

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
KEGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN BANK DIGITAL**

(Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)

SKRIPSI



Oleh :

ALDY DWI SAPUTRO
NPM. 21042010067

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
KEGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
MENGGUNAKAN BANK DIGITAL**

(Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)

Disusun Oleh

ALDY DWI SAPUTRO

NPM. 21042010067

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB

NPT. 21219920526338

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
KEGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN BANK DIGITAL**

(Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)

Disusun Oleh
ALDY DWI SAPUTRO
NPM. 21042010067

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 7 Mei 2025**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

1. Ketua
R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

2. Sekretaris

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

Dr. Catur Suratnoali, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldy Dwi Saputro
NPM : 21042010067
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 14 April 2025

Yang menyatakan



Nama: Aldy Dwi Saputro
NPM. 21042010067

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Seabank (Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Adapun pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Serta adik dan kakak yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, 7 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Landasan Teori.....	28
2.2.1 Pemasaran	28
2.2.2 Kajian Variabel variable Penelitian	32
2.2.3 Kajian Objektif.....	39
2.3 Hubungan Antar Variabel	43
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan Terhadap Minat Menggunakan.....	43
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan	43
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	43
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan .	44
2.4 Kerangka Berpikir	44
2.5 Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47

3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.2.1	Definisi Operasional.....	47
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	53
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.3.1	Populasi.....	54
3.3.2	Sampel.....	55
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	56
3.4	Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1	Jenis Data	56
3.4.2	Sumber Data.....	57
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5	Teknik Analisis Data.....	57
3.5.1	Kualitas data.....	58
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	61
3.5.4	Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		64
4.1	Hasil Penelitian dan Penyajian Data	64
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.2	Deskriptif Hasil Penelitian	67
4.2	Hasil Uji Instrumen	77
4.2.1	Uji Validitas	77
4.2.2	Uji Reliabilitas	78
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
4.3.1	Uji Normalitas.....	79
4.3.2	Uji Multikolinearitas	80
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	81
4.4	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.5	Uji Hipotesis.....	85
4.5.1	Koefisien Determinasi (R ²)	85
4.5.2	Uji Parsial (T).....	86
4.5.3	Uji Parsial (F).....	88

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	90
4.6.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan.....	90
4.6.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan.	91
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan.....	92
4.6.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan..	93
4.7 Matriks Hasil Penelitian	95
4.7.1 Kendala dalam Penelitian.....	95
BAB V.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Top 7 bank digital dengan aset terbesar di Indonesia	7
Gambar 1. 3 Ulasan pengguna terhadap kesulitan penggunaan.....	9
Gambar 1. 4 Keraguan Masyarakat terhadap bank digital	11
Gambar 1. 5 Ulasan Kegunaan terhadap pengguna Seabank.....	13
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4. 1 Logo Seabank.....	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 2 Perbedaan Variabel Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Bobot Skala Pengukuran.....	54
Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Umur	68
Tabel 4. 2 Klasifikasi berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 3 Klasifikasi berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4 Klasifikasi berdasarkan Penghasilan Sebulan.....	70
Tabel 4. 5 Klasifikasi berdasarkan Jumlah Transaksi.....	71
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1).....	72
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan (X2).....	74
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kepercayaan (X3)	75
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Minat Menggunakan (Y).....	76
Tabel 4. 10 Tabel Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 11 Tabel Hasil Uji Realibilitas.....	79
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Glejser	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (T)	86
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (F).....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : KUESIONER PENELITIAN	101
Lampiran 2 : Jadwal Penelitian	108
Lampiran 3 : Tabulasi Data Karakteristik Responden	110
Lampiran 4 : Tabulasi Data Jawaban Responden	123
Lampiran 5 : Hasil Output SPSS 30	141

ABSTRAK

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Seabank
(Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)
Aldy Dwi Saputro**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur
21042010067@student.upnjatim.ac.id

Penelitian ini membahas mengenai keluhan pengguna dan calon pengguna Seabank di media sosial mengenai aplikasi yang sulit digunakan, keraguan terhadap keamanan data dan dana serta manfaat yang diperoleh yang dapat menghambat keberlangsungan tren positif Seabank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Seabank Digital Bank. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert dari Pengguna Seabank di Kota Mojokerto. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi kegunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan, dimana variabel tersebut menjelaskan sebagian variansi Minat Menggunakan. Analisis secara individual menunjukkan bahwa Persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan, sedangkan Persepsi kemudahan penggunaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa SeaBank sebaiknya lebih fokus pada peningkatan manfaat layanan dan membangun kepercayaan nasabah daripada hanya mengandalkan kemudahan penggunaan dalam strategi pemasaran dan pengembangan produknya. Studi ini berkontribusi pada penelitian tentang pemasaran digital, perilaku pengguna dalam adopsi teknologi keuangan, dan strategi untuk meningkatkan adopsi layanan perbankan digital di Indonesia.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, Minat Menggunakan

ABSTRACT

**The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Trust on
Interest in Using Seabank Digital Bank
(Study on Users of Seabank Digital Bank in Mojokerto)
Aldy Dwi Saputro**

Business Administration Study Program, Faculty of Social, Cultural, and Political
Sciences

UPN “Veteran” East Java

21042010067@student.upnjatim.ac.id

This study discusses complaints from Seabank users and potential Seabank users on social media regarding applications that are difficult to use, doubts about the security of data and funds and the benefits obtained that can hinder the continuation of Seabank positive trend. This study aims to analyze the effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Trust on Interest in Using Seabank Digital Bank. Using a quantitative approach, data was collected through a questionnaire with a Likert scale from Seabank Users in Mojokerto City. This study uses multiple linear regression analysis using SPSS. The results showed that Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Trust simultaneously had a significant effect on Interest in Using, where these variables explained part of the variance in Interest in Using. Individual analysis showed that Perceived Usefulness and Trust had a significant positive effect on Interest in Using, while Perceived Ease of Use did not show a significant effect. These findings suggest that SeaBank should focus more on increasing service benefits and building customer trust rather than relying solely on ease of use in its marketing and product development strategies. This study contributes to research on digital marketing, user behavior in the adoption of financial technology, and strategies for increasing the adoption of digital banking services in Indonesia.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Interest in Using