yang kurang paham tentang bank digital, serta resiko yang akan dihadapi ketika menggunakan bank digital sebab wujud fisik dari bank tersebut tidak dapat dilihat oleh konsumen atau masyarakat, sehingga konsumen atau masyarakat merasa ragu akan kejelasan dari keberadaan bank digital, persepsi risiko yang tinggi dapat menghalangi masyarakat untuk menggunakan teknologi perbankan digital, terutama bagi mereka yang tidak yakin dengan layanan dan keamanannya (Lestari et

al., 2023), demikian juga sosialisasi dari kehadiran bank digital bagi masyarakat belum tersampaikan secara optimal, karena ketika munculnya bank digital adalah era transformasi bank konvensional ke bank digital. Proses bertransformasi menjadi bank digital juga memudahkan perbankan dalam mendapat nasabah baru karena bank tidak perlu lagi terus menerus mencari nasabah melainkan bank dapat berkolaborasi dengan ekosistem *fintech* maupun *e-commerce* yang memiliki jumlah *user* yang sangat banyak (Suharbi & Margono, 2022), karena tantangan perkembangan bank digital yang berkelanjutan bergantung pada dua faktor besar, yaitu fundamental dan dukungan infrastruktur teknologi informasi (TI). Selain itu, manajemen risiko juga menjadi fokus yang perlu menjadi fokus bank digital. Ia mengatakan bank digital juga membutuhkan dukungan ekosistem yang luas.(Daelami et al., 2021). Kehadiran bank digital yang saat ini hadir ditengah masyarakat berusaha untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen dalam hal ini nasabah, sebab semua berlomba untuk meyakinkan masyarakat agar percaya dan mau menggunakan layanannya (Yogatama, 2021). Menjaga kepercayaan konsumen sangatlah penting, yang tujuannya untuk meningkatkan usaha agar bisa semakin berkembang. Kepercayaan merupakan syarat mutlak bagi perkembangan bisnis, terutama dalam bisnis perbankan dalam hal ini bank digital. Tanpa kepercayaan konsumen, bank digital tidak akan bisa menjalankan bisnis yang menguntungkan, kepercayaan

konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2002). Oleh karena itu, perlu dijaga semaksimal mungkin dan dipelihara selama menjalankan bank dengan sebaik-baiknya, kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi melalui jaringan online berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang atau perusahaan yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan (Alamsyah & Anugrah, 2015). Kepercayaan nasabah dalam konteks perbankan adalah bergantung kepada pengalaman nasabah (Setiabudi et al., 2023), dan ketika pelayanan dijalankan sesuai dengan aturan yang ada dan mampu memenuhi kepentingan umum, serta pelayanan yang dapat diandalkan nasabah, maka kepercayaan tersebut akan terbentuk (Järvinen, 2014). Hasil survei dari (Populix.co, 2021) bahwa konsumen percaya menggunakan bank digital 75% menilai layanan bank digital praktis dan 74% menganggap layanannya mudah digunakan, selanjutnya 67% responden menggunakan layanan bank digital karena hemat waktu, 65% karena banyaknya fitur, dan 62% menganggap bank digital memudahkan nasabah untuk melacak pengeluaran, bahkan ada juga 61% yang menggunakan bank digital karena terintegrasi dengan e-wallet, dan 56% karena terintegrasi dengan e-commerce. Menurut (Yolandha, 2023) bahwa alasan konsumen untuk percaya menggunakan bank digital terdiri dari: memberi

kemudahan dalam satu aplikasi, praktis karena terdiri dari berbagai fitur, pelayanan yang siap sedia selama 24 jam, biaya untuk transfer murah bahkan gratis serta promo yang diberikan lebih banyak.

Namun kepercayaan konsumen terhadap bank digital belum mencapai hasil yang diharapkan karena beberapa faktor. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap bank digital, dan kekurangan dalam mencapai hasil yang diharapkan mungkin disebabkan oleh beberapa alasan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap bank digital meliputi:

1. Keamanan dan privasi. Jaminan keamanan dan privasi informasi pribadi sangat penting bagi konsumen. Jika ada kebocoran data atau kelemahan keamanan, ini dapat merusak kepercayaan konsumen.
2. Ketidaknyamanan pengguna. Jika antarmuka pengguna tidak ramah atau pengalaman pengguna tidak memuaskan, konsumen mungkin merasa tidak nyaman dan tidak yakin untuk menggunakan layanan bank digital.
3. Pendidikan dan kesadaran. Beberapa konsumen mungkin belum sepenuhnya memahami keuntungan dan cara menggunakan layanan bank digital. Pendidikan dan peningkatan kesadaran bias menjadi kunci untuk meningkatkan kepercayaan.
4. Dukungan pelanggan. Ketersediaan dan kualitas dukungan pelanggan sangat penting. Jika konsumen

- mengalami masalah dan tidak dapat dengan mudah mendapatkan bantuan, hal ini dapat merugikan kepercayaan.
- 5. Inovasi dan keandalan teknologi. Teknologi yang tidak andal atau kurang inovatif mungkin membuat konsumen ragu. Keandalan platform dan layanan perlu dijaga agar konsumen merasa aman.
 - 6. Peraturan dan kepatuhan. Kepatuhan terhadap peraturan dan standar keamanan merupakan faktor kunci. Bank digital perlu memastikan bahwa mereka mematuhi semua regulasi yang berlaku.
 - 7. Ketidakpastian Ekonomi. Faktor ekonomi global dan ketidakpastian dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap lembaga keuangan, termasuk bank digital. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, bank digital dapat fokus pada peningkatan keamanan, peningkatan pengalaman pengguna, penyuluhan kepada konsumen, dan memberikan layanan pelanggan yang baik. Komunikasi transparan mengenai praktik keamanan dan privasi, serta inovasi berkelanjutan, juga dapat membantu membangun kepercayaan konsumen melalui aplikasi seluler. Menurut (Johnson, 2020) bahwa bank digital adalah organisasi bisnis yang menawarkan aktivitas perbankan sepenuhnya online yang sebelumnya hanya dapat dilakukan di cabang bank, namun bank digital tetap harus memiliki minimal satu kantor fisik berupa kantor pusat dan memenuhi persyaratan operasional bank digital.(Susilo, 2021), Bank Digital juga dapat beroperasi melalui pendirian bank BHI baru sebagai bank digital atau transformasi bank BHI (eksisting) menjadi sebuah bank digital (Almi, 2023).

Kepercayaan konsumen

Kepercayaan konsumen dapat dikatakan sebagai modal utama dunia perbankan untuk mampu menghadapi persaingan dalam dunia perbankan, preferensi konsumen perbankan digital berubah dan siapa yang mereka percayai untuk kebutuhan perbankan (McNamee, 2022). Kepercayaan adalah hal yang mendasar bagi semua hubungan serta mampu membuat ikatan (Hartsell, 2023), dalam dunia perbankan, kepercayaan nasabah sangat penting karena dapat meningkatkan hubungan antara nasabah dengan bank (Rahmadani, 2022).

KAJIAN PUSTAKA

Bank digital

Perbankan online mengacu pada akses ke semua fitur layanan perbankan melalui situs web bank terkait, bank digital dapat dikatakan sebagai lembaga keuangan yang menggunakan teknologi digital untuk menyediakan layanan keuangan, tidak memiliki cabang fisik seperti bank tradisional dan fokus pada layanan perbankan online atau menyediakan layanan

METODE

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, yang menggambarkan tentang fenomena serta uraian dari hadirnya bank digital serta kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa bank digital. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari literatur dari buku, wawancara maupun media internet serta pengamatan yang dilakukan

terhadap kehadiran bank digital, dengan memperhatikan segala undang undang maupun peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan serta pemerintah yang berhubungan dengan Bank Digital serta literature tentang kepercayaan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank digital dan kepercayaan konsumen adalah dua konsep yang saling terkait dalam dunia perbankan modern, Hadirnya bank digital dan kepercayaan konsumen saling terkait dan memiliki pengaruh signifikan terhadap satu dengan yang lainnya, suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai (Riadi, 2021). Bank digital menyediakan layanan perbankan melalui platform online atau aplikasi mobile, dan cenderung berinovasi dalam menyediakan layanan baru dan solusi perbankan yang lebih efisien, Ketersediaan layanan pelanggan yang responsif dan efisien pada bank digital dapat memperkuat kepercayaan konsumen, pelayanan yang berkualitas akan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank, namun jika pelayanan yang diberikan kurang efektif, cenderung akan membuat nasabah merasa kurang puas (Klavert, 2015), penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, dan akhirnya membuat pelanggan tersebut merasakan kepuasan dan berakhir dengan sikap loyalitas (Respati et al., 2016). Kemampuan bank untuk menanggapi pertanyaan atau masalah dengan cepat dan profesional dapat memberikan kesan positif.

Inovasi ini dapat membantu membangun kepercayaan konsumen karena menunjukkan bahwa bank tersebut beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memberikan pengalaman yang lebih baik, inovasi ini sangat dibutuhkan untuk menyikapi tingginya persaingan seiring pesatnya pertumbuhan teknologi keuangan atau yang di kenal dengan fintech (*financial technology*) (Hafizha & Anggraini, 2023), dan juga memahami kebutuhan serta keinginan para nasabah yang berkeputusan untuk melakukan transaksi diperusahaan, seperti keyakinan nasabah dalam sebuah produk, kebiasaan dalam melakukan transaksi pada sebuah produk, pemberian rekomendasi pada orang lain, penilaian setelah melakukan transaksi, sampai melakukan transaksi secara berulang.(Worek & Sepang, 2021), serta memungkinkan konsumen untuk mengakses rekening mereka kapan saja dan di mana saja.

Kemudahan akses ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen karena mereka dapat dengan mudah mengelola transaksi dan melacak keuangan mereka sendiri secara mudah melalui platform online atau aplikasi mobile, dan kemudahan ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, karena memberikan fleksibilitas dalam mengelola keuangan konsumen, dan perlu konsumen merasa yakin bahwa M-banking adalah platform yang aman dan dapat diandalkan untuk mengelola keuangan mereka (Tantrinesia et al., 2023), kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang untuk mencapai kesetiaan pelanggan antara pelanggan mengenai, kualitas, reabilitas,

integritas dari jasa yang disampaikan (Andriyani et al., 2022). Keamanan adalah faktor utama dalam kepercayaan konsumen terhadap bank digital. Sistem enkripsi yang kuat dan langkah-langkah keamanan yang canggih dapat memberikan kepercayaan bahwa data dan transaksi keuangan konsumen aman. Kepercayaan konsumen terhadap bank digital sangat terkait dengan tingkat keamanan yang disediakan oleh platform tersebut, keamanan yang dimaksud adalah jaminan keamanan, kerahasiaan data, pengamanan jaringan hingga informasi layanan yang membuat kepuasan nasabah meningkat(Nur Khotijah et al., 2022). Bank digital yang memiliki sistem keamanan yang kuat, seperti enkripsi data dan perlindungan terhadap aktivitas penipuan, dapat meningkatkan rasa aman konsumen, serta terkait dengan perlindungan privasi data. Bank digital harus menjaga keamanan informasi pribadi konsumen dan mematuhi regulasi privasi yang berlaku, reputasi bank digital, terutama berdasarkan umpan balik dari konsumen yang telah menggunakannya, dapat memengaruhi kepercayaan konsumen, pengalaman positif dari pengguna lain dapat membangun kepercayaan, apabila faktor kenyamanan nasabah semakin tinggi, kepuasan juga akan meningkat (Khasanah, 2022). Dengan adanya bank digital yang menyediakan layanan perbankan yang lebih efisien dan mudah diakses, kepercayaan konsumen menjadi krusial dalam mendukung pertumbuhan dan adopsi teknologi ini. Kepercayaan konsumen terhadap bank digital adalah elemen kritis dalam keberhasilan dan pertumbuhan institusi keuangan ini.

Oleh karena itu, menjaga keamanan, transparansi, dan kualitas pelayanan adalah kunci untuk membangun dan memelihara kepercayaan konsumen, untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan operasional bank digital.

KESIMPULAN

Bank digital dapat membangun dan memelihara tingkat kepercayaan yang tinggi dengan konsumen mereka. Kepercayaan yang kuat merupakan aset berharga dalam industri perbankan dan dapat membantu bank digital memenangkan dan mempertahankan basis pelanggan yang setia. Bank digital yang berhasil memadukan kemudahan, inovasi, keamanan, edukasi, responsivitas, dan kepatuhan dapat membangun dan memelihara kepercayaan konsumen, menciptakan hubungan jangka panjang yang kuat dengan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. (2023). *Daftar 7 Bank Digital di Indonesia, Untung dan Praktis!* Flip.Id. <https://flip.id/blog/bank-digital-di-indonesia>
- Alamsyah, D. P., & Anugrah, R. (2015). Membangun Kepercayaan Nasabah Pada Internet Banking. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 464–473. <http://ejurnal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/33>
- Almi, A. A. (2023). Green Banking dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Bank Digital di Indonesia. *Jurnal Studia*

- Legalia*, 4(01), 1–12. <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.60>
- Andriyani, V., Maro'ah, S., & Mauliddah, N. (2022). Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Tissue " See U " Di Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 69–76. [https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/improvement/article/viewFile/17131/5925](https://journal.um-surabaya.ac.id/improvement/article/view/17131%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/improvement/article/viewFile/17131/5925)
- Aprilia, Z. (2023). *Digital Bank Vs Bank Digital, Apa Sih Bedanya?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230606080819-17-443245/digital-bank-vs-bank-digital-apa-sih-bedanya>
- Daelami, D. M., Kure, E., & Sahara, N. (2021). *Euforia Bank Digital Berlebihan*. Investor Id. <https://investor.id/finance/260677/euforia-bank-digital-berlebihan>
- Digiads.id. (2022). *Mengenal Lebih Dekat Pengguna Perbankan Digital di Indonesia*. Tekomsel DigiAds. <https://digiads.id/insight/mengenal-lebih-dekat-pengguna-perbankan-digital-di-indonesia>
- GenBI. (2021). *Tren dan Perkembangan Bank Digital di Indonesia*. Medium. <https://medium.com/@genbi.universitas.indonesia/tren-dan-perkembangan-bank-digital-di-indonesia-e313f6928b4>
- Hafizha, Z., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Personal Branding Sumber Daya Insani Perbankan Syariah Terhadap Digitalisasi Banking di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 470–479. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7942>
- Hartsell, J. (2023). *In banks we trust: how banks can build belief in the digital age*. Fintech Insights. <https://www.fisglobal.com/en/insights/in-banks-we-trust-how-banks-can-build-belief-in-the-digital-age>
- Järvinen, R. A. (2014). Consumer trust in banking relationships in europe. *International Journal of Bank Marketing*, 32(6), 551–566. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2013-0086>
- Johnson, P. (2020). *What is a Digital Bank?* Verif.Com. <https://www.veriff.com/blog/what-is-a-digital-bank>
- Khasanah, N. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Umum Syariah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Klavert, L. P. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Politeknik*. Politeknik Negeri Manado.
- Lestari, W., Sihabudin, & Fauji, R. (2023). Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Euangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154.
- Maulidya, G. P., & Afifah, N. (2021). Perbankan Dalam Era Baru Digital: Menuju Bank 4 . 0.

- Proceeding Seminar Bisnis, Seri V, 278–288.*
- McNamee, J. (2022). *Consumer trust in digital banking is shifting away from their primary financial institution. Insider Intelligence Inc.* <https://www.insiderintelligence.com/content/trust-digital-banking-shifting-primary-financial-institution>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen* (Dwi Kartini Yahya (ed.); Fifth edit). Erlangga.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>
- Noviyanti, Y. (2023). *10 Rekomendasi Bank Digital Terbaik (Terbaru Tahun 2023) [Ditinjau oleh Praktisi Keuangan]*. Mybest. <https://id.my-best.com/139216>
- Nur Khotijah, S., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal* Vol. 3, No. 2, Tahun 2022, 3(2), 541–551. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/20539>
- Pangesti, N. A. (2022). *Apa Itu Bank Digital: Pengertian, Keuntungan, Kekurangan, dan Daftar Bank Digital Indonesia*. Daily Social. <https://dailysocial.id/post/bank-digital>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 12 /POJK.03/ Tentang Bank Umum, [Www.Ojk.Go.Id](http://www.ojk.go.id) 1 (2021).
- Pernando, A. (2023). *Perbanas Ungkap Persaingan Bank Digital, Hengkangnya Asing, dan Nasib BPR*. Bisnis.Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20231126/90/1718088/perbanas-ungkap-persaingan-bank-digital-hengkangnya-asing-dan-nasib-bpr>
- Populix.co. (2021). *Financial and Investment During Pandemic*. Populix. <https://info.populix.co/product/consumer-trend-report/download?report=2021-10-financial-and-investment-during-pandemic#>
- Rahmadani, N. D. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Melakukan Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19* (Vol. 19). http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/5336%0Ahttp://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/5336/S1_FEB_21801083085_NANDA_DIAN RAHMADANI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rahman, D. F. (2023). *Peta Persaingan Bank Digital di Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/sortatobing/infografik/63ff0219caa30/peta-persaingan-bank-digital-di-indonesia>
- Respati, J., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas

- Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusat Kota Malang). *JAB: Jurnal Misistrasi Bisnis*, 41(1), 37–42.
- Riadi, M. (2021). *Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator dan Strategi)*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html>
- Setiabudi, G. M., Tampi, J. B., & Jeisy, L. G. (2023). Dampak Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Perbankan Elektronik BCA Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(2), 161–172. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i2.41809>
- Suharbi, M. A., & Margono, H. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital Indonesia di era revolusi industri 4.0. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4749–4759. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1758>
- Susilo, Y. S. (2021). *OPINI: Selamat Datang Bank Digital*. Harian Jogja. <https://opini.harianjogja.com/read/2021/09/02/543/1081662/opini-selamat-datang-bank-digital>
- Tantrinesia, M., Amelia, L. F., & Sidarwaya, H. A. (2023). Pengaruh M-banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya. *Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*, 24–38.
- Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (2021). Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Pt . Pegadaian (Persero)
- Karombasan Impact Of Product Innovation And Service Quality And Satisfaction Customers Through The Purchase Decision Of Pt . Pegadaian (Persero) Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 202. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 404–412. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33476>
- Yogatama, B. K. (2021). *Bank Digital Berlomba Menggaet Kepercayaan Pengguna*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/12/18/bank-digital-berlomba-menggaet-kepercayaan-pengguna>
- Yolandha, F. (2023). *Ini Dia Lima Alasan Harus Mulai Pakai Bank Digital*. Republika. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rrnron370/ini-dia-lima-alasan-harus-mulai-pakai-bank-digital>