

ANALISIS PENGARUH FITUR KEAMANAN, FITUR PELAYANAN, DAN PERSEPSI KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGUNAAN LAYANAN BANK DIGITAL SEABANK

Oleh:

¹Muhammad Tito Dwi Saputro, ²Wuryaningsih Dwi Lestari

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surakarta, Prodi Manajemen
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasuro Telp. (0271) 717417 Surakarta, 57102.

e-mail: b100220424@student.ums.ac.id¹, wdl126@ums.ac.id²

ABSTRACT

This research endeavors to scrutinize and investigate the impact of Security Features, Service Features, and Perceived Credibility on the inclination towards utilizing SeaBank's Digital Banking Services. Driven by the swift proliferation of digital banking institutions that provide enhanced convenience and operational efficiency, this quantitative inquiry employs the Purposive Sampling technique through the distribution of online questionnaires to users of SeaBank. The findings derived from Multiple Linear Regression analysis reveal that, in isolation, the three independent variables Security Features (X_1), Service Features (X_2), and Perceived Credibility (X_3) exert a positive and statistically significant influence on the Interest in Use (Y). Collectively, the amalgamation of these three variables also demonstrates a significant impact on the Interest in Engaging with SeaBank's Digital Banking Services. Consequently, augmenting security measures, enhancing service quality, and fostering credibility are pivotal elements in promoting public acceptance of and interest in SeaBank's digital banking offerings.

Key words: Security Features, Service Features, Perceived Credibility, Interest in Using SeaBank Digital Banking.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk secara sistematis memeriksa dan mengevaluasi dampak Fitur Keamanan, Fitur Layanan, dan Persepsi Kredibilitas terhadap Niat Memanfaatkan Layanan Perbankan Digital SeaBank. Berdasarkan kemajuan pesat perbankan digital yang menjanjikan peningkatan kenyamanan dan efisiensi operasional, penyelidikan kuantitatif ini menggunakan teknik Purposive Sampling dengan menyebarkan kuesioner online kepada individu yang menggunakan layanan SeaBank. Temuan yang diperoleh dari analisis Regresi Linier Ganda menunjukkan bahwa, ketika dinilai secara individual, masing-masing dari tiga variabel independen Fitur Keamanan (X_1), Fitur Layanan (X_2), dan Persepsi Kredibilitas (X_3) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara statistik pada Minat Penggunaan (Y). Secara kolektif, interaksi ketiga variabel ini juga menunjukkan dampak yang signifikan pada Minat dalam Menggunakan Layanan Perbankan Digital SeaBank. Akibatnya, peningkatan kualitas keamanan, penyediaan layanan, dan inisiatif yang bertujuan membangun kredibilitas muncul sebagai elemen penting dalam mendorong penerimaan publik dan minat terhadap layanan yang ditawarkan oleh perbankan digital SeaBank.

Kata Kunci: Fitur Keamanan, Fitur Pelayanan, Persepsi Kredibilitas, Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank

PENDAHULUAN

Industri perbankan merupakan salah satu sektor penting dalam sistem keuangan yang berperan sebagai lembaga intermediasi antara masyarakat dengan pihak yang membutuhkan dana. Dalam perkembangannya, kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar terhadap sistem layanan perbankan. Kolaborasi antara lembaga keuangan dan perusahaan teknologi telah memunculkan inovasi baru berupa layanan bank digital, yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat, efisien, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat digital (Adela et al., n.d.). Perkembangan teknologi digital juga telah memengaruhi gaya hidup masyarakat modern, di mana hampir seluruh aktivitas kini dilakukan secara daring, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Indonesia sebagai negara dengan populasi pengguna internet yang besar telah memasuki era ekonomi digital yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi dalam berbagai sektor seperti pendidikan, kesehatan, dan terutama transaksi perbankan (Fauziah Nur, 190603069, FEBI, PS, n.d.).

Meningkatnya kompetisi antar lembaga keuangan mendorong bank untuk berinovasi dalam memberikan layanan yang lebih cepat dan efisien. Nasabah kini semakin memperhatikan aspek waktu, kenyamanan, dan keamanan dalam bertransaksi, sehingga bank dituntut untuk mengadopsi teknologi digital sebagai solusi untuk meningkatkan kualitas layanan. Transformasi digital di sektor perbankan melahirkan sistem dan model bisnis baru yang berfokus pada penggunaan teknologi dalam setiap aspek layanan, termasuk proses penyimpanan, transfer, hingga pembayaran. Bank digital hadir sebagai alternatif yang menawarkan kemudahan transaksi keuangan tanpa batasan lokasi dan waktu, sekaligus mengurangi kebutuhan interaksi tatap muka (Khatib Sulaiman et al., n.d.).

Salah satu bank digital yang berkembang pesat di Indonesia adalah Seabank, sebuah layanan perbankan digital yang berafiliasi dengan platform e-commerce Shopee. Kehadiran Seabank menarik perhatian masyarakat, terutama kalangan muda dan mahasiswa, karena menawarkan berbagai fitur yang inovatif dan terintegrasi dengan ekosistem belanja online. Melalui fitur seperti pembukaan rekening daring, transfer antar bank gratis, serta layanan 24 jam, Seabank menghadirkan pengalaman perbankan yang mudah dan efisien. Kemudahan ini memberikan nilai tambah bagi mahasiswa yang membutuhkan akses perbankan fleksibel untuk mengatur keuangan pribadi mereka (Widia Lestari 2023; Putri et al., 2024a). Selain itu, Seabank juga menghadirkan fitur notifikasi transaksi real-time, analisis pengeluaran, serta promosi menarik yang dirancang untuk menciptakan pengalaman perbankan yang menyenangkan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Namun demikian, minat pengguna dalam menggunakan layanan bank digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses dan inovasi fitur, tetapi juga oleh faktor keamanan, pelayanan, dan persepsi kredibilitas terhadap penyedia layanan. Fitur keamanan menjadi aspek fundamental yang menentukan kepercayaan pengguna dalam bertransaksi secara digital. Dalam era yang semakin rentan terhadap ancaman siber, keamanan data pribadi dan keuangan menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pengguna (Mustaqim Handoko et al., n.d. 2024). Di sisi lain, fitur pelayanan berhubungan dengan kemampuan bank dalam menyediakan layanan cepat, responsif, dan sesuai kebutuhan pengguna. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah (Manajemen et al., n.d.). Sedangkan persepsi kredibilitas berkaitan dengan sejauh

mana pengguna percaya bahwa bank digital memiliki reputasi baik, menjaga keamanan data, dan dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang transparan.

Urgensi penelitian ini muncul karena masih adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi digital di sektor perbankan dengan tingkat kepercayaan dan minat masyarakat dalam menggunakannya. Meski layanan seperti Seabank menawarkan berbagai keunggulan, tidak semua pengguna merasa aman dan yakin terhadap perlindungan data pribadi serta kredibilitas sistemnya. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana fitur keamanan, fitur pelayanan, dan persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan bank digital Seabank. Pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor tersebut dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan bank digital di Indonesia.

Sebagai alternatif solusi terhadap rendahnya tingkat adopsi layanan bank digital, berbagai upaya telah dilakukan seperti peningkatan literasi keuangan digital, perbaikan fitur aplikasi, serta promosi berbasis edukasi. Namun, solusi yang paling strategis adalah dengan memperkuat aspek keamanan, pelayanan, dan kredibilitas karena ketiganya secara langsung berkaitan dengan kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini memilih untuk menyoroti tiga variabel tersebut sebagai fokus utama analisis untuk memberikan kontribusi empiris dalam upaya meningkatkan daya saing bank digital di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur keamanan, fitur pelayanan, dan persepsi kredibilitas terhadap minat penggunaan layanan bank digital Seabank. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui hubungan serta interaksi antara ketiga faktor tersebut dalam membentuk minat pengguna terhadap Seabank sebagai salah satu bank digital terkemuka. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen dan perilaku konsumen digital, khususnya dalam konteks adopsi layanan keuangan berbasis teknologi. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi PT Bank Seabank Indonesia dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas fitur keamanan, memperkuat pelayanan digital, dan membangun persepsi kredibilitas yang positif di mata pengguna. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pihak perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat luas dan peneliti selanjutnya dalam memahami pentingnya keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat penggunaan bank digital di Indonesia (Putri et al., 2024a).

Transformasi digital dalam sektor perbankan merupakan keniscayaan di era ekonomi modern, namun keberhasilannya sangat bergantung pada tingkat kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Di tengah meningkatnya ancaman keamanan siber dan persaingan antar penyedia layanan, pemahaman terhadap faktor-faktor seperti keamanan, pelayanan, dan kredibilitas menjadi sangat penting. Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk memberikan gambaran empiris tentang bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan bank digital Seabank. Hasilnya diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis guna meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna, serta memperkuat daya saing industri bank digital di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) berfungsi sebagai kerangka analisis yang digunakan untuk menilai sikap konsumen terhadap sistem informasi (Tri & Kam, n.d.

2024). Sesuai dengan model ini, niat perilaku individu mengenai pemanfaatan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, khususnya Kegunaan yang Dirasakan dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan. Davis (1989) mengkonseptualisasikan Model Penerimaan Teknologi (TAM) sebagai adaptasi dari Teori Aksi Beralasan (TRA) (Ajzen dan Fishbein, 1980), yang berasal dari interaksi keyakinan, sikap, intensitas, dan dinamika perilaku pengguna. Model Penerimaan Teknologi (TAM) telah mengalami evolusi yang signifikan selama bertahun-tahun. Pada tahun 2000, Venkatesh dan Davis memperkenalkan TAM 2, yang menggabungkan dua variabel tambahan. Variabel awal, pengaruh sosial, mencakup sintesis norma dan sikap subjektif. Sebaliknya, variabel kedua, pengalaman, berfungsi sebagai faktor moderasi.

Pelayanan

Layanan merupakan upaya yang dapat menghasilkan hasil yang diantisipasi yang berkaitan dengan kebutuhan orang lain, yang mencakup individu, organisasi, atau komunitas (Nurdin, et al., 2020). Endar Sugiarto mengartikulasikan bahwa layanan mewujudkan tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (seperti konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang, dan seterusnya) di mana tingkat kepuasan hanya dapat dialami oleh penyedia layanan dan penerima. Sesuai dengan Keputusan Menteri Luar Negeri No. 63 Tahun 2003 tentang Lembaga Negara, “layanan mencakup semua jenis kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh lembaga negara dalam lingkup entitas milik negara, pusat, dan daerah, serta organisasi bisnis daerah, dalam bentuk penyediaan barang dan jasa yang dirancang untuk mewujudkan kepentingan konstitusional, dan disampaikan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.” Metode yang berkaitan dengan pemberian layanan mewakili pendekatan strategis untuk mengelola citra publik perusahaan, menumbuhkan budaya perusahaan secara internal, dan menyampaikan perspektif perusahaan kepada pembuat keputusan dan pemangku kepentingan masyarakat lainnya (Putri et al., 2024b). Pelayanan dicirikan sebagai upaya yang bertujuan menawarkan bantuan kepada individu lain, baik dalam bentuk material maupun nonmaterial, dengan tujuan agar individu tersebut dapat menyelesaikan kesulitan mereka sendiri. (Isalan dkk., 2023).

Keamanan

Keamanan data adalah suatu proses yang mencakup regulasi dan teknologi untuk melindungi data dari kerusakan, perubahan, serta distribusi yang tidak diinginkan, baik yang dilakukan dengan sengaja maupun tidak. Di era digital yang terus berkembang, pentingnya keamanan data semakin menjadi perhatian utama. Keamanan data memiliki peran krusial dalam melindungi informasi pribadi dan sensitif pengguna, seperti data keuangan, kesehatan, dan identitas. Dengan adanya keamanan data, pengguna dapat menghindari akses yang tidak diinginkan terhadap komputer, database, maupun *website* yang berupaya mengambil data digital yang bersifat pribadi. Keamanan data sangat penting dalam konteks transaksi online, termasuk perdagangan online dan internet banking, keamanan data menjadi aspek yang krusial. Melalui langkah-langkah keamanan data yang tepat, seperti enkripsi, otentikasi dua faktor, dan pembaruan perangkat lunak secara teratur, pengguna dapat melindungi informasi pribadi mereka dari ancaman dan penyalahgunaan.

Features

Kotler dan Armstrong, sebagaimana diartikulasikan oleh Veraniazzahra & Listiawati (2023), menggambarkan fitur sebagai atribut atau karakteristik berbeda yang melekat pada produk atau layanan yang memberikan nilai tambahan kepada konsumen, sehingga

membuat produk atau layanan unik atau menarik bagi konsumen. Fitur merupakan komponen integral dari suatu produk dalam bauran pemasaran yang memfasilitasi diferensiasi layanan dari pesaing sambil menangani kebutuhan atau keinginan pelanggan. Ainscough dkk. menyatakan bahwa fitur mewakili karakteristik yang meningkatkan fungsi dasar suatu produk (Humaidi, 2022). Salah satu fitur penting dari layanan keuangan dari perspektif Islam adalah adanya mekanisme yang dirancang untuk melindungi hak dan kepentingan individu, yang mencakup proses penyelesaian sengketa yang adil. SeaBank menawarkan layanan pelengkap, termasuk call center yang beroperasi 24 jam sehari.

Persepsi Kredibilitas

Konstruksi kredibilitas yang dirasakan berfungsi sebagai indikator keamanan dan privasi yang diberikan kepada pengguna. Kredibilitas terdiri dari unsur-unsur seperti keahlian dan kepercayaan, yang bersama-sama menandakan kemahiran komunikator dalam menyebarkan informasi dengan akurasi dan keandalan. Budaya kredibilitas adalah atribut penting yang harus dimiliki individu. Ini berkaitan dengan ketergantungan pada individu atau organisasi. Istilah kredibilitas sering digunakan untuk mengkarakterisasi disposisi individu atau institusi (Ekonomi & 2024, n.d.). Kredibilitas diakui sebagai kerangka teoritis yang beralasan, setelah menjalani pemeriksaan ekstensif. Secara khusus, kredibilitas berbagai sumber telah dianalisis secara ketat dalam ranah pemasaran dan interaksinya dengan konsumen di lanskap digital (Koirunisa et al., n.d.). Sementara aspek keamanan kredibilitas berkaitan dengan ketahanan sektor perbankan terhadap pelanggaran, privasi data merangkum perlindungan informasi pribadi pelanggan terhadap potensi pengungkapan. Kredibilitas yang dirasakan bertindak sebagai penentu yang mencerminkan keamanan dan privasi dalam lingkungan mobile banking. Keharusan untuk keamanan muncul dari prevalensi penipuan dan pelanggaran data yang terkait dengan mobile banking; akibatnya, pelanggan diamanatkan untuk menggunakan kata sandi sebelum melakukan transaksi apa pun (Ekonomi & 2024, n.d.). Kredibilitas dapat digambarkan sebagai sejauh mana kepercayaan pengguna pada suatu perusahaan memungkinkan presentasi dan desain produk dan layanan yang efektif yang selaras dengan tujuan organisasi.

Minat Menggunakan

Konsep niat untuk menggunakan dapat digambarkan sebagai aspirasi pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali objek tertentu. Minat mewakili keterlibatan kognitif dan afektif seseorang sebelum melakukan tindakan tertentu yang selaras dengan keinginan mereka, sehingga menumbuhkan fokus penuh perhatian yang memfasilitasi pelaksanaan kegiatan (Eliza & Fitria, n.d. 2024). Selanjutnya, niat untuk menggunakan dicirikan sebagai kesetiaan individu terhadap teknologi tertentu di samping kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku tertentu. Niat untuk menggunakan juga dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk mengadopsi produk atau layanan, umumnya didasarkan pada keselarasan antara motivasi untuk penggunaan dan atribut atau karakteristik produk yang dipertimbangkan. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa niat untuk menggunakan mewujudkan aspirasi individu untuk memanfaatkan atau memanfaatkan kembali suatu produk atau layanan, yang bergantung pada adanya kesesuaian antara motivasi untuk penggunaan dan atribut atau karakteristik produk atau layanan yang bersangkutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan tujuan memeriksa dampak fitur keamanan, atribut layanan, dan persepsi kredibilitas terhadap minat dalam pemanfaatan layanan perbankan digital Seabank. Metodologi kuantitatif dipilih karena kapasitasnya untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui pengumpulan data numerik dan analisis statistik selanjutnya (Waruwu et al., 2025). Penelitian ini dilakukan antara Juli dan September 2025, dengan lokasi penelitian non-spasial, karena data dikumpulkan secara online melalui platform digital seperti Google Forms. Metodologi ini diterapkan untuk secara efektif menjangkau responden yang merupakan pengguna aktif Seabank di berbagai wilayah Indonesia.

Titik fokus dari penyelidikan ini adalah komunitas pengguna aplikasi perbankan digital Seabank, terutama di kalangan demografi usia produktif, termasuk mahasiswa dan profesional muda yang secara aktif terlibat dalam transaksi digital. Subjek penelitian terdiri dari individu yang memiliki akun Seabank dan telah menggunakan aplikasinya selama minimal tiga bulan sebelumnya. Populasi penelitian mencakup semua pengguna Seabank; namun, mengingat ukuran populasi yang substansial dan tidak ditentukan, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling tujuan, yang memerlukan pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian lebih representatif (Ulva Putri Ramadani et al., 2025).

Metodologi penelitian dimulai dengan perumusan instrumen kuesioner yang didasarkan pada variabel yang berkaitan dengan penelitian, khususnya fitur keamanan, atribut layanan, persepsi kredibilitas, dan kecenderungan untuk memanfaatkan layanan. Dataset terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui distribusi kuesioner online langsung kepada peserta yang memenuhi kriteria penelitian yang ditentukan (Daruhadi & Sopiati, 2024). Sebaliknya, data sekunder bersumber dari bahan tambahan seperti pengungkapan keuangan Seabank, studi penelitian sebelumnya, dan artikel ilmiah terkait. Instrumen kuesioner dirancang dengan cermat menggunakan skala Likert 4 poin, di mana responden diminta untuk mengevaluasi tingkat persetujuan mereka dengan pernyataan tertentu, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju.” Skala empat poin ini sengaja dipilih untuk menghilangkan tanggapan netral, sehingga mendorong responden untuk memberikan jawaban yang lebih pasti dan koheren (Andrika Putera et al., 2024).

Data yang dikumpulkan kemudian menjadi sasaran analisis menggunakan perangkat lunak statistik EViews 12, menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk menyelidiki pengaruh simultan dan parSIAL di antara variabel (Ardianti Putri Hardhika & Aidil Saifuddin, 2025). Sebelum prosedur analitis, data menjalani pengujian pendahuluan melalui penilaian validitas menggunakan korelasi Momen Produk Pearson untuk mengevaluasi ketepatan instrumen (Afifah Aulia Zayrin et al., 2025), serta penilaian reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi instrumen (Dianova & Anwar, 2024). Selain itu, uji asumsi klasik, yang mencakup normalitas, multikolinearitas, dan evaluasi heteroskedastisitas, dilakukan untuk memverifikasi kesesuaian model regresi (Martaningtyas et al., 2024). Mengikuti hasil tes ini, para peneliti melakukan uji-t untuk memastikan pengaruh parSIAL dari setiap variabel independen pada variabel dependen, bersama dengan uji F untuk mengevaluasi pengaruh simultan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai kontribusi variabel yang berkaitan dengan fitur keamanan, atribut layanan, dan persepsi kredibilitas dalam menjelaskan minat dalam pemanfaatan layanan perbankan digital Seabank (Pratiwi et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada individu yang memiliki akun dalam aplikasi perbankan digital SeaBank, yang mencakup keterlibatan 175 peserta. Metodologi untuk akuisisi data difasilitasi melalui kuesioner online. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan pengambilan sampel non-probabilitas, khususnya menggunakan teknik pengambilan sampel yang bertujuan, dengan prosedur analitik yang diimplementasikan melalui aplikasi perangkat lunak EvIEWS 12.

PT. SeABank Indonesia, sebelumnya dikenal sebagai Bank Kesehatan Ekonomi (BKE), didirikan pada tanggal 4 Oktober 1991 oleh Prof. Sumitro Djojohadikusumo. Lembaga ini memulai operasinya pada tanggal 21 Februari 1992, dengan penekanan utama untuk memberikan solusi keamanan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) melalui Koperasi Pegawai Pemerintah Indonesia. Tujuannya adalah untuk membantu pegawai negeri dalam mengelola sumber daya keuangan mereka dan mempertahankan kesejahteraan finansial mereka.

Sejak tahun 2015, Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) telah memperkenalkan Sentra Kredit Konsumer (SKK), fasilitas kredit yang didedikasikan untuk inisiatif pengembangan produk. Selanjutnya, BKE telah menjalin kemitraan dengan Telkom Indonesia untuk menyediakan layanan berbasis teknologi informasi melalui program e-kooperasi. Melalui kolaborasi ini, anggota koperasi dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran, termasuk tagihan listrik, biaya telekomunikasi, dan biaya PDAM. Dalam rencana prospektif, BKE bertujuan untuk membangun fasilitas ATM dan sistem EDC (Electronic Data Capture). Selain itu, BKE menawarkan produk bancassurance yang berkaitan dengan distribusi asuransi mikro.

Modal dasar Bank BKE ditetapkan sebesar Rp 5 triliun, yang dibagi menjadi 500 juta saham dengan nilai nominal Rp 10.000 per saham. Dari modal tersebut, 41,56% telah diinvestasikan dan disetor penuh, sebesar Rp 2.078.129.490.000, yang setara dengan 207.812.949 saham. Pada akhir tahun 2020, bank BKE mencatat kenaikan aset sebesar Rp 3,469 miliar, dan tenaga kerja meningkat menjadi 337 orang. Bank ini mengoperasikan 12 kantor layanan, terdiri dari 8 kantor cabang dan 4 kantor cabang tambahan, yang tersebar di beberapa kota terkemuka di Indonesia. Untuk meningkatkan kenyamanan nasabah, Bank BKE (saat ini SeABank Indonesia) telah mendirikan 22 unit ATM yang terletak di kantor cabang dan domain publik, yang saling terhubung melalui jaringan ATM bersama. Selain itu, bank menyediakan layanan SMS Banking.

Mengenai karakteristik responden, penyelidikan melibatkan 175 peserta dengan distribusi demografis yang sangat beragam. Dari segi komposisi gender, terlihat bahwa responden perempuan adalah mayoritas, berjumlah 101 individu atau terdiri dari 57,7%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 74 individu atau 42,3%. Data ini menunjukkan bahwa pengguna wanita menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank dibandingkan dengan rekan-rekan pria mereka. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan kecenderungan perilaku perempuan terhadap keterlibatan yang lebih besar dalam aktivitas transaksi online, seperti e-commerce dan pembayaran digital, sehingga memerlukan layanan perbankan yang efisien dan bijaksana.

Sehubungan dengan demografi usia, sebagian besar responden termasuk dalam kategori usia 21-24, dengan 80 individu atau 45,7%, diikuti oleh demografi usia 25-28 pada 26,3%, kelompok usia 17-20 pada 16%, dan kelompok usia 29-32 pada 12%. Distribusi ini menunjukkan bahwa pengguna utama sebagian besar berasal dari generasi muda, khususnya Generasi Z, yang diakui sebagai penduduk asli digital. Menurut Rinjani dkk. (2024), Generasi Z mencakup individu yang dibesarkan di era teknologi digital,

menunjukkan kecenderungan nyata terhadap pemanfaatan layanan berbasis aplikasi. Akibatnya, temuan ini mendukung pernyataan bahwa SeaBank sangat menarik bagi generasi muda yang memprioritaskan kenyamanan, kemanfaatan, dan efisiensi dalam kegiatan transaksional mereka.

Selanjutnya, berdasarkan kategori pekerjaan, mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa sebanyak 49%, diikuti oleh wiraswasta sebesar 24,6%, pegawai negeri sebesar 19,4%, ibu rumah tangga sebesar 6%, serta karyawan dan pekerjaan lainnya masing-masing sebesar 1%. Hal ini menggambarkan bahwa pengguna terbesar Seabank adalah kalangan muda yang masih dalam masa pendidikan atau baru memulai karier, yang membutuhkan layanan keuangan digital dengan akses mudah dan biaya rendah. Berdasarkan tingkat pendapatan, sebagian besar responden memiliki penghasilan antara Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 36,6%, diikuti oleh pendapatan Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000 sebesar 32%, pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 21%, dan sisanya memiliki pendapatan di atas Rp 7.000.000 sebanyak 11% secara kumulatif. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Seabank berasal dari kelompok berpenghasilan menengah ke bawah yang membutuhkan layanan perbankan efisien, bebas biaya administrasi, dan mudah diakses melalui platform digital.

Hasil Analisis Data Uji Instrumen Data Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Fitur Keamanan (X1)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 09/11/25 Time: 11:24
Sample: 1 175
Included observations: 175

Correlation Probability	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1
X1_1	1.000000 -----					
X1_2	0.255602 0.0006	1.000000 -----				
X1_3	0.082481 0.2779	-0.049282 0.5172	1.000000 -----			
X1_4	0.223307 0.0030	0.035103 0.6447	0.043708 0.5657	1.000000 -----		
X1_5	-0.036872 0.6281	0.146099 0.0537	-0.003321 0.9652	0.049292 0.5171	1.000000 -----	
X1	0.595600 0.0000	0.547046 0.0000	0.420099 0.0000	0.532759 0.0000	0.452441 0.0000	1.000000 -----

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Dalam penilaian validitas yang disebutkan di atas, penting untuk menunjukkan jumlah r atau nilai pada tingkat signifikansi X^1 , khususnya, $0,0000 < 0,05$. Akibatnya, temuan uji validitas mengenai utilitas yang dirasakan dari lima item dalam pernyataan kuesioner juga dianggap valid dan sesuai untuk tujuan penelitian.

Tabel 2. Uji Validitas Fitur Pelayanan (X2)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 09/11/25 Time: 11:21
Sample: 1 175
Included observations: 175

Correlation Probability	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2
X2_1	1.000000 -----					
X2_2	0.308511 0.0000	1.000000 -----				
X2_3	0.078450 0.3021	-0.097490 0.1993	1.000000 -----			
X2_4	0.158060 0.0367	0.092748 0.2222	0.019064 0.8023	1.000000 -----		
X2_5	0.000752 0.9921	0.039489 0.6039	0.213674 0.0045	0.022343 0.7692	1.000000 -----	
X2	0.630001 0.0000	0.507789 0.0000	0.448084 0.0000	0.545046 0.0000	0.444142 0.0000	1.000000 -----

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Dalam temuan penilaian validitas yang disebutkan di atas, hasil yang berkaitan dengan item pernyataan variabel fitur layanan dapat dianggap valid, mengingat nilai signifikansi X₂ adalah 0,000, yang kurang dari ambang 0,05. Akibatnya, pemeriksaan validitas dari lima item pernyataan yang termasuk dalam kuesioner dianggap valid dan cocok untuk tujuan penelitian.

Tabel 3. Uji Validitas Persepsi Kredibilitas (X3)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 09/11/25 Time: 11:32
Sample: 1 175
Included observations: 175

Correlation Probability	X2	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3
X2	1.000000 -----						
X3_1	0.070410 0.3545	1.000000 -----					
X3_2	0.105546 0.1645	0.151996 0.0446	1.000000 -----				
X3_3	0.044969 0.5546	0.183103 0.0153	0.019412 0.7987	1.000000 -----			
X3_4	0.192367 0.0108	0.191960 0.0109	0.061922 0.4156	0.062480 0.4114	1.000000 -----		
X3_5	0.103804 0.1716	0.022109 0.7715	0.234751 0.0018	0.073638 0.3328	-0.171174 0.0235	1.000000 -----	
X3	0.191643 0.0111	0.599051 0.0000	0.546273 0.0000	0.577705 0.0000	0.405113 0.0000	0.445071 0.0000	1.000000 -----

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Hasil uji validitas yang berkaitan dengan variabel persepsi kredibilitas menunjukkan nilai signifikansi X₃ 0,0111, di mana penilaian validitas dari lima item dalam kuesioner dianggap valid dan cocok untuk tujuan penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Dari Uji Reliabilitas

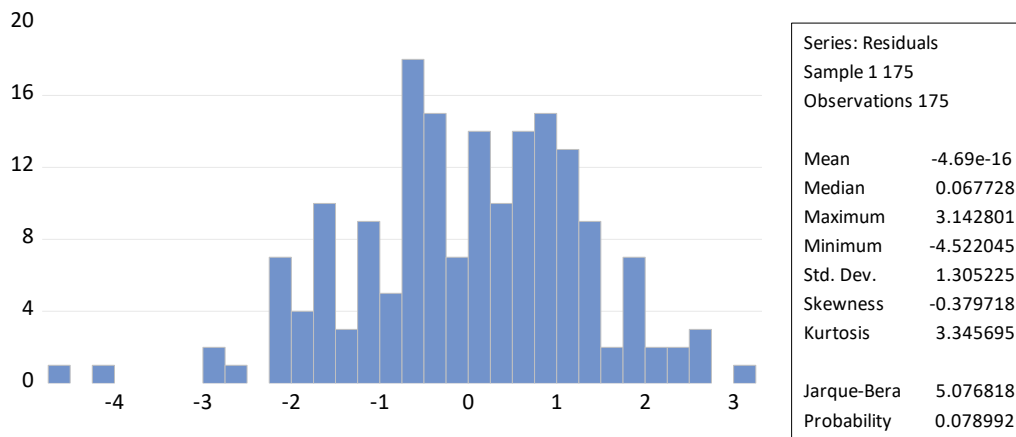
Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standar <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Fitur Keamanan	0,898	>0,60	Reliabel
Fitur Pelayanan	0,818		Reliabel
Persepsi Kredibilitas	0,714		Reliabel
Minat Penggunaan	0,817		Reliabel

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Pada Tabel 4 yang menyajikan Statistik Keandalan, hasil penilaian reliabilitas menggunakan alfa Cronbach menunjukkan bahwa variabel yang terkait dengan fitur keamanan menunjukkan nilai 0,898, variabel yang berkaitan dengan fitur layanan menunjukkan nilai 0,818, variabel yang terkait dengan register persepsi kredibilitas di 0,714, dan variabel mengenai minat penggunaan mencatat nilai 0,817. Sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, nilai-nilai ini melampaui ambang 0,60. Pengamatan ini menyiratkan bahwa kuesioner yang disebarluaskan memiliki tingkat keandalan, sehingga membuat data yang diperoleh dari hasil kuesioner kredibel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Hasil dari penilaian normalitas yang disebutkan di atas menghasilkan nilai probabilitas 0,078, yang melebihi ambang 0,05. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors

Date: 09/12/25 Time: 10:40

Sample: 1 175

Included observations: 175

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	2.027285	204.6580	NA
X1	0.005283	151.5542	1.439380
X2	0.003834	112.3107	1.051987
X3	0.005743	166.5108	1.435214

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Menurut temuan yang diperoleh dari penilaian multikolinearitas, variabel independen yang berkaitan dengan fitur keamanan (X_2) menunjukkan nilai 1.434, sedangkan variabel yang terkait dengan fitur layanan (X_1) menyajikan nilai 1.051, dan variabel yang terkait dengan persepsi kredibilitas (X_3) menunjukkan nilai 1.435. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai untuk tiga variabel independen semuanya kurang dari 10,00, menunjukkan bahwa asumsi yang diperlukan untuk uji multikolinearitas telah dipenuhi atau berhasil lulus.

Uji Heteroskedastisitas (Metode Glejser)

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	3.062723	Prob. F(3,171)	0.1796
Obs*R-squared	8.923613	Prob. Chi-Square(3)	0.2103
Scaled explained SS	8.538558	Prob. Chi-Square(3)	0.4261

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 09/12/25 Time: 11:17

Sample: 1 175

Included observations: 175

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.199565	0.827401	2.658404	0.0086
X1	0.062191	0.042237	1.472414	0.1427
X2	0.002535	0.035982	0.070454	0.9439
X3	-0.132826	0.044037	-3.016249	0.0029
R-squared	0.050992	Mean dependent var	1.044576	
Adjusted R-squared	0.034343	S.D. dependent var	0.778590	
S.E. of regression	0.765104	Akaike info criterion	2.324982	
Sum squared resid	100.1007	Schwarz criterion	2.397320	
Log likelihood	-199.4359	Hannan-Quinn criter.	2.354324	
F-statistic	3.062723	Durbin-Watson stat	2.054607	
Prob(F-statistic)	0.029614			

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pemeriksaan heteroskedastisitas yang diuraikan di atas, nilai probabilitas statistik-F dihitung menjadi 0,1796, sedangkan nilai probabilitas chi-kuadrat untuk tiga derajat kebebasan dicatat pada 0,2103, dan nilai probabilitas chi-kuadrat yang sesuai untuk tiga derajat kebebasan juga ditunjukkan sebagai 0,4261. Nilai probabilitas yang disebutkan di atas semuanya lebih dari 0,05; oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak menunjukkan masalah apa pun yang berkaitan dengan heteroskedastisitas.

Analisis Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Analisis Linear Berganda

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 09/12/25 Time: 12:59				
Sample: 1 175				
Included observations: 175				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.990673	1.423828	4.207442	0.0000
X1	0.222224	0.072684	3.057415	0.0026
X2	0.126313	0.061920	2.039937	0.0429
X3	0.294417	0.075781	3.885109	0.0001
R-squared	0.274982	Mean dependent var		16.82857
Adjusted R-squared	0.262263	S.D. dependent var		1.532891
S.E. of regression	1.316625	Akaike info criterion		3.410612
Sum squared resid	296.4287	Schwarz criterion		3.482950
Log likelihood	-294.4286	Hannan-Quinn criter.		3.439954
F-statistic	21.61876	Durbin-Watson stat		2.069771
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda, persamaan $Y = 5.990 + 0.224X_1 + 0.126X_2 + 0.294X_3 + e$ dirumuskan, di mana Y menunjukkan tingkat minat dalam pemanfaatan layanan perbankan digital Seabank, sedangkan X_1 menandakan fitur keamanan, X_2 mewakili fitur layanan, dan X_3 menunjukkan persepsi kredibilitas. Istilah konstan 5.990 menunjukkan bahwa dengan tidak adanya tiga variabel independen, minat untuk menggunakan layanan Seabank tetap pada nilai ini, yang mencerminkan minat mendasar pengguna dalam layanan perbankan digital. Variabel yang terkait dengan fitur keamanan (X_1) memiliki koefisien 0,224 dengan ambang signifikansi $0,026 < 0,05$, sehingga menunjukkan dampak positif dan signifikan secara statistik pada minat pengguna; khususnya, peningkatan keamanan yang dirasakan berkorelasi dengan peningkatan minat pengguna. Fitur layanan (X_2) dicirikan oleh koefisien 0,126 di samping nilai signifikansi $0,042 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang unggul berkontribusi pada peningkatan minat pengguna di Seabank. Sebaliknya, persepsi kredibilitas (X_3) memiliki koefisien 0,294 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, menyiratkan bahwa peningkatan tingkat kepercayaan pada kredibilitas Seabank berkorelasi dengan peningkatan minat dalam memanfaatkan layanan. Oleh karena itu, trio variabel independen fitur keamanan, fitur layanan, dan persepsi kredibilitas secara kolektif memberikan pengaruh positif dan signifikan pada minat dalam terlibat dengan layanan perbankan digital Seabank.

Uji Hipotesis Uji t (parsial)

Tabel 8. Hasil dari Uji t (Parsial)

Coefficients ^a		
Model	t-Statistic	Prob.
1 (Constant)	4.207	0.0000
X1_Fitur Keamanan	3.057	0.0026
X2_Fitur Pelayanan	2.039	0.0429
X3_Persepsi Kredibilitas	3.885	0.0001
a. Dependent Variable: Y_Minat penggunaan Bank Digital SeaBank		

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Menurut temuan yang diperoleh dari uji parSIAL (t-test) yang disajikan pada tabel 4.6, terbukti bahwa ketiga variabel independen yang diperiksa dalam penelitian ini memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik pada minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital Seabank. Variabel yang berkaitan dengan fitur keamanan (X¹) menunjukkan nilai statistik T 3,057 di samping nilai probabilitas 0,0026, yang kurang dari ambang 0,05; oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fitur keamanan memberikan dampak positif dan signifikan pada minat dalam memanfaatkan layanan Seabank. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fitur keamanan yang ditawarkan berkorelasi dengan peningkatan minat di antara pengguna dalam terlibat dengan layanan. Selain itu, variabel mengenai fitur layanan (X₂) menghasilkan nilai statistik T 2,039 dan nilai probabilitas 0,0429, yang juga di bawah ambang 0,05, sehingga menunjukkan bahwa fitur layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat dalam menggunakan layanan Seabank. Ini menyiratkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang diberikan akan menghasilkan tingkat minat pengguna yang meningkat dalam penawaran perbankan digital. Secara paralel, variabel yang terkait dengan persepsi kredibilitas (X₃) menunjukkan nilai statistik T 3,885 dan nilai probabilitas 0,0001, yang secara signifikan lebih rendah dari 0,05; dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kredibilitas memiliki efek positif dan signifikan pada minat dalam pemanfaatan layanan Seabank. Akibatnya, karena kredibilitas bank yang dirasakan meningkat di ruang publik, begitu juga minat untuk terlibat dengan layanan perbankan digital Seabank.

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Hasil dari Uji f (Simultan)

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 09/13/25 Time: 16:49
Sample: 1 175
Included observations: 175

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.990673	1.423828	4.207442	0.0000
X1	0.222224	0.072684	3.057415	0.0026
X2	0.126313	0.061920	2.039937	0.0429
X3	0.294417	0.075781	3.885109	0.0001
R-squared	0.274982	Mean dependent var		16.82857
Adjusted R-squared	0.262263	S.D. dependent var		1.532891
S.E. of regression	1.316625	Akaike info criterion		3.410612
Sum squared resid	296.4287	Schwarz criterion		3.482950
Log likelihood	-294.4286	Hannan-Quinn criter.		3.439954
F-statistic	21.61876	Durbin-Watson stat		2.069771
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

F-Statistics yang dihitung berasal dari hasil F-test yang disebutkan di atas adalah 21.618, disertai dengan nilai probabilitas (F-Statistics) 0.000, yang kurang dari 0,05. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa variabel yang berkaitan dengan fitur keamanan (X₂), atribut layanan (X₂), dan persepsi kredibilitas (X₃) memberikan pengaruh simultan yang signifikan secara statistik pada variabel dependen (Y), khususnya yang berkaitan dengan niat untuk memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank.

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel 10. Hasil dari Uji R² (Koefisien Determinasi)

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 09/13/25 Time: 16:49
Sample: 1 175
Included observations: 175

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.990673	1.423828	4.207442	0.0000
X1	0.222224	0.072684	3.057415	0.0026
X2	0.126313	0.061920	2.039937	0.0429
X3	0.294417	0.075781	3.885109	0.0001
R-squared	0.274982	Mean dependent var		16.82857
Adjusted R-squared	0.262263	S.D. dependent var		1.532891
S.E. of regression	1.316625	Akaike info criterion		3.410612
Sum squared resid	296.4287	Schwarz criterion		3.482950
Log likelihood	-294.4286	Hannan-Quinn criter.		3.439954
F-statistic	21.61876	Durbin-Watson stat		2.069771
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Eviews 12 data primer, 2025 (telah diolah)

Nilai Adjusted R-Square yang dihitung sebesar 0,262 menandakan bahwa kontribusi variabel yang berkaitan dengan fitur keamanan (X_2), fitur layanan (X_2), dan persepsi kredibilitas (X_3) terhadap kecenderungan untuk memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank berjumlah 26,2%. Sebaliknya, proporsi residual ($100 - 26,2 = 73,8$) menunjukkan bahwa 73,8% mungkin dipengaruhi oleh variabel atau faktor asing yang berada di luar ruang lingkup penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Fitur Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Digital SeaBank

Temuan empiris membuktikan bahwa variabel yang berkaitan dengan fitur keamanan, sebagaimana dievaluasi melalui satu set lima item kuesioner, dianggap valid (akurat) dan dapat diandalkan (konsisten) setelah pemeriksaan mereka melalui penilaian validitas dan reliabilitas. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi menjelaskan bahwa koefisien regresi yang terkait dengan variabel fitur keamanan (X^1) positif, secara khusus dikuantifikasi pada 0,224. Pengamatan ini menunjukkan adanya hubungan searah antara fitur keamanan dan kecenderungan untuk memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank. Untuk mengartikulasikan hal ini secara berbeda, peningkatan kepercayaan pengguna mengenai fitur keamanan berkorelasi dengan peningkatan minat dalam terlibat dengan layanan yang ditawarkan. Berdasarkan temuan yang terkait dengan hipotesis pertama, dipastikan bahwa hipotesis yang diuji H_2 diterima, sebagaimana dibuktikan oleh uji-t (sebagian), yang menghasilkan nilai statistik-T 3,057 dan nilai probabilitas $0,0026 < 0,05$; akibatnya, H^1 diterima, menandakan bahwa hipotesis yang mendalilkan bahwa fitur keamanan memberikan pengaruh sebagian dan signifikan pada minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank telah dibuktikan sebagai valid.

Hasil analitis dari penyelidikan ini dikuatkan oleh para peneliti (Andyani & Turay, 2025), yang menyatakan bahwa variabel fitur keamanan memberikan dampak positif dan signifikan pada pemanfaatan aplikasi keuangan. Temuan ini memperkuat gagasan bahwa keamanan merupakan perhatian utama bagi konsumen ketika memilih layanan perbankan digital. Integritas transaksi, perlindungan informasi pribadi, dan jaminan dari lembaga perbankan sangat penting dalam mengurangi persepsi risiko yang sering menghalangi adopsi teknologi keuangan. Hasil tersebut menyiratkan bahwa peningkatan fitur keamanan yang ditawarkan oleh SeaBank, termasuk mekanisme otentikasi canggih dan langkah-langkah perlindungan untuk data, meningkatkan keterlibatan pengguna dalam transaksi keuangan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gabriela Lailatul Muharromah, terbukti bahwa elemen keamanan sangat penting bagi klien ketika memanfaatkan layanan e-banking. Jika bank berhasil menjamin keamanan penawaran e-bankingnya, diharapkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan SeaBank akan mengalami peningkatan yang signifikan.

Pengaruh Faktor Fitur Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Digital SeaBank

Temuan menunjukkan bahwa variabel fitur layanan yang dinilai melalui lima item kuesioner ditentukan valid (akurat) dan dapat diandalkan (konsisten) setelah evaluasi validitas dan reliabilitas yang komprehensif. Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa koefisien regresi untuk variabel fitur layanan (X_2) positif, khususnya 0,126. Koefisien positif ini menandakan bahwa ada efek searah antara variabel fitur layanan dan minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank. Menurut hasil yang diperoleh

dari pengujian hipotesis kedua, terbukti bahwa hipotesis yang diuji H_2 diterima, seperti yang ditunjukkan oleh uji-t (sebagian), yang menghasilkan nilai t-statistik 2,039 dengan nilai probabilitas 0,0429, yang kurang dari 0,05; akibatnya, H_2 ditegaskan, menunjukkan bahwa Fitur Layanan memberikan dampak parSIAL dan signifikan pada minat dalam menggunakan layanan perbankan digital SeaBank, sehingga memvalidasi hipotesis.

Lebih lanjut, hasil analisis dari penelitian ini dikuatkan oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firnanda & Ahmadi (2025), yang menyatakan bahwa fitur memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan nasabah bank BCA, dan bahwa kualitas layanan dapat secara substansif mempengaruhi pilihan nasabah mengenai layanan perbankan. Integrasi perbankan digital sangat menguntungkan karena kapasitas aplikasi untuk memberikan kenyamanan dan efisiensi. Serangkaian fitur yang komprehensif, antarmuka pengguna yang intuitif, di samping prosedur yang cepat dan efisien sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna, yang pada akhirnya memelihara minat yang berkelanjutan dalam penggunaan. Hasil ini menunjukkan bahwa minat pengguna secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas fitur layanan, yang mencakup kemudahan transaksi, kecepatan pemrosesan, dan ketersediaan dukungan pelanggan. Ini lebih lanjut memperkuat teori Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang menegaskan bahwa kemudahan pengguna yang dirasakan adalah penentu mendasar dalam adopsi teknologi.

Pengaruh Faktor Persepsi Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Digital SeaBank

Hasil investigasi ini berpusat pada variabel yang berkaitan dengan persepsi kredibilitas, dioperasionalkan melalui lima item kuesioner yang dianggap valid (akurat) dan dapat diandalkan (konsisten) sesuai penilaian validitas dan reliabilitas yang dilakukan. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi yang terkait dengan variabel persepsi kredibilitas (X_3) dinilai positif pada 0,294. Nilai-nilai positif tersebut, ditafsirkan sebagai indikasi pengaruhnya, menunjukkan hubungan searah antara variabel persepsi kredibilitas dan minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank. Sejalan dengan temuan uji hipotesis ketiga, ditetapkan bahwa hipotesis yang diuji H_3 diterima, sebagaimana dibuktikan oleh uji-t (sebagian), yang menghasilkan nilai statistik-t 3,885 bersama nilai probabilitas $0,0001 < 0,05$, sehingga menegaskan penerimaan H_3 . Interpretasi ini menegaskan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Fitur Layanan memberikan pengaruh sebagian dan signifikan pada minat dalam menggunakan layanan perbankan digital SeaBank dibuktikan.

Temuan penelitian ini dikuatkan oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muslim et al. (2024), yang menegaskan bahwa persepsi kredibilitas secara signifikan berdampak pada mekanisme pembayaran mobile banking. Ini menggarisbawahi bahwa penilaian pengguna terhadap kredibilitas dan kedudukan SeaBank, termasuk jaminan dari lembaga keuangan dan entitas terkait mereka, secara nyata membentuk kepentingan mereka. Pengguna menunjukkan kecenderungan untuk menunjukkan kepercayaan dan kemauan yang lebih besar untuk terlibat dengan layanan dari bank yang mereka anggap dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dalam sektor keuangan, unsur kepercayaan adalah yang terpenting. Temuan ini menunjukkan bahwa kredibilitas bank, yang dibangun di atas reputasi, kedudukan hukumnya (terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan), dan transparansi, merupakan penentu penting dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Persepsi kredibilitas bertindak sebagai “jembatan” yang memfasilitasi transformasi minat potensial menjadi tindakan nyata.

Pengaruh Faktor Fitur Keamanan, Fitur Pelayanan, dan Persepsi Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Digital SeaBank

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mencakup fitur keamanan (X_1), fitur layanan (X_2), dan persepsi kredibilitas (X_3) secara kolektif memberikan dampak yang signifikan secara statistik pada kecenderungan untuk memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank (Y). Pemeriksaan nilai statistik-F 21.618 dan nilai probabilitas 0.000 yang sesuai, yang kurang dari 0,05, mengungkapkan efek substansial dari tiga variabel independen (X) pada variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis lebih lanjut menegaskan penerimaan hipotesis H_4 yang diuji.

Hasil dari penyelidikan ini dikuatkan oleh studi sebelumnya yang dilakukan oleh Veraniazzahra & Listiawati (2023), yang berjudul “Efek Kegunaan yang Dirasakan, Kredibilitas yang Dirasakan, dan Fitur,” mencatat efek simultan yang signifikan. Akibatnya, penelitian ini sejalan dengan teori Model Penerimaan Teknologi (TAM), menunjukkan bahwa, secara serempak, fitur keamanan, fitur layanan, dan persepsi kredibilitas secara signifikan mempengaruhi kecenderungan untuk terlibat dengan layanan perbankan digital SeaBank. Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dikuantifikasi pada 26,2%. Sebaliknya, bagian yang tersisa ($100 - 26,2 = 73,8$) menunjukkan bahwa 73,8% mungkin dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa baik secara terpisah maupun kolektif, tiga variabel independen yang diperiksa dalam penelitian ini memberikan dampak yang signifikan secara statistik pada kecenderungan pemanfaatan layanan perbankan digital Seabank. Variabel yang terkait dengan fitur keamanan menunjukkan efek berkorelasi positif dan signifikan pada minat dalam penggunaan, menandakan bahwa persepsi keamanan yang meningkat di antara pengguna sesuai dengan peningkatan kecenderungan untuk terlibat dengan penawaran Seabank. Demikian pula, atribut mengenai kualitas layanan menunjukkan hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan minat pengguna, menunjukkan bahwa peningkatan dalam penyediaan layanan oleh Seabank juga meningkatkan kepuasan dan minat pengguna. Selain itu, persepsi publik tentang kredibilitas juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik yang meningkat terhadap kredibilitas Seabank berkorelasi dengan meningkatnya minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital ini. Secara kolektif, ketiga variabel ditemukan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan minat dalam pemanfaatan layanan Seabank. Melalui pemanfaatan layanan digital ini, pengguna dapat memanfaatkan berbagai kemudahan, termasuk integrasi pembayaran dengan Shopee dan kemudahan melakukan transfer antar bank tanpa perlu mengunjungi cabang fisik.

Mengingat hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, beberapa rekomendasi dapat ditawarkan. Untuk Seabank, disarankan untuk meningkatkan kualitas aplikasi dengan memperbaiki kerusakan teknis dan mempercepat tanggapan terhadap keluhan pelanggan. Seabank juga harus fokus pada memperkuat fitur keamanan, meningkatkan kualitas dukungan pelanggan, serta memasukkan fungsi penarikan tunai langsung dalam aplikasi, sehingga memungkinkan pengguna untuk menarik dana tanpa prasyarat mentransfer saldo ke akun alternatif. Untuk peneliti masa depan, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti kemudahan transaksional, strategi promosi,

dan reputasi kelembagaan untuk memperluas perspektif investigasi, bersama dengan meningkatkan ukuran sampel dan keragaman responden untuk menghasilkan hasil yang lebih representatif. Bagi pengguna layanan perbankan digital, diharapkan mereka akan lebih memperhatikan fitur keamanan dengan mengaktifkan otentikasi dua faktor (2FA), mengubah PIN secara berkala, dan memahami fitur layanan untuk mengoptimalkan pemanfaatan layanan mereka. Kendala penelitian ini mencakup ruang lingkup variabel yang terbatas, yang terbatas pada fitur keamanan, atribut layanan, dan persepsi kredibilitas, sehingga gagal merangkum keseluruhan faktor yang mempengaruhi minat dalam pemanfaatan perbankan digital. Selain itu, penggunaan metodologi pengambilan sampel yang bertujuan membuat temuan penelitian ini tidak cukup digeneralisasi untuk populasi pengguna Seabank yang lebih luas, mengingat bahwa jumlah total pengguna dan distribusinya tetap tidak pasti, karena Seabank tidak memiliki kehadiran cabang fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, C., Karnila, S., Sutedi, S., Kompak, M. A.-J. T., & 2024, undefined. (n.d.). Analisis Ulasan Pengguna Aplikasi Seabank Dengan Support Vector Machine Dan Naïve Bayes. *Core.Ac.Uk*, 18(2), 441–453. Retrieved March 6, 2025, from <https://core.ac.uk/download/pdf/622198091.pdf>
- Afifah Aulia Zayrin, Hayatun Nupus, Khalista Khansa Maizia, Siska Marsela, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780–789. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1070>
- Andrika Putera, W., Putu Ramayasa, I., & Eka Bintang Pramesti, I. (2024). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna E-Commerce: Tokopedia Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Studi Kasus: Mahasiswa ITB STIKOM Bali Jimbaran). *Indra Eka Bintang Pramesti INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 9053–9065.
- Andyani, S. A., & Turay, T. (2025). *Pengaruh Fitur Keamanan, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana*.
- Ardianti Putri Hardhika, P., & Aidil Saifuddin, J. Z. (2025). *Pengaruh Pre-Clearance, Customs Clearance dan Post-Clearance Terhadap Dwelling Time di PT XYZ Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda*. X(1).
- Bisnis Dan Pembangunan, J., & Januari-Juli, E. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota*. 11(1). <https://repositori.ulm.ac.id/handle/123456789/25822>
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).
- Dianova, F. R., & Anwar, N. (2024). Analisis Butir Uji Validitas, Reliabilitas, Tingkat Kesukaran, dan Daya Pembeda Soal Sumatif Bahasa Arab SD Islam. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3), 13. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2863>

- Ekonomi, S. F.-A.-M. J., & 2024, undefined. (n.d.). Preferences to Use Mobile Banking Bank Syariah Indonesia in Makassar: Pengaruh Kredibilitas, Persepsi dan Preferensi terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank *Journal.Syamilahpublishing.Com*. Retrieved September 16, 2025, from <https://journal.syamilahpublishing.com/index.php/muhasabah/article/view/154>
- Eliza, R., & Fitria, L. (n.d.). Analisis Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Di Indonesia : Literature Review. *Journal Of Social Science Research*, 4, 13147–13154.
- Fauziah Nur, 190603069, FEBI, PS. (n.d.).
- Firnanda, M. H., & Ahmadi, M. A. (2025). *PENGARUH KEMUDAHAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA BANK BCA DENGAN PERAN MEDIASI KUALITAS PELAYANAN* (Vol. 2). <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>Halaman:145-159
- Isalman, Ilyas, Istianandar, F. R., & Sahdarullah. (2023). PERAN KREDIBILITAS INFLUENCER LOKAL DI INSTAGRAM TERHADAP PERSEPSI KUALITAS DAN MINAT BELI KONSUMEN MILENIAL. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 9(1). <https://doi.org/10.34203/jimfe.v9i1.6205>
- Khatib Sulaiman, J., Fitriana, D., Kurniawan, D., & Sriwijaya, U. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Bank Digital SeaBank menggunakan Modifikasi UTAUT2 dengan Security, Privacy, dan Trust. *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, 12(6), 2023–3986.
- Koirunisa, R., BISNIS, R. K.-J. L., & 2025, undefined. (n.d.). PENGARUH KREDIBILITAS TERHADAP NIAT BELI MELALUI MEDIA SOSIAL YANG MEDIASI SIKAP PENGGUNA DAN DI MODERASI INFLUENCER FOLLOWER. *Plj.Ac.Id*. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1474>
- Manajemen, J. B., Kewirausahaan, D., Rusdian, B., & Kusumadewi, R. (n.d.). *ENTREPRENEUR Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat, Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning)*. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Martaningtyas, N. U., Septiyaningrum, E. A., & Maulana, Z. (2024). *SYNERGY Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 1(4), 255–265. <https://ejournal.naurendigition.com/index.php/sjim>
- Muslim, Trimulato, & Fatimah, S. (2024). *Pengaruh Kredibilitas, Persepsi dan Preferensi terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Makassar*. 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Mustaqim Handoko, R., Aulyansyah Ahmad Trisna, B., Delon Pratama, R., Parhusip, J., Yos Sudarso, J., Jekan Raya, K., Palangka Raya, K., & Tengah, K. (n.d.). Implementasi Blockchain Untuk Keamanan Sistem Pembayaran Digital dan Optimasi

Transaksi Keuangan (Studi Kasus Industri Fintech di Indonesia). *Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika*, 4, 64–74. <https://doi.org/10.51903/teknik>

- Pratiwi, Y., Delsi, R., & Rahayu, Y. (2024). *Prosiding HASEMNAS UM Jambi ANALISIS DETERMINAN PERTUMBUHAN EKONOMI PROVINSI JAMBI* (Issue 1).
- Putri, M. R. P., Handayani, W. R. S., Hidayat, S. P., & Hidayat, W. (2024a). Pengaruh Pelayanan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan Bank Digital (Seabank) terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan PBS. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 2).
- Putri, M. R. P., Handayani, W. R. S., Hidayat, S. P., & Hidayat, W. (2024b). Pengaruh Pelayanan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan Bank Digital (Seabank) terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan PBS. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 2).
- Tri, S., & Kam, D. (n.d.). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Adopsi Aplikasi Financial Teknologi (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Pospay). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 5477–5491.
- Ulva Putri Ramadani, Raudhotul Muthmainnah, Nisa Ulhilma, Azzah Wazabirah, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Antara Validitas dan Representativitas. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 574–585. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1021>
- Veraniazzahra, N., & Listiawati, R. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek*.
- View of PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL (SEABANK) (STUDI PADA MASYARAKAT KARAWANG TIMUR). (n.d.). Retrieved March 6, 2025, from <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/28135/16992>
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>