

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
MENGUNAKAN APLIKASI BANK DIGITAL SEBAGAI PERANTARA
TRANSFER DANA
(Studi Komparasi SeaBank Dengan Bank Jago)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Sausan Zahra

Nomor Mahasiswa: 21312046

**FAKULTAS BISNIS & EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2025

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
MENGUNAKAN APLIKASI BANK DIGITAL SEBAGAI PERANTARA
TRANSFER DANA
(Studi Komparasi SeaBank Dengan Bank Jago)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai derajat
Sarjana Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Sausan Zahra

No. Mahasiswa: 21312046

**FAKULTAS BISNIS & EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2025

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
MENGUNAKAN APLIKASI BANK DIGITAL SEBAGAI PERANTARA
TRANSFER DANA
(Studi Komparasi SeaBank Dengan Bank Jago)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Sausan Zahra
No. Mahasiswa: 21312046

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 17 September 2025

Dosen Pembimbing



(Dra. Primanita Setyono MBA., Ak., CA., Cert.SAP.)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seluruh alam semesta, dan shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan hati penuh syukur, karya ini saya dedikasikan untuk kedua orang tua saya, Ayah saya Muhamad Ruba'I, dan Mama saya Nanik Dwisiswahyuni, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan kasih sayang yang tak pernah habis. Terima kasih atas doa dan pengorbanan yang tak ternilai, atas cinta yang selalu ada di setiap langkah saya. Juga kepada saudara-saudara tercinta, Mbak Hana Azizah S.Ked., keluarga besar, dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan tanpa henti. Kalian adalah alasan saya terus berdiri tegak meski lelah. Untuk diri saya sendiri, terima kasih karena tidak menyerah, karena selalu berusaha bangkit meski banyak hal yang terasa berat. Dan terakhir, untuk setiap orang yang dengan tulus berusaha mengenal dan memahami dirinya sendiri, untuk mereka yang tengah berjuang dalam diam, yang kadang merasa tersesat dalam perjalanan, dan yang tak selalu mendapatkan pengakuan atas usaha dan kerja kerasnya. Semoga kalian selalu menemukan cahaya, dan semoga langkah-langkah kecil yang kalian ambil membawa kalian lebih dekat pada impian yang selalu dijaga.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil 'aalamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menuntaskan penyusunan skripsi yang berjudul **"Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Bank Digital Sebagai Perantara Transfer Dana (Studi Komparasi Seabank Dengan Bank Jago)"** dengan baik dan tepat. Shalawat serta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan dan membawa umat manusia menuju jalan yang benar melalui ajaran serta amalan Beliau.

Skripsi ini dibuat dan disusun untuk menyelesaikan salah satu syarat dalam menuntaskan Pendidikan Program Sarjana (S-1) Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis yaitu Bapak Muhamad Ruba'i. dan Ibu Nanik Dwiswahyuni yang tiada henti nya untuk memanjatkan doa, memberi dukungan, dan mengutamakan pendidikan dan keinginan penulis. Terimakasih telah menjadi orang tua yang hebat, kuat dan bertahan demi anak-anak nya. Penulis sangat menyayangi kalian, semoga Allah SWT melancarkan rezeki dan memberikan berkat kesehatan umur panjang kepada kalian. Saudara penulis yaitu Mbak Hana Azizah, S.Ked. yang selalu

mendukung, mendoakan, dan mengisi hari-hari penulis dengan penuh kebahagiaan canda tawa.

2. Keluarga besar yang selalu mengasihi penulis sejak kecil hingga dewasa, memberikan semangat serta dukungannya kepada penulis seburuk apapun keadaannya.
3. Ibu Dra. Primanita Setyono MBA., Ak., CA., Cert.SAP. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berjasa dalam memberikan waktu, arahan dan respon yang baik selama penulis menyusun skripsi.
4. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia dan beserta jajaran pemimpin universitas.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Cegil's (Neyla, Putri, Dea, Fira) sahabat penulis yang dengan setia menemani, menyemangati dan mendukung di masa sulit yang dialami penulis. Semoga kita selalu saling memberikan dukungan satu sama lain, berproses bersama dan berteman sampai kapanpun. Fika, Arum, Dona, Ifa, dan Arsyah teman penulis yang tergabung dalam satu lingkungan baru di semester akhir dengan penulis. Terima kasih atas segala bentuk bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama masa skripsian berlangsung.

8. Seluruh teman Program Studi Akuntansi angkatan 2021, yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, serta semangat, baik dalam perkuliahan maupun dalam menghadapi berbagai tantangan bersama sejak penulis memulai perjalanan akademik.
9. Diri sendiri, Sausan Zahra yang terus mengusahakan yang terbaik untuk dirinya sendiri hingga bisa mencapai titik ini meski badai nya terlalu besar. Terima kasih untuk tetap percaya pada diri sendiri jika bisa melewatinya meskipun berat. Semoga pencapaian kali ini bisa menjadi motivasi untuk kedepannya.
10. *NCT Club* dengan karya-karya musik mereka yang selalu menemani dan memotivasi penulis untuk selalu semangat dalam mengejar impian sejak SMA.
11. Para responden, yang dengan tulus dan penuh kesediaan telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak dan berharap bahwa skripsi yang disusun ini nantinya dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan hasil data dari skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 15 September 2025

Penulis,

(Sausan Zahra)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 September 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink is written over a red and yellow 10,000 Rupiah meter stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "METER TEMPEL" and "10000". The serial number "95B22ANX014074317" is visible at the bottom of the stamp.

(Sausan Zahra)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.2 Bank Digital	20

2.3	Transfer Dana Interbank.....	23
2.4	Hipotesis Penelitian.....	25
2.5	Kerangka Penelitian	29
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3.1	Populasi dan Sampel	31
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.3	Definisi Operasional Variabel	33
3.4	Pengukuran Variabel	35
3.5	Analisis Data	39
BAB IV		47
HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Pengumpulan Data	47
4.2	Karakteristik Responden	47
4.3	Uji Evaluasi Model	51
4.4	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	78
BAB V		85
SIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Keterbatasan Penelitian	87
5.3	Saran.....	88
REFERENSI		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2020-2024.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Perceived Usefulness	35
Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel Perceived Ease of Use.....	36
Tabel 3. 4 Pengukuran Variabel Perceived Risk	37
Tabel 3. 5 Pengukuran Variabel Trust	38
Tabel 3. 6 Pengukuran Variabel Intention to Use.....	39
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden berdasarkan Asal Universitas	49
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden berdasarkan	49
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden berdasarkan	50
Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden berdasarkan Kategori	51
Tabel 4. 7 Nilai loading factor Variabel Sea Bank	52
Tabel 4. 8 Nilai loading factor Variabel Bank Jago.....	55
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Sea Bank	58
Tabel 4. 10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Bank Jago	58
Tabel 4. 11 <i>Cross Loading</i> Sea Bank	60
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading</i> Bank Jago.....	61
Tabel 4. 13 <i>Construct Realibility and Validity</i> Sea Bank	63

Tabel 4. 14 <i>Construct Realibility and Validity</i> Bank Jago	63
Tabel 4. 15 Uji Regresi SeaBank Dengan Bank Jago	64
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi SeaBank.....	65
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi Bank Jago	65
Tabel 4. 18 Path Coefficient SeaBank.....	69
Tabel 4. 19 Path Coefficient Bank Jago	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Sea Bank	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Bank Jago	73
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi SeaBank Dengan Bank Jago.....	74
Tabel 4.23 Hasil Uji Beda	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Performa Bank Digital Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Hubungan Faktor-Faktor TAM.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Data Mentah	104

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital sebagai perantara transfer dana, dengan membandingkan dua aplikasi, SeaBank dan Bank Jago. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi di sektor perbankan yang memberikan kemudahan dan efisiensi bagi penggunaannya. Minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi perbankan digital sangat penting untuk dikaji, terutama dalam konteks kebutuhan finansial mereka. Sampel penelitian terdiri dari 212 mahasiswa yang menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago, yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan dianalisis dengan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived Usefulness (manfaat yang dirasakan) dan Perceived Ease of Use (Kemudahan Penggunaan) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi bank digital, sedangkan Perceived Risk (Persepsi Risiko) berpengaruh negatif. *Trust* (Kepercayaan) juga terbukti meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi tersebut. Temuan ini memberikan wawasan yang berguna bagi pengembang aplikasi bank digital dalam merancang fitur yang lebih relevan dengan kebutuhan mahasiswa sebagai pengguna potensial. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai adopsi teknologi dalam sektor perbankan digital di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Minat Penggunaan, Aplikasi Bank Digital, SeaBank, Bank Jago, Technology Acceptance Model.

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence regarding the factors influencing students' intention to use digital banking applications as intermediaries for money transfers, comparing two applications, SeaBank and Bank Jago. The research is motivated by the rapid development of technology in the banking sector, which enhances convenience and efficiency for users. Students' readiness to adopt these changes is crucial, particularly in the context of their financial activities. The research sample consists of 212 students who use SeaBank and Bank Jago, selected using purposive sampling. This study employs the Technology Acceptance Model (TAM) approach and analyzes the data using SmartPLS 4 software. The results indicate that Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use have a positive effect on students' intention to use digital banking applications, while Perceived Risk has a negative impact. Furthermore, Trust is found to positively influence students' intention to use these applications. These findings offer valuable insights for developers of digital banking applications in designing features that align with the needs of students as potential users. The study also contributes to the literature on technology adoption in the digital banking sector, particularly among students.

Keywords: *Intention to Use, Digital Banking Applications, SeaBank, Bank Jago, Technology Acceptance Model.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sistem dan teknologi informasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan akses internet yang terus berkembang setiap tahunnya. Di Indonesia, jumlah pengguna internet pada tahun 2024 tercatat mencapai lebih dari 221,56 juta jiwa dari total populasi 283,487 juta jiwa, atau sekitar 79,5% dari seluruh penduduk. Kondisi ini menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga sebagai negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di kawasan Asia (Ahdiat, 2022).

Meningkatnya jumlah pengguna internet secara signifikan telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan. Aktivitas kini hampir semua dituntut untuk dilakukan secara *online*. Hal ini menunjukkan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin digital, dipercepat oleh pandemi *Covid-19* di tahun-tahun sebelumnya, dengan kebiasaan baru ini terus berkembang hingga 2025 sehingga menciptakan peluang baru akan kebutuhan dalam melakukan transaksi keuangan layanan digital (Fitriah, 2021). Akselerasi perkembangan digital banking di Indonesia ditandai dengan kemunculan berbagai aplikasi transfer dana antarbank yang memudahkan pengguna melakukan transaksi secara cepat dan efisien. Tingkat adopsi layanan ini terbilang tinggi, terlihat dari pertumbuhan jumlah platform bank digital yang semakin menunjukkan eksistensinya di tanah air. Beberapa di antaranya adalah SeaBank dan Bank Jago, yang menawarkan pengalaman perbankan dengan beragam fitur unik serta menghadirkan tampilan

yang lebih segar dan modern dibandingkan aplikasi mobile banking atau internet banking konvensional (Putra & Ginting, 2022).

Kemajuan teknologi menjadikan perusahaan berlomba-lomba memanfaatkan teknologi agar dapat unggul dalam memenangkan persaingan di tengah ketatnya persaingan bisnis untuk menghadirkan layanan perbankan berbasis internet. Bank digital yang diyakini yaitu menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik terbatas (Rahmaniar, 2024). Persaingan dalam menyediakan Bank digital ini secara langsung memengaruhi gaya hidup masyarakat menjadikannya lebih praktis dan dinamis. Layanan keuangan berbasis online atau bank digital memungkinkan transaksi berlangsung lebih cepat hanya melalui ponsel (Alwi & Said, 2023). Selain itu, reputasi merek pada platform perbankan digital yang baru umumnya cukup positif. Hal ini didukung oleh latar belakang perusahaan yang kuat, serta adanya kemitraan dengan sejumlah perusahaan besar dan populer di kalangan masyarakat, yang semakin memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut (Addin, 2022). Pada tanggal 14 Agustus 2014 Bank Indonesia bersama instansi terkait dan pelaku sistem pembayaran Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNGT) yang bertujuan mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi uang tunai (Siti Nur Annisa Amalia, 2018). Menurut data dari Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Bank Indonesia yang dirilis pada Agustus 2024, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam transaksi uang elektronik dalam lima tahun terakhir.

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2020-2024

Tahun	Nilai Transaksi (dalam miliar rupiah)
2020	504.956
2021	786.454
2022	1.177.797
2023	1.500.000 (kuadriliun)
2024	1.800.000 (kuadriliun)

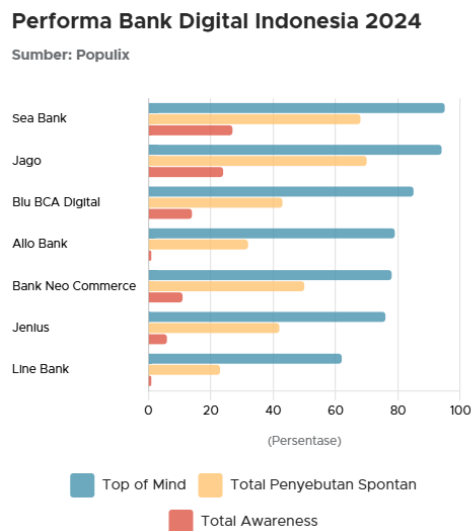
Sumber: SPIP Bank Indonesia, 2024

Perkembangan teknologi yang pesat, khususnya di bidang keuangan, telah mendorong Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia untuk menjadikan layanan perbankan digital sebagai salah satu fokus utama dalam mendukung efisiensi dan modernisasi sistem keuangan nasional. Salah satu bentuk kemajuan ini terlihat pada hadirnya SeaBank, yang merupakan bagian dari ekosistem Sea Group, serta Bank Jago yang dikelola oleh PT Bank Jago Tbk (sebelumnya bernama PT Bank Artos Indonesia Tbk) dan telah tercatat sebagai peserta Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Dalam menghadapi dinamika ini, pengawasan terhadap layanan keuangan digital yang berbasis teknologi atau dikenal dengan istilah Financial Technology (Fintech) dilakukan secara ketat oleh pihak berwenang guna mengantisipasi berbagai potensi kendala yang timbul dalam penerapan dan penggunaannya di masyarakat (Durman & Wafa, 2024).

Revolusi perbankan digital telah memberikan pengaruh signifikan terhadap berbagai sektor ekonomi, mendorong hadirnya beragam aplikasi dan layanan keuangan inovatif. Menurut GoodStat (2024), SeaBank menjadi bank digital

teratas di Indonesia dengan perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp 24,18 triliun. Posisi kedua ditempati oleh Bank Jago yang mencatatkan DPK sebesar Rp 14,44 triliun, menunjukkan pertumbuhan pesat kedua bank digital tersebut di pasar nasional.

Gambar 1. 1 Performa Bank Digital Indonesia



Sumber: GoodStat (2024)

Munculnya teknologi digital dapat mendorong transformasi layanan perbankan melalui hadirnya dua bank digital yang dominan di Indonesia yaitu PT Bank SeaBank Indonesia dan PT Bank Jago Tbk (ARTO), yang dikenal luas melalui kolaborasi strategis dengan platform e-commerce seperti Shopee dan Gojek. SeaBank diluncurkan pada Februari 2021 dan telah memiliki sekitar 13 juta nasabah, sementara Bank Jago yang bertransformasi dari PT Bank Artos pada 2020 mencatat 11,1 juta nasabah di kuartal I tahun 2024 (Oestary et al., 2024). Keduanya menjadi aplikasi yang menawarkan layanan transfer dana interbank dengan tanpa biaya administrasi, menjadikannya pilihan efisien dan menarik, terutama bagi

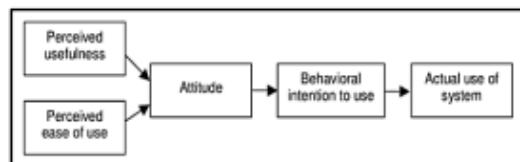
mahasiswa. Dalam aktivitasnya sehari-hari, mahasiswa tidak terlepas dari penggunaan bank digital (Vinet & Zhedanov, 2011). Hal ini mendorong mereka untuk mencari solusi yang efisien dan hemat biaya dalam bertransaksi (Natalie, 2025). Diantara pengguna tersebut, mahasiswa merupakan segmen yang signifikan karena mereka lebih terbiasa dengan teknologi dan aplikasi digital. Seabank dan Bank Jago memungkinkan penggunanya untuk melakukan transfer uang ke berbagai bank tanpa dikenakan biaya tambahan, yang biasanya menjadi beban pada setiap transaksi transfer dana. Dengan teknologi yang inovatif, keduanya memastikan setiap transaksi berjalan dengan lancar dan cepat. Aplikasi ini juga memiliki antarmuka yang *userfriendly*, sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan transfer hanya dengan beberapa langkah sederhana (Natalie, 2025). Kedua bank digital ini menawarkan layanan transfer dana antarbank tanpa biaya administrasi, menjadikannya pilihan efisien dan menarik, terutama bagi mahasiswa. Peningkatan ini mencerminkan betapa pentingnya aplikasi perbankan digital dalam dunia keuangan modern. Seiring dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, SeaBank dan Bank Jago menjadi pilihan utama bagi masyarakat, termasuk mahasiswa, dalam melakukan transfer dana.

Penggunaan SeaBank dan Bank Jago, khususnya di kalangan mahasiswa, menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji. Mahasiswa merupakan segmen pengguna signifikan karena terbiasa dengan teknologi dan aplikasi digital, serta membutuhkan solusi bertransaksi yang efisien dan hemat biaya (Vinet & Zhedanov, 2011; Natalie, 2025). Kedua aplikasi ini memungkinkan transfer uang ke berbagai bank tanpa biaya tambahan, yang biasanya menjadi beban pada setiap

transaksi, dengan proses yang cepat, lancar, dan antarmuka yang ramah pengguna. Kondisi ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian berjudul **“Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Bank Digital sebagai Perantara Transfer Dana (Studi Komparasi SeaBank dengan Bank Jago)”**.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih aplikasi bank digital, khususnya SeaBank dan Bank Jago, menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kerangka ini berfungsi sebagai landasan dalam menelusuri faktor eksternal yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) suatu sistem informasi. Teori TAM, yang pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989), kemudian disempurnakan oleh Venkatesh dan Davis (1996).

Gambar 1. 2 Hubungan Faktor-Faktor TAM



Sumber: Jurnal

Menurut Teori tersebut mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi, yaitu *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan dalam penggunaan), dan *Intention to Use* (keinginan untuk menggunakan teknologi). Teori ini, yang dikenal sebagai *Technology Acceptance Model* (TAM), telah banyak diaplikasikan dalam berbagai penelitian dan terbukti efektif untuk menganalisis penerimaan teknologi informasi (Kevin Trisno, 2016). Seiring perkembangannya, model TAM

mengalami perluasan dengan penambahan variabel baru, salah satunya *Perceived Risk* atau persepsi risiko. Variabel ini dimasukkan untuk memperhitungkan faktor-faktor negatif yang dapat mempengaruhi sejauh mana sistem teknologi diterima oleh pengguna (Syahril & Rikumahu, 2019). Selain itu, faktor *Trust* atau kepercayaan juga ditambahkan sebagai variabel yang memperkuat penjelasan mengenai *Intention to Use* atau minat penggunaan teknologi dalam penelitian tersebut (Syahril & Rikumahu, 2019).

Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan pengembangannya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) mempengaruhi *Intention to Use* atau niat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebagai perantara untuk transfer dana.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) mempengaruhi *Intention to Use* atau niat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago sebagai perantara transfer dana?

2. Aplikasi bank digital manakah yang lebih diminati sebagai perantara transfer dana menggunakan aplikasi SeaBank atau Bank Jago?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui apakah faktor-faktor : *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) terhadap minat penggunaan (*Intention to Use*) mahasiswa pada aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago.
2. Mengetahui aplikasi bank digital mana yang lebih diminati mahasiswa sebagai perantara transfer dana antara SeaBank dan Bank Jago.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang adopsi teknologi perbankan digital di kalangan mahasiswa, serta memberikan masukan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan fitur dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna muda, khususnya dalam konteks teknologi keuangan dan perilaku konsumen.

2. Bagi Bank Digital (SeaBank dengan Bank Jago), Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembang layanan bank digital (SeaBank dan Bank Jago) dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan aplikasi mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran, fitur, dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa sebagai segmen pengguna potensial.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya, Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi dan dasar bagi peneliti lain yang ingin meneliti topik serupa, baik dalam konteks yang lebih luas, pendekatan model yang berbeda, atau dengan menambahkan variabel baru yang relevan dalam konteks perkembangan teknologi perbankan digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi skripsi ini, penulisan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1) BAB I: PENDAHULUAN

Memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2) BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Berisi landasan teori yang mendasari penelitian untuk mencapai tujuan penelitian, tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang relevan, serta perumusan hipotesis penelitian.

3) BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis dan pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang diterapkan untuk mewujudkan tujuan penelitian ini.

4) BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh, dilengkapi dengan pembahasan yang mengaitkan temuan penelitian dengan teori dan penelitian terdahulu.

5) BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model yang merupakan salah satu dari berbagai model penerimaan teknologi. Model ini dikembangkan oleh Davis (1989), Bagozzi, dan Warshaw berdasarkan teori tindakan beralasan dan perilaku terencana oleh Ajzen dan Fishbein dan Ajzen dan Madden (Desvronta, 2021). Tujuan dari model ini adalah meramalkan perilaku seseorang akan bertindak dalam keadaan tertentu. Kerangka kerja (Framework) TAM berfungsi untuk mengevaluasi bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) dianggap sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi *Intention to Use* (minat penggunaan) (Hartono, 2007).

Menurut (Davis et al., 1989) dalam penelitian oleh Natarajan et al., (2017), sikap atau minat terhadap penggunaan dan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi konsumen, yang dimulai dari dua konstruk utama: *perceived usefulness of technology* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use of the technology* (kemudahan pengguna) (Yalcin et al., 2002). Pada tahun 2000, melakukan penyederhanaan menghilangkan konstruk *attitude towards usage* sehingga menyebabkan konstruk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dapat langsung mempengaruhi *behavioural intention to use* (minat penggunaan) (Alfiah, 2023). Venkatesh dan Bala (2008) dalam Wicaksono (2007) memperkenalkan

variable baru berupa kepercayaan (*Trust*), kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditins*), serta norma subjektif (*Subjective Norm*).

Penelitian ini menerapkan model teori TAM memberikan landasan analisa pengaruh eksternal seperti factor kepercayaan (*Trust*) dan *perceived risk*, kedua variabel ini digunakan untuk mengetahui apakah keduanya dapat mempegaruhi minat menggunakan dalam memanfaatkan teknologi tertentu (Vera Wati & Nadi Fikri Rijali, 2024). Di era kemajuan teknologi saat ini, sebagian masyarakat mempertimbangkan potensi dampak negatif yang mungkin muncul, sehingga teknologi yang dinilai fungsional dan terpercaya akan memperoleh persepsi yang lebih positif dan mendorong penggunaan aplikasi perbankan digital. Oleh karena itu, faktor kepercayaan dan persepsi risiko dalam pengelolaan keuangan menjadi pendorong utama meningkatnya popularitas bank digital (Margie et al., 2024).

Teori TAM digunakan sebagai dasar yang kuat untuk menganalisis perilaku pengguna terhadap teknologi. Dalam penelitian ini, konstruk yang dianalisis meliputi persepsi kegunaan dan kepercayaan. TAM berfungsi untuk menjelaskan bagaimana faktor eksternal dapat memengaruhi kepercayaan, sikap, dan niat penggunaan teknologi (Yalcin et al., 2002). Keunggulan teori TAM terletak pada fondasinya yang kuat serta kemampuannya dalam menjawab permasalahan terkait sistem informasi teknologi yang tidak diadopsi. Hal ini berkaitan dengan adanya keengganan pengguna untuk memanfaatkan teknologi tersebut, sekaligus kemampuannya dalam memprediksi dan menjelaskan bagaimana suatu teknologi dapat diterima oleh pengguna (Davis, 1986).

Teori TAM dan indikatornya terbukti menunjukkan kemampuan dalam mengukur kemanfaatan teknologi. Dengan demikian, TAM dapat dapat menjelaskan alasan di balik penerapan system teknologi informasi dan apakah pengguna bisa menerimanya atau tidak.

a. *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan)

Davis (1989), *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) merujuk pada sejauh mana seseorang menganggap bahwa penggunaan suatu system teknologi akan memberikan manfaat. *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) ini berkaitan dengan kapasitas dan efektivitas system teknologi dalam memberikan manfaat dan fungsi yang dapat meningkatkan kinerja pengguna saat berinteraksi dengan system.

Melalui penggunaan teknologi, seseorang berharap merasakan keuntungan yang diperoleh selama penggunaannya. Apabila teknologi tersebut memiliki kebermanfaatan, seseorang cenderung untuk memanfaatkannya. Sebaliknya, jika teknologi itu tidak menawarkan manfaat atau kegunaan, maka seseorang akan menghindarinya. Berdasarkan uraian mengenai persepsi kegunaan teknologi, dapat disimpulkan bahwa konsep ini merujuk pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tersebut akan membantu mengoptimalkan dan meningkatkan kinerjanya (Yani et al., 2018).

Fitur utama lainnya adalah *Virtual Account* (VA) yang dirancang untuk kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran baik secara *online* maupun *offline*, seperti pembayaran di *e-commerce* dan

pengisian saldo *e-wallet* secara *real-time* tanpa biaya penanganan. Dengan berbagai keuntungan yang tersedia, hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan minat dalam menggunakan bank digital. Diharapkan kedepannya masyarakat akan lebih nyaman menggunakan layanan dari bank digital (Ardianto & Azizah, 2021).

Beberapa indikator *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), menurut Davis (1989), definisi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kinerja Pekerjaan (*Improve Job Performance*)
Penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan hasil pekerjaan yang lebih baik.
2. Mempermudah pekerjaan (*Job Easier*)
Penggunaan bank digital dapat membantu pekerjaan menjadi lebih sederhana. Semua transaksi di SeaBank dan Bank Jago berlangsung secara *real-time online*, sehingga dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi kantor fisik.
3. Meningkatkan performa, efektivitas, dan produktivitas
Penggunaan bank digital dapat memperbaiki proses transaksi nasabah, misalnya dengan memungkinkan lebih dari dua transaksi dalam sehari melalui SeaBank dan Bank Jago.
4. Bermanfaat (*Usefull*)
Pengguna bank digital yang memberikan manfaat bagi nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan. SeaBank dan

Bank Jago berperan penting dalam membantu nasabah melaksanakan semua aktivitas perbankan hanya dengan ponsel dan koneksi internet.

b. Perceived Ease of Use (Kemudahan Penggunaan)

Dalam Suwarman dan Tjiptono (2016), *Perceived Ease of Use* atau kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan dioperasikan. Konsep ini mengandung makna bahwa pengguna percaya penggunaan sistem informasi tidak memerlukan upaya yang berlebihan, sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menjalankan aktivitasnya. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk menerimanya. *Perceived ease of use* variabel didefinisikan sebagai “*the degree to which person believes that using a particular system would be free of effort*” (Davis, 1989).

Menurut Venkatesh dan Davis (1996), indikator *Perceived Ease of Use* adalah sebagai berikut:

1. Jelas dan dapat dimengerti (*Clear and Understandable*)
Suatu sistem teknologi memiliki kejelasan dan mudah dipahami penggunaannya.
2. Mudah untuk menjadi terampil (*Easy to Become Skillful*)
Sistem aplikasi teknologi membantu pengguna menjadi terampil dalam mengoperasikannya.
3. Mudah dan hemat biaya (*Mental Efforts*)

Pengguna tidak memerlukan banyak biaya maupun usaha untuk menggunakan sistem teknologi.

4. Mudah digunakan (*Easy to Use*)

Sistem teknologi dapat dioperasikan dengan mudah saat digunakan.

5. Mudah dipelajari (*Easy to Learn*)

Penggunaan suatu teknologi dapat dipahami dan dikuasai dengan cepat oleh pengguna.

c. ***Perceived Risk***

Menurut Pride dan Ferrel (2015), *perceived risk* atau persepsi risiko merupakan elemen psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian. Dua alasan utama yang membuat pelanggan menghindari pembelian barang atau jasa melalui internet adalah faktor keamanan berbelanja secara online dan perlindungan data pribadi. Dalam konteks perbankan digital, semakin tinggi risiko yang dipersepsikan oleh pengguna terhadap suatu aplikasi, maka semakin rendah minat mereka untuk menggunakannya. Persepsi risiko terbukti memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat penggunaan, sehingga kekhawatiran terkait risiko dapat mengurangi minat pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan digital (Lestari et al., 2023). Menurut Masoud (2013:17), terdapat enam indikator *perceived risk* yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat risiko, yaitu:

1. Risiko Keuangan (*Financial Risk*), Risiko yang berhubungan dengan kekhawatiran akan kesulitan dalam pengelolaan dana.

2. Risiko Produk, Risiko ini berkaitan dengan kekhawatiran konsumen mengenai potensi bahaya yang mungkin ditimbulkan oleh suatu produk.
3. Risiko waktu (*Time Risk*), Risiko bahwa sebuah keputusan akan menghabiskan banyak waktu.
4. Risiko pengiriman, Risiko tentang fungsi berkaitan dengan dampak negative yang akan timbul apabila konsumen mengetahui dan memahami banyak produk yang akan dibeli tersebut mengandung apa yang dibeli dan dikonsumsi.
5. Risiko social (*Social Risk*), Risiko ini terkait dengan dampak negative yang datang dari lingkungannya apabila ia membeli dan mengonsumsi barang tersebut.
6. Risiko Keamanan, Risiko ini terkait dengan terjadinya dampak negative akan melekat pada dirinya apabila ia membeli dan mengonsumsi barang tersebut.

d. Trust

Teori *trust* dari David Gefen (2003) dikembangkan pada awal tahun 2000-an berkonsentrasi pada bagaimana kepercayaan mempengaruhi hubungan antara pengguna dan teknologi, khususnya dalam konteks system informasi teknologi dan *e-commerce*. Gefen (2003) mengungkapkan bahwa kepercayaan bukan hanya faktor individu, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan social dan budaya. Pengguna mengembangkan kepercayaan berdasarkan pengalaman, reputasi, dan informasi yang tersedia.

Kepercayaan pada teknologi adalah keyakinan pengguna bahwa system atau aplikasi yang digunakan aman dan dapat diandalkan. Pengaruh kepercayaan merujuk pada tingkat kepercayaan yang tinggi yang dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi atau layanan, serta loyalitas dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, teori trust ini sangat relevan dalam era digital, di mana kepercayaan menjadi kunci dalam interaksi antara pengguna dan *platform online*. Teori ini digunakan secara luas dalam berbagai penelitian di bidang teknologi informasi, manajemen, dan perilaku konsumen (Tjiptono, 2014).

Meskipun awalnya dirancang untuk *e-commerce*, teori ini juga dapat diterapkan dalam konteks lain, termasuk *media social*, aplikasi *mobile*, dan sistem informasi lainnya. Teori ini sangat tetap relevan di era digital saat ini karena menekankan pentingnya kepercayaan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan layanan yang lebih baik, meningkatkan pengalaman penggunaan, dan menciptakan loyalitas pelanggan (Tanjung, 2020).

e. *Intention To Use* (minat menggunakan)

Kotler dalam Fatonah dan Hendratmoko (2020), minat merupakan suatu perasaan yang muncul dalam diri seseorang setelah menerima rangsangan atau dorongan (*impuls*) dari produk atau jasa yang menjadi perhatiannya. Keinginan untuk mencoba membeli produk atau menggunakan jasa tersebut akan muncul. Hal ini kemudian diikuti dengan niat untuk membeli (menggunakan) dan memiliki produk atau layanan

tersebut. Minat penggunaan merupakan ketertarikan seseorang untuk memanfaatkan sesuatu.

Dapat dikatakan bahwa minat sebuah pendorong untuk mengakses suatu sistem tertentu, yang pada gilirannya akan menumbuhkan kepercayaan untuk terus menggunakan sistem tersebut. Minat bisa berubah tergantung pada kebutuhan dan pengalaman. Dalam era digitalisasi saat ini, kebutuhan akan layanan finansial digital semakin meningkat, terbukti dari kenaikan nilai transaksi keuangan elektronik dan bank digital sepanjang tahun 2022. Berdasarkan teori TAM Luarn dan Lin (2000), minat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan dan kredibilitas. Tjiptono (2018) menyatakan bahwa dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan konsumen. Oleh karena itu, minat dalam digital banking SeaBank dan Bank Jago dipengaruhi oleh persepsi nasabah mengenai manfaat dan kredibilitas sistem serta fitur-fitur yang mendukung proses transaksi perbankan.

Indikator-indikator minat penggunaan berdasarkan Davis e al. (1996) berdasarkan Fatonah dan Hendratmoko (2020), minat dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Antusiasme dalam Bertransaksi, Seorang pengguna cenderung menggunakan teknologi tersebut secara rutin (Secara Teratur).
2. Kemauan untuk merekomendasikan, Seorang pengguna akan merekomendasikan sebuah teknologi kepada orang lain.

3. Komitmen untuk terus menggunakan, Seorang pengguna menggunakan sebuah teknologi secara terus menerus.

2.2 Bank Digital

Didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya melalui sistem elektronik, tanpa memiliki cabang fisik selain kantor pusat atau menggunakannya dengan batas tertentu (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Permintaan layanan perbankan yang dapat diakses dimana saja telah menyebabkan peningkatan banyak bank digital telah diciptakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Integrasi *Fintech* ke sektor keuangan dan pembukaan pasar ekspansi diluar batas geografis. Peran bank digital tetap signifikan dalam perbankan sebagai *intermediary* yang menghubungkan pemilik dana dengan pihak-pihak yang membutuhkan. Perbedaannya pada nasabah dapat mengelola keuangan mereka sendiri melalui aplikasi untuk mendukung layanan keseluruhan. Biasanya, bank konvensional lebih bergantung pada kantor fisik untuk memberikan layanan kepada nasabahnya (Ii & Pustaka, 2023).

Aspek "digital" dalam dunia perbankan terlihat melalui berbagai kegiatan, seperti pembukaan dan penutupan rekening, transfer dana, serta layanan pelanggan yang dilakukan melalui platform daring (*online*). Pengguna dapat melakukan transaksi keuangan kapan saja dan dimanapun menggunakan aplikasi perbankan digital yang secara eksklusif tersedia melalui ponsel dan koneksi internet. Hal ini dianggap efisien, karena pelanggan tidak perlu effort untuk menuju kantor cabang agar menghemat waktu serta bank digital menawarkan transparansi transaksi dan tanpa biaya admin (Collins et al., 2021).

a. SeaBank

SeaBank dimiliki oleh PT Bank SeaBank Indonesia dan diperkenalkan pada Februari 2021. Kantor pusatnya berlokasi di Gama Tower, Lantai 35, Jalan H. R. Rasuna Said Nomor 2, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta. Sebelum diakuisisi oleh Sea Group pada Januari 2020, bank ini dikenal dengan nama Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE). Perubahan nama secara resmi dilakukan pada tahun 2021 bersamaan dengan peluncuran layanan perbankan digital pertamanya. SeaBank mengusung konsep “minimalis” dengan menyediakan fitur-fitur yang dianggap penting dan sering digunakan, seperti transaksi antarbank, pengisian saldo dan *e-wallet*, serta layanan pembayaran tagihan dan pembelian pulsa. Salah satu fitur utamanya adalah tabungan digital yang memudahkan berbagai transaksi finansial harian, dilengkapi dengan suku bunga sebesar 4% per tahun yang dibayarkan setiap hari, tanpa biaya administrasi maupun biaya transfer. Selain itu, SeaBank juga memiliki fitur *Virtual Account* (VA) yang memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran baik secara daring (*online*) maupun luring (*offline*), termasuk pembayaran di *e-commerce* dan pengisian saldo *e-wallet* secara *real-time* tanpa biaya penanganan (databooks & Shopee, 2024).

Dengan suku bunga mulai dari 5% hingga 6% p.a., produk deposit SeaBank tersedia untuk waktu yang singkat dari satu bulan dan menawarkan penempatan di tempat dalam waktu kurang dari lima menit. SeaBank sebuah bank digital yang diakui telah diberikan persetujuan oleh Otoritas Jasa

Keuangan (OJK) sebagai entitas resmi. Seabank terdaftar di *Deposit Insurance Corporation* (LPS) untuk memastikan dana pelanggan dilindungi. Fitur *QRIS* terbaru diperkenalkan oleh SeaBank yang bertujuan untuk menyederhanakan dan mengamankan transaksi bagi pelanggan. Dengan menjadi bagian *Sea Group* yang merupakan perusahaan induk shopee semua transaksi keuangan dengan anak perusahaan dibawah pengawasan, terutama Shopee menjadi lebih mudah melalui layanan SeaBank (Ilmiah & Pendidikan, 2024).

b. Bank Jago

Pada 14 Desember 1992, Bank Jago didirikan sebelumnya dikenal sebagai Bank Artos Indonesia. Bank Jago mencapai keuntungan pada tahun 2024 dengan menambahkan 11,1 juta nasabah hingga kuartal pertama. Jumlah tersebut terdiri dari 9 juta nasabah yang melakukan *funding*, melebihi jumlah 7,5 juta nasabah pada periode yang sama tahun lalu. Bank Jago menyediakan layanan perbankan yang terdiri dari dua kategori, yaitu konvensional dan syariah. Layanan tradisional dirancang untuk pelanggan yang menginginkan pengalaman yang lebih nyaman dalam perbankan digital karena fitur pilihan dapat diandalkan, seperti transaksi yang mudah dan manajemen keuangan harian (*life-centric*) (Kurnia & Tandijaya, 2023).

Bank digital yang mengandalkan teknologi menjadikan Bank Jago menyusung konsep yang berpusat pada fitur unggulan “kantong jago”, yaitu sub-rekening yang memungkinkan pengguna untuk membuat 60 kantong berbeda guna memungkinkan pengguna mengelola keuangan untuk

berbagai tujuan tanpa biaya tambahan. Bank Jago menawarkan bunga tabungan hingga 4,25% p.a. serta deposito berjangka dengan bunga hingga 6,5% p.a., yang dapat diakses secara instan melalui aplikasi. Fitur Virtual Account (Jago ID) memungkinkan transfer langsung ke kantong tertentu, dan sistem *QRIS* serta koneksi ke ekosistem GoTo (Gojek, GoPay, Tokopedia) semakin meningkatkan kenyamanan pengguna. Bank Jago telah memperoleh izin resmi dari OJK dan terdaftar sebagai peserta LPS, memberikan jaminan terhadap keamanan dan perlindungan dana nasabah (Rahmaniar, 2024).

2.3 Transfer Dana Interbank

Transfer dana adalah proses pemindahan sejumlah uang dari pengirim kepada penerima dana (Indonesia, 2013). Sementara itu, *transfer dana interbank* merupakan proses pengiriman dana yang melibatkan pemindahan uang antarbank, baik dalam jaringan perbankan yang sama maupun berbeda, dengan tujuan memudahkan transaksi keuangan lintas rekening dengan akun di berbagai bank dari penerima (Midtrans, 2022).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti & Judul Penelitian	Variabel Independen	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1	Chandra dan Depari (2022), Persepsi Kegunaan pada	<i>Perceived Usefulness</i>	Pengguna Aplikasi Bank Digital	<i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap

	Pengguna Aplikasi Bank Digital		SeaBank dan Bank Jago	minat mahasiswa menggunakan aplikasi bank digital.
2	Desvronita (2021), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-Wallet</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i>	<i>Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan sistem pembayaran <i>E-Wallet</i> .
3	Budiastuti dan Muid (2020), Pengaruh Trust pada Pengguna Bank Digital	<i>Trust</i>	Pengguna Bank Digital	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat pengguna dalam menggunakan aplikasi bank digital.

4	Syahril & Rikumahu (2019), Persepsi Risiko dalam Penggunaan Teknologi Keuangan Digital	<i>Perceived Risk</i>	Pengguna Aplikasi Perbankan Digital	<i>Perceived Risk</i> berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi perbankan digital.
5	Rahmaniar (2024), Analisis Pengguna pada Aplikasi Bank Jago Menggunakan TAM	<i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use</i>	Pengguna Bank Jago	<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh positif terhadap minat pengguna aplikasi Bank Jago.

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Faktor *Perceived Usefulness* (Kemanfaatan yang Dirasakan) Terhadap Minat untuk Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa pada Bank Digital sebagai Perantara Transfer Dana

Persepsi kegunaan/kemudahan pengguna dapat diartikan sebagai kepercayaan bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan dan mengoptimalkan dan meningkatkan kinerjanya. SeaBank dan Bank Jago memfasilitasi transaksi baik secara *real-time online*, memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi mereka kapan saja dan di mana saja tanpa harus secara ke kantor fisik. Penelitian yang dilakukan oleh Chandra dan Depari (2022) menemukan bahwa persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago. Berdasarkan hasil, penulis mengusulkan bahwa minat pada bank digital SeaBank dan Bank Jago dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan.

H1: *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago.

2.4.2 Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan penggunaan dapat dirasakan sebagai salah satu faktor yang menunjukkan kepercayaan pengguna pada kemampuan teknologi untuk digunakan tanpa masalah. *Perceived Ease of Use* juga diartikan sebagai kondisi yang mencerminkan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha atau bebas dari hambatan (*free from effort*) (Oktapiani et

al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Desvronita (2021) serta Budiastuti dan Muid (2020) menunjukkan bahwa *Intention to Use* dipengaruhi secara positif oleh *Perceived Ease of Use*, yang tercermin dari manfaat yang dirasakan terkait dengan kemudahan penggunaan.

H2: *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago.

2.4.3 Pengaruh Faktor Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Perceived Risk atau persepsi risiko merujuk pada tingkat potensi risiko yang dihadapi oleh pengguna saat melakukan transaksi menggunakan teknologi yang diterapkan (Syahril & Rikumahu, 2019). Secara rasional, penggunaan teknologi yang menimbulkan ancaman terhadap keamanan transaksi dapat mengurangi minat pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Widodo dan Putri (2021) mengungkapkan bahwa persepsi risiko memberikan dampak negatif terhadap penggunaan teknologi. Berdasarkan temuan tersebut, hipotesis penelitian disusun sebagai berikut:

H3: *Perceived Risk* (persepsi risiko) berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago.

2.3.4 Pengaruh Faktor *Trust* Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Kepercayaan dianggap sebagai konsep yang mencakup kepercayaan dan harapan pengguna untuk memiliki kemampuan teknologi dalam memenuhi tugas (Budiastuti & Muid, 2020). Pemahaman yang jelas tentang tersebut menunjukkan bahwa semakin besar tahap keyakinan pengguna dalam teknologi menjadi lebih tinggi minat penggunaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Budiastuti dan Muid (2020) mendukung temuan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Trust* (kepercayaan) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago.

2.3.5 Pengaruh Perbedaan Faktor *perceieved Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Antara Aplikasi SeaBank dan Bank Jago Sebagai Transfer Dana

Menurut teori TAM, perilaku seseorang dalam mengadopsi produk atau layanan berbasis teknologi dipengaruhi oleh niat mereka untuk menggunakannya (Davis et al., 1989; Davis, 1989; Venkatesh & Davis,

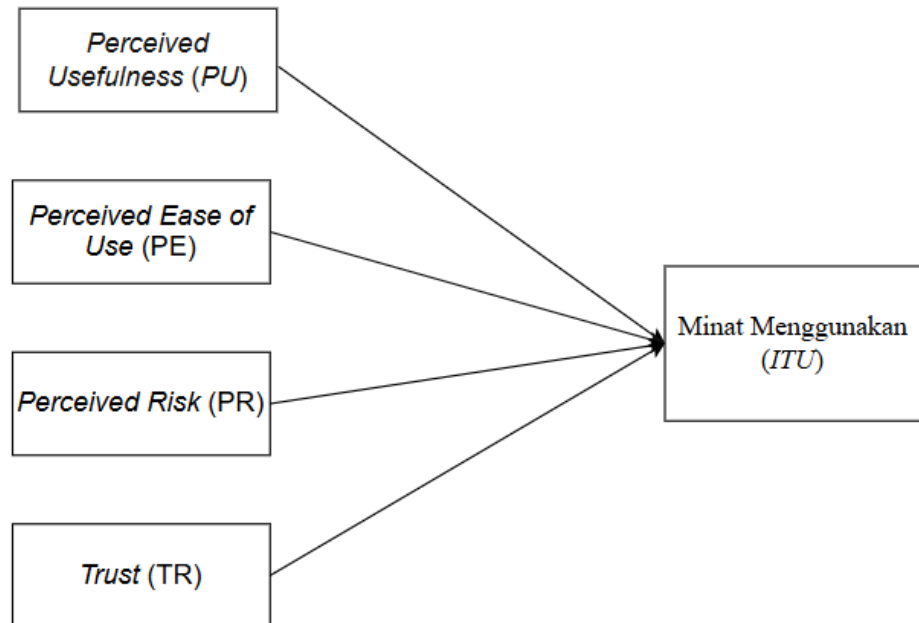
2000; Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012). Oleh karena itu, perilaku individu dalam menggunakan layanan perbankan digital sangat dipengaruhi oleh niat mereka untuk memanfaatkan aplikasi tersebut. Jika seseorang memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan aplikasi perbankan digital, kemungkinan untuk melaksanakan niat tersebut dalam bentuk tindakan nyata, seperti mengunduh aplikasi, melakukan transaksi, hingga memberikan penilaian terhadap layanan, akan semakin besar (Natarajan et al., 2017; Venkatesh et al., 2012; Pascual-Miguel et al., 2015). Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Terdapat perbedaan pengaruh *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) terhadap *Intention to Use* (minat menggunakan) mahasiswa Antara aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebagai sarana transfer dana.

2.5 Kerangka Penelitian

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital sebagai media untuk melakukan transfer dana (studi komparasi SeaBank dengan Bank Jago) digambarkan melalui kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan sekumpulan elemen atau individu yang memiliki ciri atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai objek kajian. Kelompok ini menjadi fokus utama penelitian, dan data yang diperoleh dari populasi tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang tepat serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai topik yang diteliti (Sugiyono, 2023). Pada penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah minat menggunakan mahasiswa pada aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago.

3.1.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik atau informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang memenuhi kriteria spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2023). Berikut adalah kriteria yang digunakan oleh penulis:

1. Mahasiswa aktif
2. Pernah menggunakan aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago minimal satu kali

Pada skripsi ini karena jumlah mahasiswa yang menggunakan aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago tidak diketahui besaran populasinya, sehingga dalam menentukan besaran sampel dihitung dengan rumus Lemeshow yaitu sebagai berikut:

$$n = (Z^2_{\{1-\alpha/2\}} \times p (1-p)) / d^2)$$

$$n = ((1,960)^2 \times 0,5 (1-0,5)) / (0,1)^2)$$

$$n = 96,04 \text{ orang}$$

Keterangan rumus:

n : jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z : skor Z yang digunakan pada tingkat kepercayaan 95%

p : proporsi maksimal yang diperkirakan (0,5)

d : tingkat presisi atau deviasi yang diinginkan (0,1)

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimal yang diperoleh adalah 96 orang, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Angka ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015), yang menyebutkan bahwa jumlah sampel yang tepat untuk penelitian kuantitatif berkisar antara 30 hingga 100 responden. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan sampel

sebanyak 212 mahasiswa pada penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago.

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*, yang bertujuan untuk menilai persepsi individu terhadap objek yang diteliti (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, yaitu responden yang telah ditentukan sebagai sampel. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*, yang dibagikan melalui *WhatsApp Group (WAG)* program studi akuntansi, grup angkatan, *Instagram story*, dan berbagai saluran lainnya. Kuesioner tersebut terdiri dari serangkaian pertanyaan yang disusun untuk mengukur variabel penelitian dan harus diisi oleh responden. Dalam proses pengukurannya, digunakan skala Likert dengan 5 tingkatan penilaian, yaitu: sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S), dan sangat setuju (SS).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen, atau sering disebut variabel *output*, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Sebaliknya, variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel stimulus, merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, Jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima variabel, yang terdiri dari satu variabel dependen

dan empat variabel independen. Definisi masing-masing variabel disajikan pada

Tabel 3.1:

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
X1: Persepsi Kegunaan	Tingkat keyakinan pengguna bahwa menggunakan aplikasi bank digital akan meningkatkan kinerja atau manfaat yang diperoleh.	Manfaat yang dirasakan, Efektivitas, Efisiensi penggunaan	Likert
X2: Persepsi Kemudahan	Tingkat keyakinan bahwa aplikasi bank digital mudah digunakan dan dipelajari.	Kemudahan belajar, Kemudahan memahami, Kemudahan mengoperasikan	Likert
X3: Persepsi Risiko	Tingkat kekhawatiran pengguna terkait potensi kerugian atau masalah saat menggunakan aplikasi bank digital.	Risiko keamanan, Risiko privasi, Risiko kerugian finansial	Likert

X4: Kepercayaan	Tingkat keyakinan bahwa aplikasi bank digital dapat diandalkan dan dipercaya.	Reputasi, Keandalan, Integritas	Likert
Y: Minat Menggunakan	Keinginan atau niat pengguna untuk menggunakan aplikasi bank digital di masa depan.	Keinginan mencoba, Keinginan berlanjut, Ketersediaan merekomendasikan	Likert

3.4 Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, setiap variabel memiliki sejumlah indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu. Indikator-indikator tersebut telah dirangkum dan disajikan pada Tabel berikut:

3.4.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang dapat menjadi faktor yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat.

a. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Persepsi kegunaan mengacu pada keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi dapat mempermudah pekerjaan mereka. Indikator untuk menilai variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel *Perceived Usefulness*

No	Item Pertanyaan	Kode
1	Aplikasi SeaBank dan Bank Jago merupakan mode yang berguna untuk transfer dana yang berbeda	PU1
2	Menggunakan SeaBank dan Bank Jago menjadikan pekerjaan lebih efektif	PU2
3	Menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago membuat penanganan transfer dana berbeda lebih mudah	PU3
4	Menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago membuat penanganan transfer dana menjadi lebih mudah dan biaya administrasinya lebih murah	PU4
5	Menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago akan meningkatkan produktivitas dengan memberikan fleksibilitas, kecepatan, dan lain sebagainya	PU5

b. ***Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan)***

Persepsi kemudahan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi tidak membutuhkan usaha besar dan dapat dilakukan dengan mudah. Indikator untuk menilai variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pengukuran Variabel *Perceived Ease of Use*

No	Item Pernyataan	Kode
1	Mengakses aplikasi SeaBank dan Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE1

2	Melakukan transfer dengan aplikasi SeaBank dan Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE2
3	Memahami proses transaksi keuangan melalui SeaBank dan Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE3
4	Memahami teknologi dalam prosedur transfer dengan SeaBank dan Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE4
5	Melakukan transfer dengan aplikasi SeaBank dan Bank Jago merupakan hal yang fleksibel	PE5

c. *Perceived Risk (Persepsi Resiko)*

Persepsi resiko merujuk pada kekhawatiran pengguna mengenai keamanan saat melakukan transaksi menggunakan teknologi. Indikator untuk menilai variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Pengukuran Variabel *Perceived Risk*

No	Item Pernyataan	Kode
1	Transfer dana menggunakan SeaBank dan Bank Jago merupakan hal yang BERISIKO	PR1
2	Transaksi dengan aplikasi SeaBank dan Bank Jago TIDAK bisa dipastikan keamanannya	PR2
3	Sistem teknologi aplikasi SeaBank dan Bank Jago TIDAK bisa dipastikan keamanannya	PR3

4	Privasi pengguna dalam aplikasi SeaBank dan Bank Jago TIDAK bisa dipastikan keamanannya	PR4
5	Saya khawatir akan kerugian finansial saat menggunakan SeaBank atau Bank Jago	PR5
6	Saya khawatir orang lain akan menilai negatif jika saya mengalami masalah transaksi di SeaBank atau Bank Jago	PR6

d. *Trust* (Kepercayaan)

Kepercayaan menggambarkan ekspektasi pengguna bahwa teknologi akan berfungsi sebagaimana diharapkan. Indikator untuk menilai variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Pengukuran Variabel *Trust*

No	Item Pernyataan	Kode
1	Transfer dana dengan SeaBank dan Bank Jago akan sukses sesuai perintah	TR1
2	Dana yang di transfer dengan SeaBank dan Bank Jago akan diterima dengan aman	TR2
3	SeaBank dan Bank Jago menjaga informasi pengguna	TR3
4	SeaBank dan Bank Jago dapat menyelesaikan tugas dengan baik sesuai perintah pengguna	TR4

4.4.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah Minat Menggunakan Aplikasi SeaBank dan Bank Jago. Variabel ini menggambarkan kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi ini dalam transfer dana. Indikator yang digunakan untuk menilai variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Pengukuran Variabel *Intention to Use*

No	Item Pernyataan	Kode
1	Saya akan menggunakan SeaBank atau Bank Jago untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU1
2	Saya lebih suka menggunakan SeaBank atau Bank Jago untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU2
3	Kedepannya saya akan terus menggunakan SeaBank atau Bank Jago untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU3

3.5 Analisis Data

3.5.1 Partial Least Square SEM

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel adalah melalui *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode ini menawarkan berbagai keuntungan dalam hal pengukuran validitas dan reliabilitas dari model yang digunakan. Kemampuan SEM untuk mengintegrasikan beberapa variabel dalam satu model tunggal menjadikannya alat yang sangat berguna dalam penelitian.

Terdapat beberapa jenis model dalam SEM, termasuk analisis jalur (*path analysis*) dan analisis faktor konfirmasi (*confirmatory factor analysis*).

Dalam konteks penelitian ini, metode yang diterapkan adalah analisis jalur, yang lebih dikenal dengan istilah PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*). PLS-SEM berfungsi untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat di antara berbagai variabel dan dilakukan dalam dua tahap: sebelum dan setelah proses regresi, yang dikenal sebagai diagram jalur masukan dan diagram jalur keluaran. Fungsi dari diagram-diagram ini adalah untuk menunjukkan dan menandai hubungan sebab-akibat antara variabel yang sedang diteliti (Rahadi, 2023).

Analisis PLS-SEM melibatkan dua komponen utama, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran menggambarkan bagaimana variabel manifest yang teramati merepresentasikan variabel laten yang diukur, sementara model struktural menunjukkan hubungan dan pengaruh antar variabel laten atau konstruk yang ada. Langkah pertama dalam analisis jalur adalah menyusun kerangka penelitian dengan menghubungkan kotak-kotak variabel menggunakan panah untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel. Kedua elemen ini, model pengukuran dan model struktural, berperan penting dalam memahami interaksi dan pengaruh antar variabel yang diteliti (Ghozali & Latan, 2015).

Dalam penelitian ini, PLS-SEM digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa dalam menggunakan

aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago sebagai sarana transfer dana. Kerangka yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menguraikan pengaruh dari *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), serta *Trust* (kepercayaan) terhadap *Intention to Use* (minat penggunaan) aplikasi digital tersebut.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 212 mahasiswa aktif yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana faktor-faktor yang telah disebutkan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago untuk melakukan transfer dana.

3.5.2 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran, atau *outer model*, adalah proses yang bertujuan untuk menilai hubungan antara variabel laten dan indikator yang mengukurnya. Tahapan ini sangat krusial untuk memastikan validitas dan reliabilitas dari variabel laten yang digunakan dalam model penelitian ini, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital SeaBank dan Bank Jago sebagai media untuk transfer dana. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan tiga aspek utama, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

a. Convergent Validity

Validitas konvergen mengukur sejauh mana indikator-indikator dalam suatu konstruk dapat merefleksikan konsep yang sama. Pada penelitian ini, validitas konvergen diukur dengan melihat nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk. Indikator dianggap valid dan ideal jika nilai *loading factor* mencapai 0,70 atau lebih tinggi. Namun, jika nilai *loading factor* berada di antara 0,60 hingga 0,70, indikator tersebut masih dapat diterima dalam penelitian ini, yang bersifat *explanatory*. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa lebih dari 50% variansi indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten, sehingga konstruk tersebut dianggap valid (Hair et al., 2019).

b. Discriminant Validity

Validitas diskriminan mengukur sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dengan jelas dari konstruk lain dalam model. Pada penelitian ini, validitas diskriminan diukur dengan membandingkan nilai *cross-loading* setiap indikator, di mana nilai pada konstruk yang diukur harus lebih besar dibandingkan dengan nilai pada konstruk lainnya (Henseler et al., 2015). Selain itu, kriteria *Fornell-Larcker* juga digunakan, di mana akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dalam model (Hair et al., 2019). Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa

konstruk yang diukur dalam penelitian ini memiliki diskriminasi yang baik.

c. Composite Validity

Reliabilitas komposit digunakan untuk menilai konsistensi internal dari indikator-indikator yang mengukur konstruk laten. Berbeda dengan *Cronbach's alpha* yang cenderung konservatif, reliabilitas komposit memberikan estimasi yang lebih akurat pada model PLS-SEM. Nilai *composite reliability* yang diterima berkisar antara 0,60 hingga 0,70, di mana nilai lebih tinggi dari 0,70 menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Reliabilitas yang memadai menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara konsisten merepresentasikan variabel laten yang diukur (Sarstedt et al., 2017). Dalam penelitian ini, reliabilitas komposit akan dihitung untuk memastikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital (SeaBank dan Bank Jago) memiliki tingkat reliabilitas yang cukup.

4.5.2 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural atau *inner model* digunakan untuk menilai hubungan sebab-akibat antara variabel laten dalam suatu penelitian. Analisis ini memastikan bahwa hubungan antar konstruk sesuai dengan teori yang mendasarinya serta memiliki signifikansi statistik yang kuat. *Measurement theory* digunakan untuk memahami interaksi antara konstruk laten dan indikatornya, sehingga menghasilkan analisis yang akurat dalam

PLS-SEM. Evaluasi model struktural mencakup nilai *R-square* untuk mengukur proporsi varians yang dijelaskan oleh variabel independen serta pengujian hipotesis untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel (Ghozali & Latan, 2015).

a. *R Square*

Koefisien determinasi (*R square*) merupakan salah satu indikator dalam mengevaluasi model struktural. Nilai *R square* mencerminkan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Dalam penelitian ini, nilai *R square* digunakan untuk menilai sejauh mana variabel-variabel yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebagai sarana transfer dana dapat menjelaskan variasi dalam minat penggunaan aplikasi tersebut. Berdasarkan kriteria umum, nilai *R square* sebesar 0,67 menunjukkan hubungan yang kuat, 0,33 dianggap moderat, dan 0,19 dikategorikan sebagai lemah (Sarstedt et al., 2017).

b. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis, atau uji *bootstrapping*, yang dilakukan menggunakan Smart PLS bertujuan untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Proses ini menguji dua hipotesis: hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada hubungan antar variabel dan hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan adanya hubungan signifikan antar variabel. Pada uji *bootstrapping*, hasil

pengujian dievaluasi berdasarkan nilai *t-statistic* dan *p-values*. Jika *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-values* lebih kecil dari 0,05, hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara variabel. Sebaliknya, jika *t-statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *p-values* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) tidak dapat ditolak, yang menunjukkan tidak ada hubungan signifikan antar variabel. Dengan demikian, uji *bootstrapping* ini memberikan dasar untuk menyimpulkan apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen dan mendukung kesimpulan penelitian (Hair et al., 2019).

c. Uji Beda

Pada penelitian ini, penulis melakukan uji beda untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Trust*, dan *Intention to Use* pada aplikasi SeaBank dan Bank Jago. Uji beda dilakukan dengan menggunakan analisis data melalui *Microsoft Excel*, yaitu *t-test, Two-Sample Assuming Unequal Variances*. Dengan kriteria uji, H_0 diterima jika nilai signifikansi (*p-value*) lebih besar daripada 0,05, atau H_0 ditolak jika nilai signifikansi (*p-value*) lebih kecil dari 0,05 (Berenson et al., 2002). Uji T Test digunakan untuk menguji hipotesis komparatif (uji perbedaan). Independent Sample *t-Test* digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara dua grup yang tidak berhubungan (bebas) satu

dengan yang lainnya, dengan asumsi data berdistribusi normal. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan Independent Sample *t-Test* dengan tingkat kepercayaan 95%. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Jika $p\text{-value (Sig. hitung)} < 0,05$, maka H_a diterima.
- Jika $p\text{-value (Sig. hitung)} > 0,05$, maka H_a ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden yang memenuhi kriteria tertentu. Objek penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang menggunakan aplikasi bank digital, khususnya SeaBank dan Bank Jago. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui *Google Form*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 212 mahasiswa yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* untuk memastikan relevansi dan keterwakilan data.

Untuk analisis data dan pengujian hipotesis terhadap variabel-variabel yang digunakan, data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan *Software Smart PLS 4*, yang merupakan *software* analisis statistik multivariat berbasis pada model persamaan struktural parsial (Partial Least Square/PLS). Pengolahan data ini akan dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan aplikasi bank digital sebagai perantara transfer dana, serta membandingkan aplikasi SeaBank dan Bank Jago dalam hal penggunaan terhadap mahasiswa.

4.2 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, penggunaan aplikasi bank digital (SeaBank dan Bank Jago), serta frekuensi penggunaan aplikasi untuk transfer dana. Karakteristik ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor

yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital sebagai perantara transfer dana.

4.2.1 Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	96	45.28%
Perempuan	116	54.72%
Jumlah	212	100%

Berdasarkan tabel di atas, data yang ditampilkan dalam Tabel 4.1 mengenai klasifikasi jenis kelamin responden, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih dominan dibandingkan dengan responden laki-laki. Angka ini ditunjukkan oleh persentase responden perempuan yang mencapai 54,72%, sementara responden laki-laki hanya 45,28%.

4.2.2 Usia

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18 - 20 tahun	99	46.7%
21 - 23 tahun	66	31.13%
> 23 tahun	47	22.17%
Jumlah	212	100%

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.2 mengenai klasifikasi usia responden, dapat disimpulkan bahwa dari total 212 responden, mayoritas responden berada pada kategori usia 18 - 20 tahun

dengan jumlah 99 responden, yang setara dengan 46,7%. Kategori kedua yang terbanyak adalah usia 21 - 23 tahun dengan jumlah 66 responden, atau 31,13%. Sementara itu, kategori usia lebih dari 23 tahun mencatatkan jumlah 47 responden, yang setara dengan 22,17%.

4.2.3 Asal Universitas

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden berdasarkan Asal Universitas

Asal Universitas	Jumlah	Persentase
Universitas Swasta	150	70.75%
Universitas Negeri	62	29.25%
Jumlah	212	100%

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 4.3 mengenai klasifikasi asal universitas responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berasal dari Universitas Swasta dengan jumlah 150 responden, yang setara dengan 70,75%. Kategori "Universitas Negeri" tercatat dengan 62 responden, atau 29,25%. Total responden dalam penelitian ini adalah 212 orang.

4.2.4 Pengeluaran Per bulan

Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden berdasarkan
Pengeluaran Per bulan

Pengeluaran Per bulan	Jumlah	Persentase
<Rp700.000	32	15.09%
Rp700.000 – Rp1.000.000	27	12.74%

Rp1.000.000 – Rp1.500.000	42	19.81%
Rp1.500.000 – Rp2.000.000	32	15.09%
Rp2.000.000 – Rp3.000.000	30	14.15%
>Rp3.000.000	49	23.11%
Jumlah	212	100%

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel, ditemukan bahwa sebanyak 32 responden memiliki pengeluaran kurang dari Rp700.000, sementara 27 responden memiliki pengeluaran antara Rp700.000 – Rp1.000.000. Selanjutnya, 42 responden memiliki pengeluaran antara Rp1.000.000 – Rp1.500.000, 32 responden memiliki pengeluaran antara Rp1.500.000 – Rp2.000.000, dan 30 responden memiliki pengeluaran antara Rp2.000.000 – Rp3.000.000. Peneliti juga menemukan 49 responden yang memiliki pengeluaran di atas Rp3.000.000.

4.2.5 Pengalaman Menggunakan Layanan Bank Digital

Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden berdasarkan
Penggunaan Bank Digital

Pengguna Bank Digital	Jumlah	Persentase
Ya	212	100%
Jumlah	212	100%

Berdasarkan tabel di atas, penulis menemukan bahwa seluruh responden yang diteliti menggunakan bank digital.

4.2.6 Kategori Penggunaan Layanan Bank Digital

Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden berdasarkan Kategori Pengguna Bank Digital

Pengguna Bank Digital	Jumlah	Persentase
SeaBank	127	59.91%
Bank Jago	85	40.09%
Jumlah	212	100%

Penelitian menunjukkan bahwa 59,91% responden menggunakan SeaBank sebagai bank digital pilihan mereka, sementara 40,09% responden memilih Bank Jago. Totalnya, 212 responden berpartisipasi dalam penelitian ini.

4.3 Uji Evaluasi Model

Pengukuran model dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SmartPLS versi 4.0. Terdapat dua uji evaluasi yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini, yaitu *outer model* dan *inner model*.

4.3.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran, atau yang biasa disebut dengan *outer model*, adalah tahap analisis yang digunakan untuk menilai sejauh mana indikator dapat merepresentasikan variabel laten dengan akurat. Proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa variabel laten dalam model penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Ada tiga aspek utama yang digunakan dalam evaluasi model pengukuran, yaitu *convergent*

validity untuk mengukur sejauh mana indikator dalam satu konstruk memiliki korelasi yang tinggi, *discriminant validity* untuk menilai perbedaan yang jelas antara satu konstruk dengan konstruk lainnya, dan *composite reliability* untuk menguji konsistensi internal dari indikator yang membentuk suatu konstruk (Ghozali & Latan, 2015).

4.3.1.1 Convergent Validity

Validitas konvergen merupakan ukuran yang menunjukkan hubungan atau korelasi antara nilai konstruk dan indikator. Validitas konvergen dapat dievaluasi melalui *loading factor* pada setiap indikator variabel dalam penelitian. Indikator dianggap valid dan ideal jika nilai *loading factor* mencapai 0,70 atau lebih tinggi. Namun, jika nilai *loading factor* berada antara 0,60 hingga 0,70, indikator tersebut masih dapat diterima dalam penelitian yang bersifat *explanatory*, dengan syarat nilai *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0,5 (Hair et al., 2019). Dalam penelitian ini, penulis menetapkan batas nilai validitas konvergen yang dapat diterima apabila memiliki nilai di atas 0,6. Berikut ini disajikan tabel nilai *loading factor* pada setiap indikator variabel dalam penelitian ini.

1. Sea Bank

Tabel 4. 7 Nilai *loading factor* Variabel Sea Bank

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>

<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kemanfaatan) (PU)	PU1	0.828
	PU2	0.708
	PU3	0.828
	PU4	0.716
	PU5	0.832
<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan) (PE)	PE1	0.745
	PE2	0.749
	PE3	0.770
	PE4	0.748
	PE5	0.888
<i>Perceived Risk</i> (Persepsi Risiko) (PR)	PR1	0.923
	PR2	0.924
	PR3	0.919
	PR4	0.940
	PR5	0.928
	PR6	0.879
<i>Trust</i> (Kepercayaan) (TR)	TR1	0.784
	TR2	0.737
	TR3	0.814
	TR4	0.771
<i>Intention to Use</i> (Minat Menggunakan) Pada Aplikasi Bank Digital (ITU)	ITU1	0.744
	ITU2	0.854

	ITU3	0.825
--	------	-------

Berdasarkan hasil evaluasi validitas konvergen, seluruh indikator dalam variabel yang diuji telah memenuhi standar validitas dengan nilai *loading factor* lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator secara konsisten mencerminkan konstruk yang diukur dalam penelitian ini.

Pada variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) (PU), indikator-indikatornya menunjukkan nilai *loading factor* yang memenuhi persyaratan validitas. Nilai tertinggi ditemukan pada indikator PU5 yang mencapai 0,832, sementara nilai terendah pada indikator PU2 adalah 0,708. Dengan demikian, indikator-indikator dalam variabel ini berhasil memenuhi validitas konvergen dan dapat digunakan dalam analisis lanjutan.

Selanjutnya pada variabel *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) (PE), seluruh indikator juga telah memenuhi batas validitas minimal. Nilai *loading factor* tertinggi terdapat pada indikator PE5 dengan nilai 0,888, sementara indikator PE1 mencatat nilai terendah sebesar 0,745. Dengan demikian, variabel ini juga memenuhi validitas konvergen.

Kemudian pada variabel *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) (PR), indikator-indikatornya menunjukkan nilai *loading factor* yang sangat baik, dengan indikator PR4 memiliki nilai tertinggi sebesar 0,940, sementara

indikator PR6 mencatat nilai 0,879. Ini menunjukkan bahwa variabel ini valid secara internal.

Pada variabel *Trust* (Kepercayaan) (TR), indikator-indikatornya juga menunjukkan hasil yang signifikan, dengan indikator TR3 memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 0,814, sementara indikator TR2 mencatat nilai 0,737. Dengan demikian, variabel ini juga memenuhi validitas konvergen.

Terakhir, pada variabel *Intention to Use* (Minat Menggunakan) pada aplikasi bank digital (ITU), indikator ITU2 memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 0,854, sedangkan indikator ITU1 mencatat nilai 0,744. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ini valid dan dapat diterima analisisnya lebih lanjut.

2. Bank Jago

Tabel 4. 8 Nilai *loading factor* Variabel Bank Jago

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>
<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kemanfaatan) (PU)	PU1	0.837
	PU2	0.823
	PU3	0.863
	PU4	0.908
	PU5	0.748
<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan) (PE)	PE1	0.817
	PE2	0.704

	PE3	0.797
	PE4	0.772
	PE5	0.848
<i>Perceived Risk (Persepsi Risiko) (PR)</i>	PR1	0.942
	PR2	0.942
	PR3	0.927
	PR4	0.917
	PR5	0.921
	PR6	0.945
<i>Trust (Kepercayaan) (TR)</i>	TR1	0.837
	TR2	0.728
	TR3	0.718
	TR4	0.742
<i>Intention to Use (Minat Menggunakan)</i> Pada Aplikasi Bank Digital (ITU)	ITU1	0.851
	ITU2	0.837
	ITU3	0.790

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen, seluruh indikator dalam penelitian ini menunjukkan nilai *loading factor* yang berada di atas 0,6 sehingga dapat dikatakan valid. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara konsisten.

Pada variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) (PU), nilai *loading factor* seluruh indikator berada pada kisaran yang memenuhi syarat validitas. Nilai tertinggi diperoleh pada indikator PU4 dengan nilai sebesar 0,908, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator PU5 sebesar 0,748. Dengan demikian, semua indikator PU dapat dinyatakan valid.

Selanjutnya, untuk variabel *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) (PE), indikator juga menunjukkan nilai *loading factor* yang memadai. Indikator dengan nilai tertinggi adalah PE5 sebesar 0,848, sementara nilai terendah terdapat pada PE2 sebesar 0,704. Hal ini membuktikan bahwa keseluruhan indikator pada variabel PE tetap memenuhi kriteria validitas.

Pada variabel *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) (PR), seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* yang sangat tinggi. Nilai tertinggi diperoleh pada indikator PR6 dengan 0,945, sedangkan nilai terendah berada pada PR4 dengan 0,917. Hal ini menegaskan bahwa variabel PR memiliki reliabilitas yang sangat baik karena seluruh indikatornya valid.

Kemudian, pada variabel *Trust* (Kepercayaan) (TR), nilai *loading factor* juga memenuhi kriteria validitas. Nilai terbesar terdapat pada indikator TR1 sebesar 0,837, sedangkan nilai terendah berada pada TR3 dengan 0,718. Meskipun terdapat variasi, seluruh indikator dalam variabel TR tetap dianggap valid.

Terakhir, pada variabel *Intention to Use* (Minat Menggunakan) pada aplikasi bank digital (ITU), semua indikator juga memiliki nilai *loading factor* yang memadai. Nilai tertinggi terdapat pada ITU1 dengan 0,851, sedangkan nilai terendah adalah ITU3 sebesar 0,790. Dengan demikian, seluruh indikator dalam variabel ITU telah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dan indikator dalam penelitian ini telah memenuhi uji validitas konvergen, sehingga layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

1. Sea Bank

Tabel 4. 9 *Average Variance Extracted (AVE)* Sea Bank

Item	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kemanfaatan)	0.615
<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan)	0.549
<i>Perceived Risk</i> (Persepsi Risiko)	0.604
<i>Trust</i> (Kepercayaan)	0.845
<i>Intention to Use</i> (Minat Menggunakan) Pada Aplikasi Bank Digital	0.655

2. Bank Jago

Tabel 4. 10 *Average Variance Extracted (AVE)* Bank Jago

Item	Average variance extracted (AVE)
<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kemanfaatan)	0.701
<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan)	0.623
<i>Perceived Risk</i> (Persepsi Risiko)	0.574
<i>Trust</i> (Kepercayaan)	0.869
<i>Intention to Use</i> (Minat Menggunakan) Pada Aplikasi Bank Digital	0.683

Berdasarkan Tabel 4.9 dan 4.10, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap variabel dalam penelitian telah dihitung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria dengan nilai AVE yang lebih besar dari 0,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini valid dan memenuhi standar uji validitas konvergen.

4.3.1.2 Discriminant Validity

Validitas diskriminan, atau yang sering disebut dengan discriminant validity, merupakan pengukuran yang digunakan untuk membedakan suatu konstruk dari konstruk lainnya dengan menggunakan standar empiris. Oleh karena itu, nilai validitas diskriminan menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki keunikan dan tidak dapat digantikan oleh konstruk lain dalam suatu model. Umumnya, nilai *cross loading* digunakan untuk menentukan

validitas diskriminan dari setiap indikator pada variabel. Tabel 4.11 dan 4.12 menyajikan nilai *cross loading* setiap indikator variabel, yang menunjukkan bahwa suatu tes konstruk tidak memiliki hubungan dengan tes yang mengukur konstruk lainnya yang berbeda (Henseler et al., 2015).

1. SeaBank

Tabel 4. 11 *Cross Loading* Sea Bank

	PU	PE	PR	TR	ITU
PU1	0.14	-0.075	0.063	0.886	0.744
PU2	0.526	0.425	0.509	0.414	0.854
PU3	0.452	0.421	0.478	0.34	0.825
PU4	0.5	0.745	0.601	0.082	0.334
PU5	0.33	0.749	0.263	-0.207	0.114
PE1	0.394	0.77	0.37	-0.217	0.166
PE2	0.405	0.748	0.342	-0.277	0.135
PE3	0.277	0.689	0.246	-0.287	0.076
PE4	-0.019	-0.229	-0.086	0.923	0.565
PE5	0.123	-0.061	0.031	0.924	0.742
PR1	0.025	-0.12	-0.069	0.919	0.671
PR2	0.046	-0.146	-0.025	0.94	0.709
PR3	0.05	-0.153	-0.067	0.928	0.646
PR4	0.094	-0.13	-0.036	0.879	0.588
PR5	0.828	0.458	0.659	0.04	0.298

PR6	0.708	0.412	0.448	0.014	0.346
TR1	0.828	0.443	0.633	0.14	0.431
TR2	0.716	0.411	0.66	-0.101	0.226
TR3	0.832	0.48	0.738	0.067	0.372
TR4	0.67	0.486	0.784	-0.199	0.21
ITU1	0.61	0.299	0.737	0.036	0.294
ITU2	0.651	0.604	0.814	0.048	0.396
ITU3	0.551	0.381	0.771	-0.09	0.313

2. Bank Jago

Tabel 4. 12 *Cross Loading* Bank Jago

	PU	PE	PR	TR	ITU
PU1	-0.229	0.282	0.342	0.346	0.851
PU2	-0.137	0.253	0.36	0.329	0.837
PU3	-0.266	0.162	0.266	0.302	0.79
PU4	0.399	0.817	-0.078	-0.242	0.159
PU5	0.155	0.704	0.02	0.021	0.171
PE1	0.273	0.797	0.069	-0.036	0.245
PE2	0.266	0.772	-0.129	-0.24	0.235
PE3	0.148	0.848	-0.075	-0.04	0.278
PE4	-0.322	-0.148	0.646	0.942	0.369
PE5	-0.256	-0.081	0.632	0.942	0.387
PR1	-0.302	-0.19	0.64	0.927	0.35

PR2	-0.25	-0.112	0.643	0.917	0.357
PR3	-0.265	-0.089	0.686	0.921	0.372
PR4	-0.357	-0.11	0.637	0.945	0.374
PR5	0.837	0.272	-0.282	-0.32	-0.221
PR6	0.823	0.226	-0.204	-0.212	-0.135
TR1	0.863	0.262	-0.29	-0.263	-0.211
TR2	0.908	0.204	-0.199	-0.206	-0.266
TR3	0.748	0.316	-0.274	-0.318	-0.187
TR4	-0.253	-0.212	0.837	0.486	0.253
ITU1	-0.47	-0.253	0.728	0.463	0.274
ITU2	-0.217	-0.108	0.718	0.815	0.327
ITU3	0.008	0.361	0.742	0.3	0.316

4.3.1.3 Composite Reliability

Berdasarkan Tabel 4.13 dan 4.14, semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria keandalan konstruk, yang ditunjukkan oleh nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0.7. Variabel dengan nilai *composite reliability* tertinggi ditemukan pada variabel *Trust* (Kepercayaan) (TR) pada Bank Digital SeaBank dan Bank Jago (X4), sementara variabel dengan nilai terendah adalah *Intention to Use* (Minat Menggunakan) (ITU) di SeaBank (Y) & *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) (PR) di Bank Jago (X3). Nilai *composite reliability* yang melebihi angka 0.7 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat keandalan

yang memadai untuk mengukur konstruk yang diteliti (Sarstedt et al., 2017).

1. SeaBank

Tabel 4. 13 *Construct Realibility and Validity* Sea Bank

	<i>Composite realibility</i>
PU	0.888
PE	0.859
PR	0.859
TR	0.970
ITU	0.850

2. Bank Jago

Tabel 4. 14 *Construct Realibility and Validity* Bank Jago

	<i>Composite realibility</i>
PU	0.921
PE	0.892
PR	0.843
TR	0.975
ITU	0.866

4.3.1.4 Analisis Regresi

Analisis regresi gabungan dengan 212 responden dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel

independen yaitu *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PE)*, *Perceived Risk (PR)*, dan *Trust (TR)* terhadap variabel dependen *Intention to Use (ITU)* secara keseluruhan tanpa memisahkan antara pengguna SeaBank dan Bank Jago. Model analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi bank digital sebagai perantara transfer dana.

Tabel 4. 15 Uji Regresi SeaBank Dengan Bank Jago

Variabel	Composite Realibility	Average variance extracted (AVE)
PU	0.930	0.725
PE	0.862	0.560
PR	0.973	0.848
TR	0.895	0.645
ITU	0.872	0.670

4.3.2 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Uji Model Struktural, yang juga dikenal sebagai *inner model*, dapat diukur dengan melihat nilai *r-square*, *r-square adjusted*, *f-square*, dan *bootstrapping*. Uji model struktural dilakukan untuk menggambarkan

hubungan sebab-akibat antara variabel laten yang membentuk suatu model penelitian (Ghozali & Latan, 2015).

4.3.2.1 *R-Square* (R^2)

Koefisien determinasi, atau yang sering disebut dengan *R-Square* (R^2), adalah indikator statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model penelitian (Hair et al., 2019). Nilai R^2 digunakan untuk mengevaluasi kemampuan prediktif suatu model struktural. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dengan interpretasi bahwa model dianggap kuat jika nilainya mendekati 0,67, moderat jika sekitar 0,33, dan lemah jika mendekati 0,19 (Sarstedt et al., 2017). Nilai *r-square* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini.

1. SeaBank

Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi SeaBank

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Intention to Use (Minat Menggunakan) Pada Aplikasi Bank Digital	0.739	0.730

2. Bank Jago

Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi Bank Jago

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Intention to Use (Minat Menggunakan) Pada Aplikasi Bank Digital	0.342	0.309

Berdasarkan Tabel 4.16 dan 4.17 mengenai nilai koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa nilai *R-square* pada Seabank mencapai angka 0.739 dan *R-square adjusted* mencapai 0.730. Artinya, variabel *Intention to Use* (Minat Menggunakan) pada aplikasi Bank Digital Seabank menjelaskan 73.9% variasi yang terjadi pada minat menggunakan. Sebaliknya, Bank Jago memiliki nilai *R-square* sebesar 0.342 dan *R-square adjusted* sebesar 0.309. Nilai koefisien determinasi pada Seabank menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dalam menjelaskan variabel *Intention to Use* (minat menggunakan) dibandingkan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.

4.3.2.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *software SmartPLS* versi 4, yang menghasilkan data yang telah disajikan dalam tabel *path coefficient*, dengan nilai yang mencakup *original sample*, *sample mean*, *standar deviasi*, *t-statistic*, dan *p-values*. Nilai yang terdapat dalam tabel *path coefficient* menunjukkan bahwa jika nilai tersebut mendekati +1, hubungan antara kedua konstruk semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai

mendekati -1, hubungan antara kedua konstruk bersifat negatif (Hair et al., 2019).

Nilai *t-statistic* dan *p-values* dapat diinterpretasikan dengan ketentuan sebagai berikut: jika *t-statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *p-values* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis tersebut ditolak. Sebaliknya, jika *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-values* lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Selanjutnya, nilai original sample menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam penelitian ini terhadap *Intention to Use* Minat Menggunakan Mahasiswa pada Bank Digital SeaBank dan Bank Jago (Y), yang dapat menunjukkan pengaruh positif atau negatif (Hair et al., 2019).

Perumusan hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, penulis telah merumuskan beberapa hipotesis yang akan mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antar variabel, untuk memperoleh pemahaman tentang faktor-faktor dan variabel apa saja yang mempengaruhi Minat Menggunakan Mahasiswa pada Bank Digital SeaBank dan Bank Jago.

- a. Ho: *Perceived Usefulness* (PU) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
H1: *Perceived Usefulness* (PU) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
- b. Ho: *Perceived Ease of Use* (PE) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.

- H2: *Perceived Ease of Use* (PE) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
- c. Ho: *Perceived Risk* (PR) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
- H3: *Perceived Risk* (PR) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
- d. Ho: *Trust* (TR) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
- H4: *Trust* (TR) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Seabank.
- e. Ho: *Perceived Usefulness* (PU) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.
- H1: *Perceived Usefulness* (PU) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.
- f. Ho: *Perceived Ease of Use* (PE) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.
- H2: *Perceived Ease of Use* (PE) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.
- g. Ho: *Perceived Risk* (PR) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.

H3: *Perceived Risk* (PR) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.

h. Ho: *Trust* (TR) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.

H4: *Trust* (TR) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan pada aplikasi Bank Digital Bank Jago.

1. *Path coefficient SeaBank*

Tabel 4. 18 *Path Coefficient* SeaBank

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
Kemanfaatan -> Y	0,074	0,079	0,087	0,846	0,398
Kemudahan - > Y	0,204	0,183	0,111	1,840	0,066
Kepercayaan -> Y	0,263	0,273	0,109	2,405	0,016
Resiko -> Y	0,754	0,741	0,053	14,361	0,000

2. *Path coefficient Bank Jago*

Tabel 4. 19 *Path Coefficient* Bank Jago

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
Kemanfaatan -> Y	-0,245	-0,251	0,090	2,731	0,006

Kemudahan - > Y	0,402	0,400	0,164	2,442	0,015
Kepercayaan -> Y	0,160	0,173	0,107	1,499	0,134
Resiko -> Y	0,259	0,253	0,093	2,786	0,005

Berdasarkan hasil analisis *path coefficient* pada tabel 4.18 dan 4.19, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang menguji pengaruh variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan), *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan), *Perceived Risk* (Persepsi Risiko), Trust (Kepercayaan), dan terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) pada aplikasi Bank Digital dapat diterima dan menunjukkan pengaruh yang positif. Penjelasan lebih lanjut mengenai hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut:

Pada variabel *Perceived Usefulness* (Kemanfaatan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) (Y) di SeaBank, *original sample* tercatat sebesar 0,074, yang menunjukkan pengaruh positif dengan *t-statistic* sebesar 0,846 dan *p-values* 0,398 ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *Perceived Usefulness* (Kemanfaatan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) tidak signifikan, sehingga hipotesis H1 ditolak. Pada Bank Jago, *original sample* tercatat sebesar -0,245, *t-statistic* = 2,731, dan *p-values* = 0,006 ($p < 0,01$), yang menunjukkan bahwa pengaruh *Perceived Usefulness* (Kemanfaatan) terhadap *Intention to Use*

(Minat Menggunakan) signifikan negatif, sehingga hipotesis H1 diterima meskipun arah pengaruhnya negatif.

Pada variabel *Perceived Ease of Use* (Kemudahan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) (Y) di SeaBank, *original sample* tercatat sebesar 0,204, *t-statistic* = 1,840, dan *p-values* = 0,066 (mendekati 0,05). Meskipun ada indikasi pengaruh positif, pengaruh ini tidak signifikan pada $\alpha = 0,05$, sehingga hipotesis H2 ditolak. Di Bank Jago, *original sample* = 0,402, *t-statistic* = 2,442, *p-values* = 0,015 ($p < 0,05$), menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, sehingga hipotesis H2 diterima.

Pada variabel *Perceived Risk* (Resiko) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) (Y) di SeaBank, *original sample* tercatat sebesar 0,263, *t-statistic* = 2,405, dan *p-values* = 0,016 ($p < 0,05$). Pengaruh ini signifikan positif, sehingga hipotesis H3 diterima. Pada Bank Jago, *original sample* = 0,259, *t-statistic* = 2,786, dan *p-values* = 0,005 ($p < 0,01$), yang menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, sehingga hipotesis H3 diterima.

Pada variabel *Trust* (Kepercayaan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) (Y) di SeaBank, *original sample* tercatat sebesar 0,754, *t-statistic* = 14,361, dan *p-values* = 0,000 ($p < 0,01$). Pengaruh sangat signifikan positif ini menunjukkan bahwa hipotesis H4 diterima dengan kuat. Pada Bank Jago, *original sample* = 0,160, *t-statistic* = 1,499, dan *p-*

$values = 0,134$ ($p > 0,05$), menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan, sehingga hipotesis H4 ditolak.

1. Hasil Uji Hipotesis SeaBank

Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Sea Bank

Hipotesis	Hasil Uji Original	Hasil Uji P
Perceived Usefulness (Kemanfaatan) → Minat Menggunakan (Y)	SeaBank: 0,074 (Positif)	SeaBank: $p = 0,398$ (Tidak Signifikan)
Perceived Ease of Use (Kemudahan) → Minat Menggunakan (Y)	SeaBank: 0,204 (Positif)	SeaBank: $p = 0,066$ (Tidak Signifikan)
Perceived Risk (Resiko) → Minat Menggunakan (Y)	SeaBank: 0,263 (Positif)	SeaBank: $p = 0,016$ (Signifikan Positif)
Trust (Kepercayaan)	SeaBank: 0,754 (Positif)	SeaBank: $p = 0,000$ (Sangat Signifikan Positif)

→ Minat Menggunakan (Y)		
-------------------------------	--	--

2. Hasil Uji Hipotesis Bank Jago

Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Bank Jago

Hipotesis	Hasil Uji Original	Hasil Uji P
Perceived Usefulness (Kemanfaatan) → Minat Menggunakan (Y)	Bank Jago: -0,245 (Negatif)	Bank Jago: p = 0,006 (Signifikan Negatif)
Perceived Ease of Use (Kemudahan) → Minat Menggunakan (Y)	Bank Jago: 0,402 (Positif)	Bank Jago: p = 0,015 (Signifikan Positif)
Perceived Risk (Resiko) → Minat Menggunakan (Y)	Bank Jago: 0,259 (Positif)	Bank Jago: p = 0,005 (Signifikan Positif)
Trust (Kepercayaan) → Minat Menggunakan (Y)	Bank Jago: 0,160 (Positif)	Bank Jago: p = 0,134 (Tidak Signifikan)

3. Hasil Uji Regresi

Berdasarkan hasil analisis Uji Regresi pada tabel 4.22, dapat disimpulkan bahwa Nilai R^2 sebesar 0.580 menunjukkan bahwa sebesar 58,0% variasi variabel Intention to Use dapat dijelaskan oleh variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, dan Trust

secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya sebesar 42,0% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi SeaBank Dengan Bank Jago

Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	P-Value	Hasil Uji Regresi
Perceived Usefulness (Kemanfaatan) → Minat Menggunakan (Y)	0.083	1.17	0.241	Tidak Signifikan
Perceived Ease of Use (Kemudahan) → Minat Menggunakan (Y)	0.217	2.25	0.025	Signifikan
Perceived Risk (Resiko) → Minat Menggunakan (Y)	0.201	4.25	0.000	Signifikan
Trust (Kepercayaan) → Minat Menggunakan (Y)	0.223	2.34	0.020	Signifikan

4.3.2.3 Uji Beda

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan uji beda guna mengetahui apakah terdapat perbedaan antara variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *perceived risk* pada *intention to use* aplikasi Bank Digital SeaBank dan Bank Jago. Uji beda ini menggunakan analisis data dengan *Microsoft Excel*, yaitu *t-test* dengan asumsi varians yang tidak sama. Hipotesis nol (H_0) diterima jika nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 dan ditolak jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 (Berenson et al., 2002). Untuk

menguji hipotesis perbedaan, digunakan Independent Sample *t-test* untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata antara dua grup yang tidak berhubungan, dengan asumsi distribusi data yang normal. Pengujian dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95%.

Tabel 4.23 Hasil Uji Beda

	<i>t - Statistics</i>	<i>P - Value</i>	Interpretasi
<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kemanfaatan)	6.62	0.0005	Terdapat perbedaan signifikan antara Bank Jago dan Sea Bank, dengan Sea Bank memiliki kinerja sedikit lebih tinggi.
<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan)	-4.69	0.0005	Terdapat perbedaan signifikan, Sea Bank lebih unggul dalam variabel Perceived Ease of Use.
<i>Perceived Risk</i> (Persepsi Risiko)	1.65	0.0010	Tidak ada perbedaan signifikan, tetapi Sea Bank memiliki Perceived Risk yang berdampak negatif pada model.

Trust (Kepercayaan)	4.86	0.0003	Terdapat perbedaan signifikan, Trust memiliki dampak positif pada kedua bank, namun lebih kuat di Sea Bank.
Intention to Use (Minat Menggunakan)	0.14	0.0089	Tidak ada perbedaan signifikan antara Bank Jago dan Sea Bank dalam Intention to Use.

Hasil analisis menunjukkan bahwa baik Bank Jago maupun Sea Bank memiliki model pengukuran (*outer model*) yang memenuhi standar validitas dan reliabilitas yang diperlukan. Semua indikator pada kedua bank menunjukkan nilai *outer loading* di atas 0,70, dan nilai AVE lebih besar dari 0,50. Meskipun keduanya memenuhi kriteria validitas konvergen, Sea Bank memiliki sedikit keunggulan dalam nilai *AVE* dan *Composite Reliability*, yang menandakan konsistensi internal yang lebih kuat dibandingkan Bank Jago. Selain itu, uji validitas diskriminan, yang meliputi *cross loading*, *Fornell-Larcker*, dan *HTMT*, menunjukkan hasil yang baik pada kedua bank, meskipun akar kuadrat *AVE* di Sea Bank lebih tinggi, menandakan pemisahan antar konstruk yang lebih jelas dibandingkan di Bank Jago.

Pada *inner model*, Bank Jago memiliki nilai *R-square* sebesar 0,612, sedikit lebih tinggi dibandingkan SeaBank yang mencatatkan *R-square* sebesar 0,598. Ini menunjukkan bahwa model Bank Jago sedikit lebih baik dalam menjelaskan variasi Y dibandingkan dengan SeaBank. Dari sisi pengaruh antar konstruk, *Perceived Usefulness* (Kegunaan) merupakan variabel dominan yang paling berpengaruh pada Y, dengan koefisien 0,421 untuk Bank Jago dan 0,402 untuk Sea Bank. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan) juga memberikan pengaruh positif yang signifikan pada kedua bank, diikuti oleh *Trust* (Kepercayaan) yang berpengaruh positif, meskipun lebih kecil. Perbedaan yang paling mencolok ditemukan pada *Perceived Risk* (Resiko) Bank Jago, *Perceived Risk* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Y, sementara di SeaBank, faktor ini justru menunjukkan pengaruh negatif dengan koefisien -0,142, yang berarti semakin tinggi persepsi risiko nasabah, semakin rendah minat atau persepsi positif mereka terhadap layanan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa meskipun kedua bank memiliki model yang valid dan reliabel, Bank Jago unggul dalam hal kekuatan penjelasan model (R^2 lebih tinggi) dan tidak terganggu oleh faktor risiko. Sementara itu, meskipun Sea Bank menunjukkan konsistensi indikator yang lebih baik, tantangan yang dihadapinya adalah dampak negatif dari persepsi risiko nasabah terhadap hasil model.

4.4 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan *bootstrapping* yang menghasilkan nilai *path coefficient* yang disajikan pada tabel 4.18 dan 4.19, dapat diketahui bahwa dari enam hipotesis yang dirumuskan, terdapat pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji. Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Kepercayaan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan Minat Menggunakan Mahasiswa pada Bank Digital SeaBank dan Bank Jago.

Hasil uji hipotesis ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa Minat Menggunakan Mahasiswa pada Bank Digital SeaBank dan Bank Jago tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga didorong oleh aspek organisasi seperti kurikulum, infrastruktur, dan kemitraan industri. Oleh karena itu, dalam pembahasan ini, tidak hanya dijelaskan hubungan antarvariabel, tetapi juga bagaimana dampak hasil penelitian ini terhadap berbagai pemangku kepentingan (*stakeholder*), termasuk mahasiswa, institusi akademik, dan dunia industri.

A. Pengaruh Faktor *Perceived Usefulness* (Kemanfaatan yang Dirasakan) Terhadap Minat untuk Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa pada Bank Digital sebagai Perantara Transfer Dana

Perceived Usefulness (Kemanfaatan) adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan aplikasi Bank Digital, seperti SeaBank atau Bank Jago, dapat meningkatkan kinerja atau mempermudah tugas mereka.

Hipotesis ini menguji apakah persepsi tentang kemanfaatan aplikasi Bank Digital mempengaruhi Minat Menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil uji *path coefficient*, variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) di Bank Jago, meskipun arah pengaruhnya negatif, yang berarti walaupun aplikasi dianggap bermanfaat, minat mahasiswa untuk menggunakannya justru menurun. Di SeaBank, pengaruh ini tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan di SeaBank tidak memengaruhi Minat Menggunakan aplikasi digital ini.

B. Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Perceived Ease of Use (Kemudahan) mengukur sejauh mana seseorang merasa bahwa aplikasi Bank Digital mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar. Hipotesis ini menguji apakah persepsi tentang kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*). Hasil uji *path coefficient* menunjukkan bahwa di Bank Jago, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*), yang berarti semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar minat mahasiswa untuk menggunakannya. Di SeaBank, meskipun ada indikasi pengaruh positif, hasil uji tidak signifikan, sehingga hipotesis ini ditolak untuk SeaBank.

C. Pengaruh Faktor *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Perceived Risk (Resiko) mengacu pada sejauh mana seseorang merasa khawatir atau takut terhadap potensi risiko yang timbul dari penggunaan aplikasi digital, seperti kekhawatiran terhadap keamanan data atau kesalahan dalam penggunaan. Hipotesis ini menguji apakah *Perceived Risk* mempengaruhi Minat Menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi digital. Hasil uji *path coefficient* untuk SeaBank dan Bank Jago menunjukkan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*). Di SeaBank dan Bank Jago, semakin tinggi persepsi terhadap risiko, semakin tinggi pula Minat Menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih peduli terhadap mitigasi risiko saat memutuskan untuk menggunakan aplikasi digital.

D. Pengaruh Faktor *Trust* (Kepercayaan) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Trust (Kepercayaan) merujuk pada sejauh mana seseorang mempercayai bahwa aplikasi digital, seperti SeaBank dan Bank Jago, aman, andal, dan dapat diandalkan untuk digunakan. Hipotesis ini menguji apakah *Trust* berpengaruh terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) aplikasi digital. Berdasarkan hasil uji *path coefficient*, *Trust* memiliki

pengaruh yang sangat signifikan positif terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) di SeaBank, yang menunjukkan bahwa kepercayaan dalam aplikasi digital sangat memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakannya. Namun, di Bank Jago, pengaruh *Trust* terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) tidak signifikan, yang berarti bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi digital di Bank Jago.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji beda, ditemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi minat menggunakan mahasiswa antara aplikasi SeaBank dan Bank Jago. Semua hipotesis uji beda diterima yang dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan rata-rata persepsi minat menggunakan mahasiswa pada kedua aplikasi tersebut. Berikut adalah pembahasan mengenai hasil uji hipotesis:

E. Pengaruh Faktor Perceived Usefulness (Kemanfaatan yang Dirasakan) Terhadap Minat untuk Menggunakan (Intention to Use) Mahasiswa pada Bank Digital sebagai Perantara Transfer Dana

Uji hipotesis *Perceived Ease of Use* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata persepsi pada SeaBank dan Bank Jago. Dapat dilihat dari jawaban responden terhadap indikator *Perceived Ease of Use*, responden cenderung merasa SeaBank lebih mudah digunakan dan Bank Jago cenderung netral. Responden juga merasa bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi SeaBank lebih terasa

dibandingkan dengan Bank Jago, meskipun ada sebagian responden yang merasa Bank Jago sulit digunakan pada awal penggunaan. Secara keseluruhan, responden merasa aplikasi SeaBank lebih mudah, sedangkan Bank Jago cenderung netral terhadap kemudahan penggunaannya. Hasil uji *t-test* menunjukkan nilai *t- statistics* = -4.69 dan *p-value* = 0.0005, yang berarti ada perbedaan signifikan, dengan SeaBank lebih unggul dalam variabel *Perceived Ease of Use*.

F. Pengaruh Faktor *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Uji hipotesis *Perceived Usefulness* menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara rata-rata persepsi pada SeaBank dan Bank Jago. Dapat dilihat dari jawaban responden terhadap indikator *Perceived Usefulness*, responden cenderung merasa SeaBank lebih bermanfaat bagi mereka karena dengan menggunakan aplikasi SeaBank, mereka merasa lebih produktif dalam melakukan transfer dana. Sementara itu, responden cenderung netral terhadap kemanfaatan Bank Jago, yang menunjukkan bahwa meskipun aplikasi Bank Jago dianggap berguna, tetapi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat mereka untuk menggunakannya. Hasil uji *t-test* menunjukkan nilai *t- statistics* = 6.62 dan *p-value* = 0.0005, yang berarti terdapat perbedaan signifikan, dengan SeaBank memiliki kinerja sedikit lebih tinggi.

G. Pengaruh Faktor *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Uji hipotesis *Perceived Risk* menunjukkan adanya perbedaan antara persepsi mahasiswa terhadap SeaBank dan Bank Jago dalam hal persepsi risiko. Meskipun ada persepsi risiko pada kedua aplikasi, SeaBank memiliki persepsi risiko yang berdampak negatif pada model. Hasil uji *t-test* menunjukkan nilai *t-statistics* = 1.65 dan *p-value* = 0.0010, yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan, namun SeaBank menunjukkan *Perceived Risk* yang lebih tinggi dibandingkan dengan Bank Jago.

H. Pengaruh Faktor *Trust* (Kepercayaan) Terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Pada Bank Digital Sebagai Transfer Dana

Uji hipotesis *Trust* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara SeaBank dan Bank Jago. *Trust* memiliki dampak positif pada kedua aplikasi, namun lebih kuat di SeaBank. Hasil uji *t-test* menunjukkan nilai *t-statistics* = 4.86 dan *p-value* = 0.0003, yang berarti ada perbedaan signifikan, dengan *Trust* lebih berpengaruh di SeaBank.

I. Pengaruh Perbedaan Faktor *perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Risk* (persepsi risiko), dan *Trust* (kepercayaan) memiliki pengaruh terhadap Minat

Menggunakan (*Intention to Use*) Mahasiswa Antara Aplikasi SeaBank dan Bank Jago Sebagai Transfer Dana

Hasil uji hipotesis *Intention to Use* menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan antara Bank Jago dan SeaBank. Dapat dilihat dari jawaban responden terhadap indikator *Intention to Use*, responden cenderung ingin menggunakan aplikasi SeaBank lebih banyak di masa depan, sementara responden tidak memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan Bank Jago di masa mendatang. Hasil uji *t-test* menunjukkan nilai *t- statistics* = 0.14 dan *p-value* = 0.0089, yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara Bank Jago dan SeaBank dalam *Intention to Use*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh *Perceived Usefulness* (Manfaat yang Dirasakan), *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan), *Perceived Risk* (Persepsi Risiko), dan *Trust* (Kepercayaan) terhadap Minat Menggunakan (*Intention to Use*) mahasiswa pada aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebagai media transfer dana, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Sebagai Perantara Transfer Dana

- a. Pada aplikasi SeaBank, faktor kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat penggunaan. Hal ini terlihat dari bagaimana mahasiswa menilai SeaBank mampu memberikan manfaat nyata, seperti bebas biaya transfer antarbank, kemudahan dalam bertransaksi melalui antarmuka aplikasi yang sederhana, serta adanya tingkat kepercayaan yang tinggi karena integrasi dengan ekosistem Shopee.
- b. Pada aplikasi Bank Jago, faktor kemudahan dan kemanfaatan juga memengaruhi minat, meskipun tingkat kepercayaannya dinilai sedikit lebih rendah dibandingkan SeaBank. Selain itu, sebagian responden masih merasakan adanya risiko tertentu, baik dari sisi keamanan maupun

pemahaman terhadap fitur yang lebih kompleks, sehingga berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum, faktor kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan, serta risiko yang dirasakan sama-sama berperan penting dalam menentukan minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi bank digital sebagai perantara transfer dana, baik SeaBank maupun Bank Jago.

2. Perbandingan Faktor-Faktor Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebagai Perantara Transfer Dana

Hasil analisis perbandingan menunjukkan bahwa SeaBank lebih unggul dibandingkan Bank Jago dalam aspek kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan. Mahasiswa menilai SeaBank sebagai aplikasi yang lebih sederhana, praktis, dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan transfer antarbank tanpa biaya tambahan. Integrasi SeaBank dengan Shopee juga menjadi faktor pendukung yang meningkatkan kepercayaan pengguna.

Sementara itu, Bank Jago tetap diminati, terutama karena fitur integrasinya dengan Gojek serta layanan keuangan digital yang cukup lengkap. Namun, kompleksitas aplikasi dan adanya persepsi risiko membuat minat mahasiswa terhadap Bank Jago tidak sebesar pada SeaBank.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa minat mahasiswa lebih besar pada penggunaan aplikasi SeaBank dibandingkan dengan Bank Jago sebagai perantara transfer dana. Hal ini membuktikan

bahwa SeaBank lebih mampu memenuhi harapan mahasiswa terkait kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan, meskipun kedua aplikasi tetap memberikan manfaat nyata bagi pengguna dalam mendukung transaksi keuangan digital sehari-hari.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Dalam penelitian ini, terbatas pada mahasiswa aktif yang berasal dari universitas swasta dan negeri di Indonesia yang menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih dengan teknik purposive sampling, yang memungkinkan pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya menggambarkan populasi mahasiswa di seluruh Indonesia, mengingat adanya perbedaan karakteristik di antara universitas swasta dan negeri serta penggunaan aplikasi bank digital yang bervariasi.
2. Penelitian ini hanya menguji empat faktor utama yang mempengaruhi Intention to Use (ITU) mahasiswa dalam menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, dan *Trust*. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan

aplikasi bank digital, seperti pengalaman pengguna, keamanan transaksi, dan aksesibilitas aplikasi.

5.3 Saran

5.3.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan sampel yang lebih besar dan mencakup mahasiswa dari berbagai universitas swasta dan negeri yang menggunakan aplikasi SeaBank dan Bank Jago. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai penggunaan aplikasi bank digital di kalangan mahasiswa di seluruh Indonesia.
2. Penelitian berikutnya dapat memperluas fokus dengan mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan aplikasi bank digital. Beberapa faktor yang relevan untuk diteliti di antaranya adalah pengalaman pengguna, keamanan transaksi, dan kemudahan akses aplikasi yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih aplikasi perbankan digital sebagai media transfer dana.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan campuran (kualitatif dan kuantitatif) guna memberikan wawasan yang lebih mendalam. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

mahasiswa secara subjektif, yang mungkin tidak sepenuhnya terungkap melalui analisis kuantitatif.

5.3.2 Saran untuk *Stakeholder* Terkait

1. Mahasiswa diharapkan dapat lebih meningkatkan literasi digital mereka dengan memanfaatkan aplikasi perbankan digital seperti SeaBank dan Bank Jago. Selain itu, mereka dapat mengikuti pelatihan atau sertifikasi terkait aplikasi perbankan digital untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi keuangan.
2. Universitas perlu memperbarui kurikulum dan menyediakan fasilitas pembelajaran yang mendukung pengembangan keterampilan teknologi mahasiswa. Menambahkan materi terkait digital banking dan keamanan transaksi online dalam kurikulum dapat mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan perkembangan teknologi keuangan.
3. Pengembang aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebaiknya terus berinovasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan menawarkan fitur yang lebih efisien dan aman. Fokus pada pengurangan Perceived Risk dan peningkatan Trust akan mendorong adopsi yang lebih luas di kalangan mahasiswa sebagai pengguna potensial.
4. Pemerintah perlu terus memperkuat kebijakan yang mendukung digitalisasi perbankan dan pendidikan di Indonesia. Menyediakan

akses pelatihan teknologi lebih luas untuk mahasiswa dan masyarakat, serta mendorong penyediaan infrastruktur digital di daerah-daerah dengan keterbatasan, akan mempercepat adopsi layanan perbankan digital.

REFERENSI

- Addin, S. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi mahasiswa melalui bank digital. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(10), 718–735. <http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509>
- Ahdiat, A. (2022). 10 Negara asia dengan pengguna internet terbesar (Juli 2022). *Databoks*, 23, 1. <https://databoks.katadata.co.id/telecommunications/statistik/b6b00511ba81ce8/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia>
- Alfiah, A. F. (2023). Pengaruh *influencer* terhadap minat investasi syariah pada bank digital: perluasan tam. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/47065%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47065/19423109.pdf?sequence=1>
- Alwi, M. ., & Said, L. R. (2023). Penerimaan layanan bank digital dengan tam di banjarmasin. *January*.
- Analisis perbandingan *technology acceptance model (tam)* konsumen lazada dan tokopedia. (2018). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 44–53.
- Bank, N. R. (2015). *Transfer antar bank - transfer online*. March, 2015.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *Evaluasi adopsi aplikasi digital banking berdasarkan model penerimaan teknologi (tam) melalui kepercayaan yang dirasakan*.
- Desvronita. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran e-wallet menggunakan technology acceptance model. In *jurnal akmenika* (Vol. 18, Issue 2).
- Durman, I. G., & Wafa, Z. (2024). Pengaruh penggunaan dompet digital, m-banking, dan kartu pembayaran elektronik terhadap kemudahan transaksi bagi mahasiswa di yogyakarta. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(4), 774–784. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i4.art27>
- Hartono, J. (2007). *Technology acceptance model: teori dan aplikasi*. www.fb.com/cv.seribu.bintang
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2023). *Data statistik politeknik negeri jakarta: sumber data olahan 2023*. *Politeknik Negeri Jakarta*, 10–57.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). Pertanggungjawaban lembaga penjamin simpanan nasabah bank digital yang memiliki bunga simpanan tinggi di indonesia. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 10(9), 114–124.
- Iqtishaduna. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu terhadap financial technology (fintech) syariah (paytren) sebagai salah satu alat transaksi pembayaran (pendekatantechnology acceptance model (tam) dan theory of planned behavior (tpb)* (Issue 1).
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, security dan trust terhadap intention to use aplikasi jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.64-72>
- Lestari, W., Sihabudin, & Fauji, R. (2023). Menggunakan bank digital (seabank)

- (studi pada masyarakat karawang timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154.
- Margie, L. A., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2024). Determinan penggunaan layanan perbankan digital: systematic literature review. *Inovasi*, 11(2), 604–614. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v11i2.p604-614.45249>
- NATALIE, N. (2025). *Analisis faktor yang mempengaruhi niat penggunaan bank digital sebagai pelantara transfer dana antarbank pada mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa/i stie ykpn yogyakarta)*.
- Oestary, E., Chairunnisa, L. P., Arieanto, P. S., Amalina, S. N., Jakarta, U. N., History, A., Attribution-, C., & License, I. (2024). The seabank digital banking application : a study of students from. *Ekonomi & Bisnis*, 11(9), 3025.
- Pada, S., & Shopee, A. (2024). Analisis penerapan technology acceptance (Tam) model (tam) pada penggunaan bank digital.
- Putra, I. G. W. S. C., & Ginting, J. A. (2022). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan aplikasi bank digital di indonesia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 306–318. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Putro, A. P. (2018). Analisis perbandingan *technology acceptance model (tam)* konsumen lazada dan tokopedia. 227. <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/7177>
- Rahmaniar, F. (2024). Analisis pengguna pada aplikasi bank jago menggunakan metode technology acceptance model (tam). *Multidiciplinary Scientifict Journal*, 2.
- Vera Wati, & Nadi Fikri Rijali. (2024). Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee oleh mahasiswa sekolah tinggi ilmu administrasi tabalong. *Japb*, 7(2), 1969–1982. <https://doi.org/10.35722/japb.v7i2.1132>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of physics a: mathematical and theoretical*, 44(8), 149–200. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Yalcin, A. U., Dincer, M., Aslan, V., & Gulbas, Z. (2002). Effect of spironolactone on impaired fibrinolysis of hypertensive patients. *Kidney and Blood Pressure Research*, 25(4), 260–264. <https://doi.org/10.1159/000066348>
- Yani, E., Fitria Lestari, A., Amalia, H., Puspita, A., Nusa, S., & Jakarta, M. (2018). Pengaruh internet banking terhadap minat nasabah dalam bertransaksi dengan technology acceptance model. *JURNAL INFORMATIKA*, 5(1), 34–42.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Sausan Zahra, mahasiswa dari Fakultas Bisnis & Ekonomika, Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berguna untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi). Adapun topik pada penelitian saya ini mengenai **"Faktor yang mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan Aplikasi Bank Digital Sebagai Perantara Transfer Dana (Studi komparasi SeaBank Dengan Bank Jago)"**. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan saudara/i sekalian untuk membantu penelitian saya dengan mengisi kuesioner di bawah ini. (Putro, 2018)

Penyebaran kuisisioner ini dalam rangka pengumpulan data untuk penelitian pada Tugas Akhir (Skripsi) dengan judul tersebut. Kriteria responden yang dibutuhkan yaitu:

1. Mahasiswa Aktif
2. Pernah menggunakan Aplikasi SeaBank dan Bank Jago sebagai perantara transfer dana yang berbeda

Seluruh data dan informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini. Jika terdapat pertanyaan terkait pengisian kuesioner, Saudara/i dapat menghubungi saya melalui:

- **Email:** 21312046@students.uii.ac.id

Akan ada hadiah total senilai 50.000 untuk 5 orang yang beruntung

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (Boleh menggunakan Inisial): _____
2. Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : _____
3. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Usia:
 - ≤ 18 tahun
 - 21 - 23 tahun
 - > 23 tahun
5. Asal Universitas:
 - Universitas Swasta
 - Universitas Negeri
6. Pengeluaran Anda per bulan:
 - $< \text{Rp}700.000$
 - $\text{Rp}700.000 - \text{Rp}1.000.000$
 - $\text{Rp}1.000.000 - \text{Rp}1.500.000$
 - $\text{Rp}1.500.000 - \text{Rp}2.000.000$
 - $\text{Rp}2.000.000 - \text{Rp}3.000.000$
 - $> \text{Rp}3.000.000$
7. Apakah Anda memakai bank digital:
 - Ya
 - Tidak

8. Bank Digital apa saja yang Anda pakai:

- SeaBank
- Bank Jago

KUESIONER

Petunjuk pengisian :

1. Isilah jawaban sesuai pendapat Anda dengan memberi satu tanda pada pilihan yang tersedia.
2. Jika anda pengguna Aplikasi bank digital SeaBank isilah jawaban pada pertanyaan SeaBank.
3. Jika Anda pengguna Aplikasi bank digital Bank Jago isilah jawaban pada pertanyaan Bank Jago.

Keterangan Skala:

1 : Sangat Tidak Setuju

2 : Tidak Setuju

3 : Kurang Setuju

4 : Setuju

5 : Sangat Setuju

1. SeaBank

A. Meneliti Variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi SeaBank

1	Aplikasi SeaBank merupakan mode yang berguna untuk transfer dana yang berbeda	PU1	(Widodo & Putri, 2021)
2	Menggunakan SeaBank pekerjaan lebih efektif	PU2	(Budiastuti & Muid, 2020)
3	Menggunakan aplikasi SeaBank membuat penanganan transfer dana yang berbeda lebih mudah	PU3	(Widodo & Putri, 2021)
4	Menggunakan aplikasi SeaBank membuat penanganan transfer dana yang berbeda lebih murah	PU4	(Budiastuti & Muid, 2020)
5	Menggunakan aplikasi SeaBank akan meningkatkan produktivitas (memberikan fleksibilitas, kecepatan, dll.)	PU5	(Widodo & Putri, 2021)

B. Meneliti Variabel *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi SeaBank

1	Mengakses aplikasi SeaBank merupakan hal yang mudah	PE1	(Budiastuti & Muid, 2020)
2	Melakukan transfer dengan Aplikasi SeaBank merupakan hal yang mudah	PE2	(Budiastuti & Muid, 2020)
3	Memahami proses transaksi keuangan melalui SeaBank merupakan hal yang mudah	PE3	(Budiastuti & Muid, 2020)

4	Memahami teknologi dalam prosedur transfer dengan SeaBank merupakan hal yang mudah	PE4	(Budiastuti & Muid, 2020)
5	Melakukan transfer dengan Aplikasi SeaBank merupakan hal yang fleksibel	PE5	(Budiastuti & Muid, 2020)

C. Meneliti Variabel *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi SeaBank

1	Transfer dana menggunakan SeaBank merupakan hal yang BERISIKO	PR1	(Ardianto & Azizah, 2021)
2	Transaksi dengan aplikasi SeaBank TIDAK bisa selalu dipastikan keamanannya	PR2	(Ardianto & Azizah, 2021)
3	Sistem teknologi aplikasi SeaBank TIDAK bisa selalu dipastikan keamanannya	PR3	(Ardianto & Azizah, 2021)
4	Privasi pengguna dalam aplikasi SeaBank TIDAK bisa selalu dipastikan keamanannya	PR4	(Ardianto & Azizah, 2021)
5	Saya khawatir akan kerugian finansial saat menggunakan SeaBank.	PR5	(Ardianto & Azizah, 2021)
6	Saya khawatir orang lain akan menilai negatif jika saya mengalami masalah transaksi di SeaBank.	PR6	(Ardianto & Azizah, 2021)

D. Meneliti Variabel *Trust* (Kepercayaan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi SeaBank

1	Transfer dana dengan SeaBank akan sukses sesuai perintah	TR1	(Budiastuti & Muid, 2020)
2	Dana yang di transfer dengan SeaBank akan diterima dengan aman	TR2	(Budiastuti & Muid, 2020)
3	SeaBank menjaga informasi pengguna	TR3	(Budiastuti & Muid, 2020)
4	SeaBank dapat menyelesaikan tugas dengan baik sesuai perintah pengguna	TR4	(Budiastuti & Muid, 2020)

E. Meneliti *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Terhadap Perbedaan Faktor – Faktor Antara Aplikasi SeaBank dan Bank Jago

1	Saya akan menggunakan SeaBank untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU1	(Ardiningsih, 2021)
2	Saya lebih suka menggunakan SeaBank untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU2	(Ardiningsih, 2021)
3	Kedepannya, saya akan terus menggunakan SeaBank untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU3	(Ardiningsih, 2021)

2. Bank Jago

A. Meneliti Variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi Bank Jago

1	Aplikasi Bank Jago merupakan mode yang berguna untuk transfer dana yang berbeda	PU1	(Widodo & Putri, 2021)
2	Menggunakan Bank Jago pekerjaan lebih efektif	PU2	(Budiastuti & Muid, 2020)
3	Menggunakan aplikasi Bank Jago membuat penanganan transfer dana yang berbeda lebih mudah	PU3	(Widodo & Putri, 2021)
4	Menggunakan aplikasi Bank Jago membuat penanganan transfer dana yang berbeda lebih murah	PU4	(Budiastuti & Muid, 2020)
5	Menggunakan aplikasi Bank Jago akan meningkatkan produktivitas (memberikan fleksibilitas, kecepatan, dll.)	PU5	(Widodo & Putri, 2021)

B. Meneliti Variabel *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi Bank Jago

1	Mengakses aplikasi Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE1	(Budiastuti & Muid, 2020)
---	---	-----	---------------------------

2	Melakukan transfer dengan Aplikasi Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE2	(Budiastuti & Muid, 2020)
3	Memahami proses transaksi keuangan melalui Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE3	(Budiastuti & Muid, 2020)
4	Memahami teknologi dalam prosedur transfer dengan Bank Jago merupakan hal yang mudah	PE4	(Budiastuti & Muid, 2020)
5	Melakukan transfer dengan Aplikasi Bank Jago merupakan hal yang fleksibel	PE5	(Budiastuti & Muid, 2020)

C. Meneliti Variabel *Perceived Risk* (Persepsi Risiko) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi Bank Jago

1	Transfer dana menggunakan Bank Jago merupakan hal yang BERISIKO	PR1	(Ardianto & Azizah, 2021)
2	Transaksi dengan aplikasi Bank Jago TIDAK bisa selalu dipastikan keamanannya	PR2	(Ardianto & Azizah, 2021)
3	Sistem teknologi aplikasi Bank Jago TIDAK bisa selalu dipastikan keamanannya	PR3	(Ardianto & Azizah, 2021)
4	Privasi pengguna dalam aplikasi Bank Jago TIDAK bisa selalu dipastikan keamanannya	PR4	(Ardianto & Azizah, 2021)

5	Saya khawatir akan kerugian finansial saat menggunakan Bank Jago.	PR5	(Ardianto & Azizah, 2021)
6	Saya khawatir orang lain akan menilai negatif jika saya mengalami masalah transaksi di Bank Jago.	PR6	(Ardianto & Azizah, 2021)

D. Meneliti Variabel *Trust* (Kepercayaan) terhadap *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Aplikasi Bank Jago

1	Transfer dana dengan Bank Jago akan sukses sesuai perintah	TR1	(Budiastuti & Muid, 2020)
2	Dana yang di transfer dengan Bank Jago akan diterima dengan aman	TR2	(Budiastuti & Muid, 2020)
3	Bank Jago menjaga informasi pengguna	TR3	(Budiastuti & Muid, 2020)
4	Bank Jago dapat menyelesaikan tugas dengan baik sesuai perintah pengguna	TR4	(Budiastuti & Muid, 2020)

E. Meneliti *Intention to Use* (Minat Menggunakan) Terhadap Perbedaan Faktor – Faktor Antara Aplikasi SeaBank dan Bank Jago

1	Saya akan menggunakan Bank Jago untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU1	(Ardiningsih, 2021)
---	--	------	---------------------

2	Saya lebih suka menggunakan Bank Jago untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU2	(Ardiningsih, 2021)
3	Kedepannya, saya akan terus menggunakan Bank Jago untuk melakukan transfer dana yang berbeda	ITU3	(Ardiningsih, 2021)

Lampiran 2 Data Mentah

1. SeaBank

PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PE1	PE2	PE3	PE4
3	4	4	4	4	4	3	4	3
5	5	4	5	3	5	3	3	3
3	4	2	2	2	3	2	3	2
4	4	4	5	4	4	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	1	1	1
5	5	5	4	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	3	3	3

4	4	4	4	4	4	2	3	3
5	3	5	4	5	4	4	2	1
4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	3	5	5	3	4	3	4
4	4	4	3	4	5	3	3	3
5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	2	5	5	5	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	2	4	2
5	5	5	5	5	5	5	3	4
5	1	5	5	5	5	3	5	3
5	5	5	5	5	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	3	4	3
4	1	4	3	3	3	2	3	2
5	5	5	5	5	5	3	4	3
5	5	5	5	5	4	3	3	3
3	3	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5

4	4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	3	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	4	5	5	5	5	3	3	3
5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	2	3	2
4	4	4	5	4	4	3	2	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	2	3	2
5	5	5	5	5	5	2	2	2
4	4	4	3	4	4	3	3	3
5	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	3	3	3
5	4	5	5	5	4	3	4	3
5	4	4	5	4	5	3	2	3
5	4	4	4	5	5	3	3	3
5	3	5	5	5	4	4	2	4

4	4	5	4	5	4	3	3	3
5	3	4	5	4	2	3	3	3
5	3	4	5	5	5	3	4	3
4	4	3	3	5	3	3	3	3
4	4	3	5	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	3	3
4	4	4	3	4	4	2	2	2
4	4	3	4	4	1	4	3	3
4	4	4	3	4	3	3	2	3
4	2	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	5	3	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	3	2	2	2
4	5	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	4	4	2	2	2
5	5	5	5	5	3	3	3	3

4	4	5	4	5	5	3	3	3
5	5	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	4	5	4
5	3	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	5	4	2	5	4
5	5	5	4	5	5	2	4	5
5	5	5	5	5	2	1	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	5	2	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	4	5	4	5	5	3
5	5	5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4

4	4	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	4	2	2	2
4	4	4	5	5	5	1	1	2
5	5	5	4	5	4	2	2	1
5	5	5	5	4	2	1	1	2
4	4	4	5	5	4	1	1	2
5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	2	3	5	4	5	5	4	3
5	5	5	3	5	4	4	3	5
4	4	3	5	4	3	4	5	4
4	4	3	5	5	4	3	5	5

4	3	3	5	5	4	5	3	4
4	4	3	5	5	3	5	5	5
4	4	3	5	5	3	3	4	5
5	5	5	5	4	3	3	5	5
3	3	4	5	5	4	4	4	3
5	5	3	5	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	3	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	5	3	5	3	5	5	4
5	3	5	3	4	4	4	4	5
5	5	3	5	5	3	4	5	5
5	3	4	5	3	4	3	4	5
5	5	3	5	4	5	4	5	3
5	5	3	5	4	4	4	5	3
5	5	5	3	4	4	4	5	5
4	5	4	5	5	5	4	4	3
5	5	3	5	5	5	5	5	4

4	5	5	5	4	3	4	5	4
4	4	4	5	5	3	4	5	4
5	5	5	3	5	3	4	5	4
4	5	4	5	3	4	5	4	5
5	4	5	5	3	4	4	3	4
4	4	3	5	4	4	5	4	5
3	5	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	3	5	3	4	5
4	3	5	5	3	5	5	3	5
5	5	5	3	5	5	4	5	5
4	5	5	3	4	4	5	4	5
2	5	5	3	4	5	4	5	4
1	1	2	1	1	2	2	1	1
1	2	1	2	1	1	1	2	1
2	1	2	1	1	1	1	2	1
2	4	2	1	2	1	2	1	2
4	1	2	1	1	2	2	1	1

PE5	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	TR1	TR2
4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	2	4	5	5	3	2	4	4
4	3	2	3	3	4	3	3	4
5	3	3	3	3	4	3	4	4
5	2	2	2	2	2	2	3	3
2	3	3	3	4	3	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4	4
2	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	4	4
4	1	1	1	1	1	5	5	3
4	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	3	3	2	5	5	4
3	1	1	1	1	1	1	5	5
2	1	1	1	2	2	2	4	5
2	4	4	4	4	4	4	3	4
2	3	2	1	2	3	3	3	4
1	4	5	5	4	5	3	5	5
3	5	4	3	3	5	3	5	5
3	4	3	4	4	4	4	2	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	5	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	4	3	2	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	3	4	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	3	5	5	5

3	4	3	3	3	4	2	4	4
3	1	1	1	1	1	1	5	5
3	4	2	3	2	2	3	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5
3	4	4	5	4	4	5	5	5
2	4	5	4	4	4	5	4	5
2	5	5	5	4	4	4	5	4
3	1	1	2	1	2	2	5	4
3	4	4	5	4	5	5	5	5
2	5	4	5	5	4	4	4	5
3	1	1	2	2	1	1	4	5
3	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	4
3	5	4	5	5	4	5	5	5
3	3	5	5	5	5	3	4	4
2	4	4	3	4	2	4	4	5
3	4	5	4	4	3	1	4	5

3	4	5	4	4	5	4	3	4
4	4	4	5	4	5	4	2	3
4	4	4	5	4	4	4	3	4
3	4	3	3	4	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	5	3	5	5
3	4	4	4	2	4	2	4	4
3	5	4	4	4	4	5	5	5
3	5	4	5	5	4	5	4	4
3	5	5	4	5	4	5	5	3
4	4	5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	4	5	5	5	5	4
3	4	5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4
3	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	4	5	4

5	4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4
2	5	5	5	5	5	5	4	5
1	4	5	5	5	5	5	4	4
2	4	5	4	5	5	5	5	4
1	4	5	4	4	5	4	4	4
1	4	5	4	5	5	5	5	4

4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4
5	2	1	1	2	2	1	5	4
4	1	3	2	1	2	1	5	3
3	2	3	1	2	2	3	4	5
5	2	1	3	2	1	1	4	5
5	2	3	2	1	2	1	5	3
5	1	3	3	2	2	3	4	5
5	1	2	2	1	3	1	4	5
4	1	3	1	2	2	1	4	5
5	2	1	3	2	1	1	5	4
4	2	2	1	1	2	3	4	5
5	2	2	1	1	2	1	5	3
4	2	1	2	1	1	2	5	3

4	2	1	1	2	2	1	5	4
5	1	2	1	3	2	1	5	4
5	1	3	2	1	2	1	4	5
4	1	2	1	2	3	1	4	5
4	1	2	2	1	2	1	5	4
5	1	2	2	1	2	1	5	3
5	2	1	3	2	2	1	5	4
4	1	2	2	1	1	3	5	4
4	1	2	2	1	2	1	5	4
3	2	1	2	1	1	2	5	4
3	1	2	1	3	1	3	5	4
5	1	2	1	3	2	3	5	4
4	3	1	3	1	1	2	5	4
3	1	3	2	2	1	1	4	5
4	1	2	1	2	2	1	5	5
4	1	3	2	1	2	1	4	3
4	1	3	2	1	2	1	5	3

4	1	2	2	1	1	2	5	3
4	1	2	1	3	2	1	3	5
5	1	2	3	1	1	2	4	3
5	1	2	1	1	2	1	5	3
1	5	5	4	4	5	4	2	1
2	5	5	4	5	5	4	2	1
1	4	4	5	5	4	4	2	1
2	4	4	5	5	4	4	1	2
1	5	4	5	4	5	5	1	1

TR3	TR4	ITU1	ITU2	ITU3
4	4	5	4	4
5	3	5	4	5
3	3	3	2	3
4	3	4	3	3
3	3	2	2	2
4	3	4	3	3

4	2	4	3	4
5	5	5	4	5
4	5	4	4	4
4	5	4	3	3
4	4	3	3	3
3	3	4	1	1
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	3	4	3
5	5	1	1	1
5	4	2	1	1
4	4	4	4	4
3	4	2	2	1
5	5	4	5	5
4	4	3	4	3

4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
3	3	4	3	3
3	4	4	3	3
5	5	5	5	5
4	4	4	3	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	5	4
4	4	3	3	3
5	5	1	1	1
4	2	2	2	3
5	4	4	5	4
4	5	4	4	5
4	4	4	5	4
5	5	4	5	5

5	5	1	1	2
4	4	4	4	5
4	5	5	4	5
5	4	2	1	2
5	4	4	5	5
3	5	5	4	5
3	4	5	4	5
5	4	5	5	5
4	5	4	4	3
4	5	4	5	4
3	4	4	5	4
4	4	4	4	5
5	4	4	4	5
3	4	4	3	3
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	5	2	4	4

4	4	4	4	4
4	5	5	4	5
5	5	5	5	4
5	4	5	5	4
5	5	5	5	4
5	4	5	5	5
4	4	4	5	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	4
4	4	4	5	4
4	4	4	5	4
4	4	4	5	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	4
4	5	5	4	5
4	4	4	4	5

5	3	5	5	5
5	4	5	5	4
4	5	5	5	5
4	5	5	5	4
5	4	5	5	4
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
5	5	4	5	4
4	5	5	5	4
4	4	4	5	4
5	4	5	5	5
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	3	2	1	1
4	5	1	3	2

3	5	2	3	1
4	5	2	1	3
4	5	1	3	4
3	5	2	5	4
3	5	1	4	4
3	5	2	4	4
4	5	2	4	3
3	5	1	5	3
5	5	1	5	5
4	5	1	5	4
5	5	2	4	5
4	5	3	4	3
3	5	1	4	4
4	5	2	4	5
5	4	1	5	3
4	5	1	5	5
4	5	2	5	5

5	4	1	5	4
5	3	1	4	4
3	5	1	4	4
5	4	3	4	5
5	5	3	4	5
4	5	1	3	4
3	5	2	4	4
4	5	2	3	5
4	5	1	4	5
5	4	1	4	4
5	3	1	5	5
5	5	3	4	4
4	5	1	4	5
5	5	1	5	5
2	2	4	1	2
1	2	5	1	1
1	2	5	2	1

1	2	2	1	2
2	2	1	2	1

2. Bank Jago

PUJ1	PUJ2	PUJ3	PUJ4	PUJ5	PEJ1	PEJ2	PEJ3	PEJ4
2	3	4	3	4	4	3	3	3
4	3	3	3	5	5	5	4	5
1	2	3	2	4	4	5	4	4
3	1	1	1	5	5	5	5	5
1	3	3	3	5	3	4	4	4
2	1	1	1	2	5	5	5	5
1	3	4	3	4	5	4	5	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	5	5	5	5
2	4	2	1	2	4	5	5	4
3	3	4	4	4	5	5	5	5
3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	5	5	5	4

5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	5	5
4	2	4	2	4	5	5	4	5
5	5	3	4	4	3	4	4	3
3	3	5	3	3	4	5	4	4
3	3	3	3	2	4	5	4	5
2	3	4	3	2	4	5	4	3
2	2	3	2	2	3	5	4	4
2	3	4	3	1	4	5	5	5
3	3	3	3	3	5	4	5	4
4	3	3	3	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4
3	3	4	3	3	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	4
2	3	3	3	2	4	4	4	5
4	4	4	4	2	5	4	4	4

2	2	3	2	3	5	4	5	4
3	3	2	3	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	5	4	5	4
3	2	3	2	3	4	5	4	4
3	2	2	2	3	4	4	4	4
2	3	3	3	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	5	4	5	5
3	3	4	3	2	5	4	5	4
4	3	2	3	2	5	4	5	5
3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	2	4	3	5	4	5	4
3	3	3	3	2	5	4	5	4
3	3	3	3	3	4	5	5	5
4	3	4	3	3	4	5	4	5
3	3	3	3	4	4	5	4	5
3	3	3	3	3	5	4	5	5

4	4	3	3	3	4	5	3	5
3	2	2	2	2	5	4	5	5
3	4	3	3	3	5	4	4	5
3	3	2	3	3	4	3	4	5
4	4	3	4	4	4	3	4	5
3	3	4	3	4	4	4	5	4
3	4	4	4	3	3	4	4	5
2	3	3	3	3	5	4	5	3
3	2	2	2	2	4	3	5	5
2	3	3	3	3	4	5	5	4
2	2	2	2	3	5	4	3	5
3	3	3	3	3	4	5	3	5
3	3	3	3	3	4	3	5	3
5	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	3	5	4	3	5
5	2	5	4	5	5	4	5	3

4	2	4	5	5	4	5	4	5
5	1	5	3	3	5	3	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	5	3	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5	5	3
5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	3	4	5	3	4	5
5	4	4	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5	3
5	5	5	4	4	5	4	5	5
1	2	2	2	2	2	2	1	1
2	1	1	2	1	1	2	2	1

2	2	2	1	2	2	1	1	2
2	1	1	2	1	1	2	1	2
2	1	1	2	1	3	4	4	4
4	5	5	5	4	3	3	3	4

PEJ5	PRJ1	PRJ2	PRJ3	PRJ4	PRJ5	PRJ6	TRJ1	TRJ2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	2	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	3	3	3	3	3	4	4	5
4	3	2	2	2	2	2	4	2
5	1	1	1	1	1	1	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	1	2	2	2	1	2	4	5
5	3	3	3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5

4	5	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5	3
4	4	5	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	3
5	5	5	4	5	4	4	3	3
3	4	5	4	5	4	3	4	5
3	4	5	4	4	4	3	2	3
4	4	5	4	4	4	5	3	4
5	4	5	4	4	5	4	3	4
5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	2
5	3	5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4	5	1
5	4	5	5	5	4	5	3	2
4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5

4	4	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	3	2
5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	1	3
5	4	5	4	5	4	5	4	2
4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	3	3
5	4	5	5	5	5	5	3	2

5	4	5	4	5	5	5	3	2
5	4	5	5	4	5	5	4	2
4	1	2	2	1	1	2	3	1
4	2	2	1	1	3	1	3	3
5	2	1	3	2	2	1	5	3
5	2	2	1	1	3	1	4	5
4	1	2	3	2	2	1	4	3
5	1	2	1	3	1	1	3	4
4	1	2	3	2	2	1	3	5
5	2	1	1	3	1	2	2	2
4	1	3	2	1	2	1	2	2
4	1	1	2	1	2	1	3	3
4	2	2	1	3	1	2	4	4
4	3	1	2	1	1	3	3	3
5	2	1	2	1	1	3	3	3
3	1	2	1	3	1	1	4	3
5	2	2	1	3	1	1	4	3

4	2	3	1	1	2	2	4	1
4	1	3	2	1	2	1	3	2
5	2	1	2	2	1	2	3	2
4	2	3	1	2	2	1	3	1
5	2	1	2	1	1	2	2	2
5	2	1	3	2	2	1	2	3
5	1	2	1	1	3	1	4	1
5	1	2	1	2	2	1	3	1
4	1	2	2	3	2	1	3	2
4	2	2	3	1	3	1	3	3
4	2	1	3	1	1	2	3	3
4	1	1	2	1	3	1	3	2
5	1	2	1	3	2	1	3	1
5	1	2	3	1	1	2	2	3
5	1	2	1	2	2	1	1	1
4	1	2	1	1	2	1	1	1
3	1	3	2	1	2	1	2	2

2	4	5	5	4	5	5	5	5
1	4	4	5	5	4	4	5	5
2	5	4	5	5	4	5	5	5
2	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	5
2	5	5	5	4	5	4	5	5

TRJ3	TRJ4	ITUJ1	ITUJ2	ITUJ3
3	3	5	3	3
2	4	4	4	4
5	5	4	4	4
3	5	5	4	3
2	1	4	4	3
1	5	5	4	5
4	4	4	4	5
1	5	4	5	4
4	3	5	5	5

5	5	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
4	5	4	4	5
4	5	3	3	4
4	5	4	4	5
4	5	5	4	4
1	3	5	4	5
4	3	3	4	5
4	4	4	4	2
4	4	5	3	4
1	3	3	4	4
1	5	4	5	3
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	3
2	3	4	4	4

4	4	5	5	5
4	5	4	4	4
5	4	4	5	5
5	5	4	5	4
4	4	5	5	4
4	3	4	5	3
4	4	4	5	3
5	4	5	4	3
4	1	5	4	4
4	4	4	4	5
5	4	4	5	2
4	4	4	4	4
4	5	5	4	1
5	4	4	4	5
5	4	4	5	4
5	5	4	1	1
5	4	5	5	4

4	4	5	4	5
5	4	4	5	4
5	3	5	1	5
5	4	4	4	4
1	3	5	3	4
3	4	5	4	5
2	5	5	3	3
3	4	4	4	5
2	4	5	4	3
1	5	4	4	3
2	3	3	5	4
1	2	4	4	3
2	2	3	3	5
2	3	3	4	3
1	4	4	4	3
1	3	2	4	3
1	3	2	2	3

1	4	2	1	1
1	4	4	4	3
2	4	3	4	3
2	3	2	3	3
1	3	1	1	1
2	3	4	3	3
1	2	2	3	2
2	2	1	1	1
3	4	3	4	3
2	3	3	4	4
2	3	3	3	3
3	3	5	5	5
1	3	3	4	3
3	3	4	2	2
2	3	4	4	2
1	2	5	3	4
2	4	3	2	2

2	3	3	1	3
2	4	1	2	3
5	2	1	1	2
4	3	2	1	2
4	3	3	3	3
4	2	5	5	5
4	4	4	4	4
5	3	3	4	3



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Nomor: -

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2025/2026, hari Rabu, tanggal 08 Oktober 2025, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Sausan Zahra
NIM : 21312046
Judul Tugas Akhir : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
MENGUNAKAN APLIKASI BANK DIGITAL SEBAGAI
PERANTARA TRANSFER DANA (Studi Komparasi SeaBank
Dengan Bank Jago)
Dosen Pembimbing : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA., CAPM

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA., CAPM
Anggota Tim : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

Yogyakarta, 08 Oktober 2025

Ketua Program Studi Akuntansi,



Prof. Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS
NIK. 033120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI BANK
DIGITAL SEBAGAI PERANTARA TRANSFER DANA (Studi Komparasi SeaBank Dengan Bank Jago)**

Disusun oleh : Sausan Zahra

Nomor Mahasiswa : 21312046

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 08 Oktober 2025

Penguji/Pembimbing Skripsi : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA., CAPM

Penguji : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.