

Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Bank Digital di Kalangan Mahasiswa

Ananda Meylani Puteri¹, Intan Inanda², Rifaldy Bagas Prasetyo³, Rudi Sanjaya⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang, Indonesia

Jl. Surya Kencana No. 1, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417

Koresponden email: Anandamey0553@gmail.com¹, intaninanda10@gmail.com², rifaldybagasp@gmail.com³, dosen02253@unpam.ac.id⁴

Abstract. *In the era of the Industrial Revolution 4.0, digital technology has become an important factor in the banking industry, including the increasing use of digital services such as mobile banking and e-wallets. This study aims to analyze the influence of financial literacy and digital literacy on students' preferences in using digital banks. Given the rapid growth of digital banks in Indonesia, it is important to understand the factors that influence students' preferences, especially financial literacy and digital literacy skills. This study uses a quantitative approach with a survey method involving students from several universities in Indonesia. The data were analyzed using regression analysis to see the influence of financial literacy and digital literacy variables on digital bank preferences. The results of the study show that both financial literacy and digital literacy have a significant influence on students' preferences in choosing digital banks, with digital literacy having a greater influence. These findings provide important implications for financial institutions in designing appropriate marketing strategies for the student segment.*

Keywords: *Financial literacy, digital literacy, digital bank preferences, students, digital banks*

Abstrak. Di era Revolusi Industri 4.0, teknologi digital menjadi faktor penting dalam industri perbankan, termasuk meningkatnya penggunaan layanan digital seperti mobile banking dan *e-wallet*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan bank digital. Mengingat pertumbuhan bank digital di Indonesia yang pesat, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa, khususnya kemampuan literasi keuangan dan literasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa dari beberapa universitas di Indonesia. Data dianalisis menggunakan analisis regresi untuk melihat pengaruh variabel literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih bank digital, dengan literasi digital memiliki pengaruh yang lebih besar. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi lembaga keuangan dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk segmen mahasiswa.

Kata kunci: Literasi keuangan, literasi digital, preferensi bank digital, mahasiswa, bank digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong inovasi di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi yang muncul adalah layanan perbankan digital yang semakin populer, terutama di kalangan generasi muda, seperti mahasiswa. Bank digital menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas, serta berbagai fitur yang menarik bagi pengguna yang terbiasa dengan teknologi. Namun, tingginya minat terhadap bank digital ini juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan literasi digital di kalangan mahasiswa. Era saat ini yang dikenal dengan era Revolusi Industri 4.0 merupakan era yang berfokus pada

otomatisasi dan kolaborasi antara aspek teknologi digital dan industri tradisional (Winasis & Riyanto, 2020). Revolusi Industri 4.0 juga menyaksikan transformasi industri keuangan dari transformasi manual menjadi digital melalui pengembangan layanan berbasis digital, dan dikenal dengan inovasi fintech yang memadukan keuangan dan teknologi, atau biasa disebut teknologi keuangan dan teknologi dalam bahasa Indonesia menciptakan inovasi yang diperlukan. Ini bersifat teknis. Inovasi di bidang keuangan (Nurdin & Galuh, 2023). Inovasi ini mencakup berbagai jenis inovasi di bidang keuangan, termasuk perbankan. Dengan kata lain mobile banking (m-banking) berbasis pada pembayaran mobile melalui layanan perbankan yang mendukung aktivitas transaksi melalui smartphone yang terhubung ke internet (Kholis, 2018).

Dalam perkembangannya, inovasi pembayaran seluler di Indonesia terus meningkat. Hal ini mengacu pada data Bank Indonesia tahun 2022. Jumlah transaksi perbankan digital di Indonesia pada bulan Oktober 2022 adalah Rp. 5.184,1 triliun rupiah atau meningkat 38,38% dari tahun sebelumnya, dan jumlah transaksi uang elektronik juga meningkat menjadi 5.184,1 triliun rupiah. 35,1 triliun atau 20,19% YoY (BI, 2022). Meningkatnya transaksi dalam format digital menuntut masyarakat Indonesia untuk memiliki literasi digital dan keuangan yang baik sehingga dapat terbangun ekosistem perbankan digital yang baik, termasuk pemahaman masyarakat terhadap perbankan digital. Oleh karena itu, perkembangan industri jasa keuangan digital dapat menimbulkan ancaman bagi masyarakat yang minim literasi keuangan dan minim literasi digital (Effendi et al., 2022). Tidak dapat disangkal bahwa literasi keuangan masih belum tersebar luas di Indonesia (Sari & Dwilita, 2018).

Masyarakat Indonesia belum sepenuhnya memahami berbagai produk dan layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga jasa keuangan publik. Hal ini menunjukkan literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah (Viana et al., 2021). Pendidikan keuangan tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga mengajarkan keterampilan keuangan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan keuangan. Studi Cania (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan perbankan elektronik. Hal ini sesuai dengan temuan Munari & Susanti (2021) bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-banking, dan literasi mempunyai dampak negatif yang kecil terhadap penggunaan e-money. Literasi keuangan merupakan pemahaman individu mengenai konsep dasar keuangan seperti pengelolaan anggaran, investasi, dan risiko. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, termasuk dalam memilih layanan bank yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, literasi digital berkaitan dengan kemampuan

individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif dan aman. Dalam konteks perbankan digital, literasi digital menjadi krusial untuk memastikan mahasiswa mampu memanfaatkan layanan digital dengan benar serta memahami risiko keamanan yang terkait.

Preferensi adalah kemampuan konsumen dalam memilih barang mana yang lebih disukai dan melakukan ordering dari himpunan barang yang tersedia bagi konsumen untuk dipilih. Preferensi konsumen dapat di tunjukan dari selera pengguna dari beragam opsi produk jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, preferensi terhadap perbankan digital dapat diartikan sebagai kecenderungan atau pilihan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan digital dibandingkan layanan perbankan konvensional. Preferensi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah tingkat literasi keuangan dan digital yang dimiliki oleh mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki pemahaman lebih baik tentang produk-produk keuangan digital, seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan aplikasi *fintech* lainnya, sehingga mereka lebih yakin dalam menggunakan layanan perbankan digital

2. KAJIAN PUSTAKA

• Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan secara efektif, yang meliputi pengetahuan dasar tentang konsep finansial, keterampilan mengelola uang, serta pemahaman risiko keuangan yang terkait dengan pengambilan keputusan (Atkinson & Messy, 2012). Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang bijak, seperti mengelola anggaran, menghindari utang berlebihan, dan merencanakan masa depan finansial mereka. Bagi mahasiswa, literasi keuangan sangat penting karena mempengaruhi cara mereka mengelola keuangan selama masa pendidikan yang sering kali terbatas pada pendapatan dari orang tua atau pekerjaan paruh waktu. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan yang tinggi pada generasi muda dapat meningkatkan preferensi mereka untuk menggunakan layanan keuangan formal, termasuk bank digital (Xiao, Tang, & Shim, 2009). Hal ini dikarenakan mereka lebih percaya diri dalam mengeksplorasi fitur-fitur layanan keuangan digital yang sering kali dianggap lebih praktis dan menguntungkan dibandingkan layanan tradisional.

- **Literasi Digital**

Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi untuk membangun pengetahuan baru, berkreasi, dan berinteraksi dengan orang lain (Setyaningsih et al., 2019). Literasi digital adalah kemampuan untuk mengakses, memahami, dan menggunakan informasi digital secara efektif (Ng, 2012). Literasi digital mencakup kemampuan dasar teknologi informasi, pemahaman etika dan keamanan digital, serta keterampilan untuk menavigasi berbagai platform digital. Seiring dengan perkembangan teknologi, literasi digital menjadi keterampilan yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal mengakses layanan keuangan.

Dalam konteks perbankan digital, literasi digital sangat relevan, terutama karena bank digital sepenuhnya mengandalkan platform online atau aplikasi seluler. Sebuah penelitian oleh Chuang dan Lin (2019) menunjukkan bahwa individu dengan literasi digital yang lebih tinggi cenderung lebih cepat beradaptasi dan merasa nyaman menggunakan layanan bank digital. Mahasiswa yang memiliki literasi digital tinggi cenderung lebih tertarik untuk memilih bank digital, karena mereka merasa lebih percaya diri dalam mengoperasikan aplikasi dan mengamankan data pribadi mereka selama melakukan transaksi.

- **Preferensi Bank Digital**

Preferensi bank digital di kalangan mahasiswa mulai meningkat seiring dengan kepraktisan yang ditawarkan, seperti kemudahan transaksi, aksesibilitas kapan saja dan di mana saja, serta biaya administrasi yang lebih rendah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Bank digital mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa yang menginginkan kemudahan akses dan efisiensi waktu, khususnya bagi mereka yang sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Penelitian oleh Pratama et al. (2021) menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa terhadap bank digital dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk tingkat literasi keuangan dan literasi digital mereka. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan dan digital yang baik cenderung lebih tertarik menggunakan bank digital, karena mereka lebih memahami manfaatnya dan mampu menilai risiko yang mungkin timbul.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian terdiri dari mahasiswa di beberapa universitas di Indonesia yang dipilih secara acak. Kuesioner dibagikan untuk mengukur tingkat literasi keuangan, literasi digital, dan preferensi mereka terhadap bank digital. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital.

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Penggunaan Bank Digital

Literasi keuangan yang baik memberikan dasar pengetahuan yang kuat bagi mahasiswa untuk memahami berbagai produk dan layanan keuangan, termasuk perbankan digital. mengacu pada teori yang diutarakan oleh Chen dan Volve (dalam Aulia dan Leo, 2023), bahwa tingkat literasi keuangan diukur dari empat indikator yaitu;

- 1) *General Knowledge*, yang berkaitan dengan pemahaman secara umum terkait keuangan,
- 2) *Saving and Borrowing*, yaitu pemahaman tentang tabungan dan pinjaman,
- 3) *Insurance*, yaitu pemahaman tentang asuransi,
- 4) *Investment*, yaitu pemahaman tentang produk dan mekanisme dalam berinvestasi.

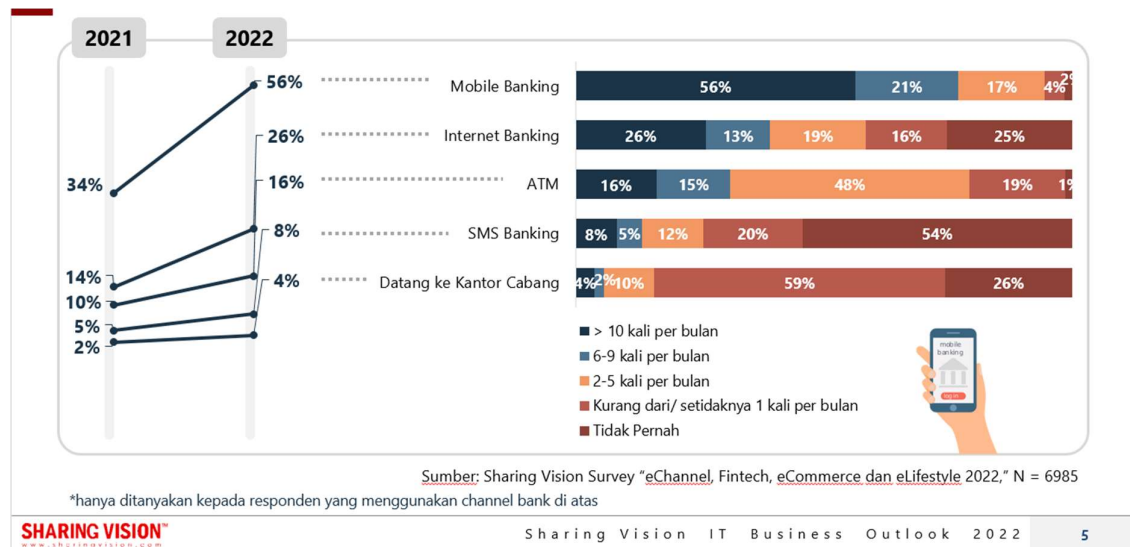
Selanjutnya dipadukan dengan aspek literasi digital yang menekankan analisis pada kemampuan menggunakan media digital secara produktif dan penuh tanggung jawab.

Selain 4 indikator di atas, terdapat tiga aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media digital seperti yang dikemukakan oleh Chairul Rizal *et al* (dalam Aulia dan Leo, 2023), yaitu;

- 1) Aspek kecakapan keamanan digital yang bersifat kognitif, yaitu memahami berbagai konsep serta mekanisme proteksi pada perangkat digital maupun terhadap identitas digital dan data diri,
- 2) Aspek kecakapan keamanan perangkat digital yang bersifat afektif yang bertumpu pada empati. Individu tidak hanya sadar akan keamanan digital dan data diri sendiri, tetapi juga menjaga keamanan pengguna lain agar tercipta sistem keamanan yang kuat, dan
- 3) Aspek kecakapan keamanan digital yang bersifat konatif atau *behavioral*, seperti memastikan penggunaan sandi yang kuat dan diperbaharui secara berkala.

Menurut Lusardi (2014), literasi keuangan melibatkan kemampuan untuk mengelola dan menggunakan uang secara efektif, yang sangat penting dalam membuat keputusan terkait penggunaan layanan perbankan digital. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengevaluasi manfaat dan risiko dari produk-produk seperti *mobile banking* dan *e-wallet*, sehingga lebih percaya diri dalam mengadopsi teknologi ini. Dengan literasi keuangan yang memadai, mahasiswa dapat lebih cerdas dalam memilih layanan keuangan digital yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka (Basri and Leo, 2023). Hal ini dapat berarti bahwa mahasiswa yang telah teredukasi dengan baik tentang pengelolaan keuangan akan lebih mungkin memilih bank digital yang menawarkan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti kemudahan akses dan biaya yang lebih rendah. Dalam hal ini, literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan, tetapi juga sebagai praktik yang dapat memfasilitasi adopsi layanan digital.

Literasi digital menjadi semakin penting dalam era Revolusi Industri 4.0, di mana hampir semua aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan, telah beralih ke *platform digital*. Hal ini dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



Gambar 1. Mobile Banking sebagai Primadona, Sumber: Sharingvision

Data menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penggunaan mobile banking dari tahun 2021 hingga 2022. Pada tahun 2021, tercatat 34% responden menggunakan mobile banking, sementara pada tahun 2022 angkanya melonjak drastis menjadi 56%. Dengan kata lain, hal tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 22% dalam kurun waktu satu tahun, yang mengindikasikan bahwa *mobile banking* semakin menjadi pilihan utama nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Sekitar 80% pengguna *mobile banking* memanfaatkannya untuk berbagai layanan seperti transfer dana, pembelian pulsa, *e-money*, dan lainnya, dengan

alasan utama kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh layanan *digital bank*. Survei juga mencatat bahwa 39% masyarakat Indonesia pernah membuka rekening digital bank, yang berarti sekitar 55 juta orang telah membuka rekening secara *online*. Berdasarkan proyeksi survei, angka ini diperkirakan akan menembus 100 juta orang pada tahun 2023. Selain itu, survei ini mengungkapkan bahwa lebih dari 50% responden yang menggunakan *mobile banking* melakukannya lebih dari 10 kali per bulan, menggambarkan dominasi *mobile banking* dalam transaksi elektronik perbankan saat ini (Sharing Vision, 2022).

Mengacu pada hasil penelitian Fitri *et al* (2024) dalam "*Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Layanan Keuangan Digital*", tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih jenis layanan keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi berkorelasi positif dengan preferensi yang lebih kuat terhadap layanan keuangan digital, dengan faktor-faktor seperti keamanan transaksi dan manfaat finansial dari layanan digital turut memengaruhi preferensi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya memengaruhi pemahaman mahasiswa terhadap produk keuangan digital, tetapi juga preferensi mereka dalam menggunakan layanan yang menawarkan keunggulan kompetitif dan memenuhi kebutuhan finansial mereka. Ketersediaan *Mobile Banking* telah mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi keuangan untuk pembelian secara *online*. (Harahap 2018). Ada tiga alasan utama mengapa institusi klien membutuhkan layanan *Mobile Banking*, menurut temuan studi MARS Indonesia yang dirilis dalam "Market & Mobile Banking Customer Behavior 2008", antara lain: (1) simpel karena kita tidak perlu repot datang ke bank/ATM (46,5%), (2) transaksi yang jauh menjadi lebih menghemat waktu dan mudah (32,7%), dan (3) memverifikasi saldo melalui handphone menjadi lebih sederhana (17,8%).

B. Mahasiswa sebagai Dominasi Pengguna Bank Digital

Generasi sekarang dari potensi demografis Indonesia lebih awam dalam penggunaan internet, misalnya adalah mahasiswa sebagai kaum pemuda yang menginginkan dan membutuhkan layanan yang praktis dan efisien. Bagi mahasiswa bukan hal yang terlalu sulit untuk mengadopsi teknologi baru (Nadila 2023). Hal ini mendorong lembaga perbankan digital untuk semakin mengoptimalkan layanan mereka agar sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Mahasiswa, yang terbiasa dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, cenderung lebih cepat dan mudah menerima inovasi dalam layanan keuangan. Mereka menginginkan akses yang cepat dan praktis, mulai dari pembukaan rekening secara online, transfer instan, hingga fitur-fitur tambahan seperti manajemen keuangan dan pembayaran tagihan yang terpadu

(Fira, 2023). Oleh karena itu, bank digital harus terus mengembangkan sistem yang intuitif, aman, dan mudah digunakan, sambil menyediakan fitur-fitur yang dapat mendukung gaya hidup mahasiswa yang dinamis. Dengan demikian, layanan perbankan digital dapat memenuhi harapan generasi muda dan mendukung mereka dalam mengelola keuangan dengan lebih baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi bank digital di kalangan mahasiswa. Keduanya berperan sebagai faktor kunci yang menentukan sejauh mana mahasiswa memahami dan merasa nyaman menggunakan layanan perbankan digital. Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa mampu mengenali manfaat, risiko, dan cara kerja dari layanan bank digital, sehingga lebih percaya diri dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Begitu pula, literasi digital memberikan kemampuan untuk mengakses dan menggunakan teknologi perbankan dengan aman dan efisien, yang pada gilirannya memperkuat preferensi mereka terhadap layanan bank digital dibandingkan bank konvensional. Mahasiswa yang memiliki literasi digital tinggi cenderung lebih mampu beradaptasi dengan aplikasi perbankan, termasuk fitur-fitur keamanan yang kompleks, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka dalam melakukan transaksi *online*. Temuan ini dapat memberikan implikasi penting bagi bank digital untuk meningkatkan literasi digital dan keuangan di kalangan mahasiswa melalui program edukasi atau pemasaran yang interaktif dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

SARAN

Berdasarkan temuan ini, disarankan bagi pihak perbankan digital untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan bagi mahasiswa terkait literasi keuangan dan digital. Edukasi mengenai keamanan siber juga penting untuk menambah kepercayaan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan layanan bank digital. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan memperluas sampel dan mengkaji faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap bank digital.

5. REFERENSI

Alfiyansyah, M. A., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 972-979.

- Alwi, M., & Hartono, B. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan*. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 10(2), 121-135.
- Aulia, G. Y., & Putra, S. G. (2023). Tingkat literasi keuangan digital (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri mataram). *JPS: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 26-38.
- Basri, M., & Leo, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 421-427.
- Basri, M., & Leo, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 421-427.
- BI. (2022a). *Tinjauan Kebijakan Moneter November 2022*. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/pub-likasi/laporan/Pages/Tinjauan-Ke-bijakan-Moneter-November-2022.aspx>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial services review*, 7(2), 107-128.
- Fira, I. (2023). *Analisis Kebutuhan Masyarakat Terhadap Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking (Action)(Studi Pada Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Fitri, R. N., Kudus, M. F. I., Khaudlusshofa, W., Hidayat, W., & Peristiwo, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Layanan Keuangan Digital. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(6), 64-70.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New. York: John **Wiley** and **Sons**.
- Harahap, Dedy Ansari. 2018. "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus." *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9(2): 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>.
- Herliandry, L. D., Nurhasanah, N., Suban, M. E., & Kuswanto, H. (2020). Pembelajaran pada masa pandemi covid-19. *JTP-Jurnal Teknologi Pendidikan*, 22(1), 65-70.
- Huston, S. J. (2010). *Measuring Financial Literacy*. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316.
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2021). *Understanding digital literacies: A practical introduction*. London: Routledge.
- Kholis, N. (2018). Perbankan Dalam Era Baru Digital. *Economicus*, 12(1).
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- Marzali, A. (2016). Menulis kajian literatur. *Jurnal Etnografi Indonesia*.
- Muksal, M., Zuhilmi, M., & Afdiani, S. (2024). Determinasi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dalam Penggunaan Aplikasi Dana. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 4(1), 15-33.
- Nadila, T. (2023). *Penggunaan Bank Digital pada Mahasiswa dengan Pendekatan TRITAM yang Dimodifikasi* (Doctoral dissertation).

- Nurdien, F. G., & Galuh, A. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Menggunakan QRIS BSI Mobile (Studi Kasus Gen Z Di Kota Malang). *Islamic Economics and finance in Focus*, 2(4).
- OECD INFE. 2012. *PISA 2012 Literacy assessment framework*. [Report Paper]
- Purwanto, R., & Setiawan, A. (2021). Digital Literacy and Its Impact on Consumer Behavior. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(1), 45-53.
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model penguatan literasi digital melalui pemanfaatan e-learning. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1200-1214.
- Sharing Vision. (2022). *Survey 2022 Sharing Vision: Mobile Banking Menjadi Primadona*. Retrieved from <https://sharingvision.com/insight/survey-2022-sharing-vision-mobile-banking-menjadi-primadona/>
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. (2023). Literasi Ekonomi, Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Perilaku Keuangan di Era Ekonomi Digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261-279.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152-167.
- Widiyati, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perlindungan Data, dan Cybersecurity Terhadap Penggunaan Financial Technology. *Jae (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)*, 9(1), 130-141.
- Winasis, S., & Riyanto, S. (2020). Transfor-masi Digital di Industri Perbankan Indo-nesia: Impak pada Stress Kerja Karya-wan. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Per-bankan Syariah*, 7(1). <https://doi.org/10.1905/iqti-shadia.v7i1.3162>