

Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan User Experience terhadap Niat Penggunaan dan User Satisfaction: Studi Kasus pada Aplikasi Bank Digital SeaBank

R. Audi Cahya Lucky Ramadhan^{1*}, Nova Rahma Dhani², Laura Sitho Devi³, Talabiah Susilowati⁴

¹Program Studi Bisnis Digital, STIE Mahardhika, Surabaya, Indonesia

^{2,3,4}Program Studi Manajemen, STIE Mahardhika, Surabaya, Indonesia

Email: ¹r.ramadhan@stiemahardhika.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kepercayaan, persepsi keamanan dan pengalaman pengguna terhadap niat penggunaan dan kepuasan pengguna aplikasi perbankan digital SeaBank. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei yang melibatkan 154 responden, yang dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM–PLS). Hasil analisis menunjukkan bahwa keamanan tidak memiliki dampak signifikan terhadap niat penggunaan, tetapi berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kepercayaan terbukti berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap niat penggunaan dan kepuasan pengguna. Selain itu, pengalaman pengguna juga mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap niat penggunaan dan kepuasan pengguna. Di sisi lain, niat penggunaan tidak menunjukkan dampak yang signifikan terhadap pengalaman pengguna. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan dari sisi teknis maupun bisnis dalam meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Seabank.

Kata Kunci: kepercayaan, keamanan, pengalaman pengguna, niat penggunaan, kepuasan pengguna

Abstract—This study aims to evaluate the influence of trust, perceived security and user experience on user intention to use and user satisfaction of the SeaBank digital banking application. The method used in this study is quantitative with a survey approach involving 154 respondents, which were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM–PLS). The results of the analysis show that security does not have a significant impact on intention to use, but has a positive and significant impact on user satisfaction. Trust is proven to contribute positively and significantly to intention to use and user satisfaction. In addition, user experience also has a positive and significant influence on intention to use and user satisfaction. On the other hand, intention to use does not show a significant impact on user experience. This research is expected to provide material for development from the technical and business sides in increasing the number of Seabank application users.

Keywords: trust, security, user experience, intention to use, user satisfaction

1. PENDAHULUAN

Fintech atau teknologi finansial adalah salah satu jenis inovasi teknis dalam industri keuangan. Kombinasi layanan keuangan dan teknologi informasi melahirkan fintech, yang memungkinkan konsumen melakukan berbagai aktivitas ekonomi dengan lebih cepat, praktis, dan efisien (Fandyanto et al., 2025). Seiring dengan perkembangan gaya hidup yang menuntut efisiensi dan pragmatism, fintech telah menjadi esensial di dunia saat ini. Perekonomian nasional, penyedia layanan, dan nasabah semuanya diuntungkan oleh inovasi ini, yang menyederhanakan berbagai aktivitas keuangan. Dari sudut pandang makroekonomi, fintech berkontribusi pada transmisi kebijakan moneter, percepatan peredaran uang, dan pertumbuhan aktivitas ekonomi.

Pola transaksi Masyarakat juga telah berubah akibat pergeseran gaya hidup digital, layanan non-tunai kini menjadi pilihan utama. Perbankan digital, dompet elektronik, dan uang elektronik semakin popular sebagai alat transaksi sehari-hari. Hal ini sejalan dengan tujuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yaitu mendorong memperkuat akses ke layanan keuangan lewat pengembangan sistem pembayaran digital dan teknologi finansial (OJK, 2024).

Selama lima tahun terakhir, industri perbankan digital Indonesia juga telah tumbuh positif. Seabank tercatat sebagai bank digital dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia dari tahun 2021 hingga 2025, menurut statistik Kabar Bursa (2025). Peningkatan pendapatan yang substansial, volume transaksi digital, dan jumlah pengguna aktif menunjukkan ekspansi ini. Berkait integrasinya

dengan Shopee yang meyederhanakan transaksi sehari-hari, SeaBank telah melampaui Bank Jago (10 juta) dan Neo Bank (8 juta) untuk memimpin pasar dengan 25 juta pelanggan baru.

Selain itu, bank digital menggunakan aplikasi seluler untuk semua operasi perbankan dan tidak memiliki cabang fisik. Oleh karena itu, membangun loyalitas pengguna membutuhkan kepercayaan dan keamanan (Ramadhan, 2025). Tingkat adopsi layanan perbankan digital, seperti SeaBank, secara langsung dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dan kekhawatiran Masyarakat terhadap keamanan data dan transaksi. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan juga berkaitan langsung dengan keamanan aplikasi. Persepsi kenyamanan dan pilihan konsumen terhadap layanan perbankan seluler dipengaruhi oleh kepercayaan. Pengguna cenderung lebih setia menggunakan aplikasi jika mereka yakin aplikasi tersebut aman.

Selain itu, elemen kunci dalam menentukan keberhasilan adopsi aplikasi perbankan digital adalah pengalaman pengguna. Dalam layanan transaksi digital, kepercayaan sangat penting bagi loyalitas pelanggan dan pengalaman pengguna. Pengalaman positif dan loyalitas pelanggan akan diperkuat oleh kepercayaan yang kuat (Alex Chandra et al., 2023). Persepsi utilitas, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan merupakan aspek utama yang berpengaruh terhadap niat dan kebiasaan penggunaan teknologi, menurut Technology Acceptance Model (TAM) yang diciptakan oleh Davis (1989) dan dikembangkan oleh Venkatesh (2003) melalui model Unifield Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).

Dalam perkembangan bank digital saat ini, SeaBank merupakan salah satu bank digital yang tengah mengalami perkembangan pesat di Indonesia dan menarik untuk ditinjau dari aspek kepercayaan, keamanan, serta pengalaman pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Wusko, 2025) mengungkapkan bahwa faktor kemudahan dan kepercayaan memberikan dampak positif terhadap keputusan dan kepuasan pengguna SeaBank. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rasa aman, keterbukaan informasi, dan keandalan sistem memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan serta mendorong niat penggunaan aplikasi secara jangka Panjang.

Berdasarkan konteks tersebut, studi ini ditujukan untuk mengevaluasi dampak dari kepercayaan, keamanan, dan pengalaman pengguna terhadap niatan pemakaian serta kepuasan pengguna platform bank digital SeaBank pada kelompok mahasiswa di kota Surabaya. Temuan studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting secara teoritis dalam peningkatan model adopsi teknologi, maupun secara praktis untuk pengembangan strategi layanan perbankan digital di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Variabel Penelitian

1. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai konsep, perasaan, emosi, atau tindakan yang terjadi ketika klien percaya bahwa penyedia layanan akan memprioritaskan kepentingan mereka setelah mereka melepasan kontrol langsung (Juan & Indrawati, 2023). Sedangkan menurut Nuraeni dan Soemantri (2020), kepercayaan berhubungan dengan seberapa besar konsumen siap untuk percaya pada suatu merek, bahkan ketika dihadapkan dengan potensi resiko yang terkait dengan jaminan merek untuk memberikan hasil yang dicari konsumen (Nizar & Yusuf, 2022).

2. Keamanan

Keamanan diartikan sebagai perlindungan terhadap potensi bahaya. Resiko dapat muncul melalui koneksi jaringan, gangguan transfer data, metode akses illegal atau pelanggaran protokol autentikasi (Avif & Salim, 2022). Sistem keamanan dalam aplikasi dompet digital bertujuan untuk menghentikan, menangani, dan menjaga keamanan sistem informasi dari ancaman aktivitas tidak sah ataupun melanggar hukum (Hikmah & Nurlinda, 2023). Saat menggunakan dompet digital, keamanan sangatlah penting karena pengguna merasa terlindungi. Persepsi ini mencakup keamanan dana yang tersimpan di dompet digital dan data pribadi yang mereka simpan saat mendaftar akun tersebut (Rahmawati & Yuliana, 2020).

3. User Experience

Pengalaman pengguna adalah cara individu berinteraksi dengan sistem atau platform. Respon positif dari pengguna terjadi ketika suatu produk atau sistem memberikan pengalaman yang memenuhi tujuan mereka (Islami et al., 2023). UX mencakup beberapa elemen seperti pembuatan antarmuka, keterlibatan pengguna, kemudahan penggunaan, dan memberikan kenyamanan serta kepuasan secara keseluruhan. Pentingnya pengalaman pengguna terletak pada kemampuannya untuk memberikan pengalaman yang terbaik, efisien serta kepuasan terhadap pengguna. Dengan berfokus pada fitur-fitur seperti navigasi intuitif, estetika yang menarik, responsivitas yang sangat baik, kegunaan, dan desain dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna (Ratnawati & Faris, 2023).

4. Niat Penggunaan

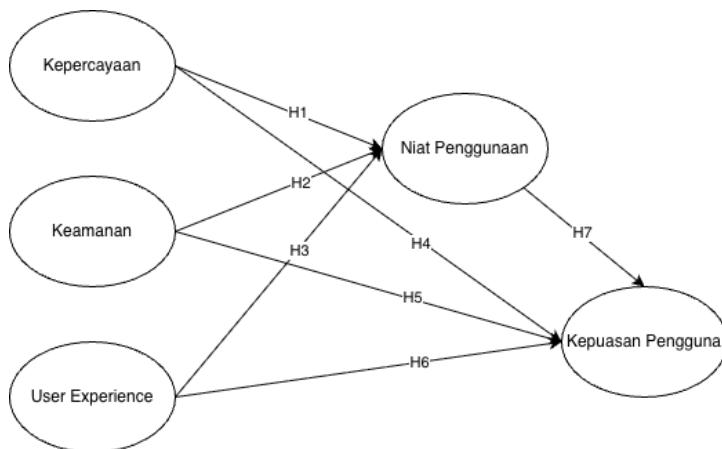
Kusumah (2019) mendefinisikan niat penggunaan sebagai kesediaan pengguna untuk memanfaatkan atau memanfaatkan kembali suatu barang tertentu. Niat merupakan komponen psikis manusia yang seringkali lebih berfokus atau menemukan kesenangan pada suatu objek, sehingga mendorong pencapaian tujuan tertentu (Fazriansyah, Nilam Anggar Sari, 2022). Niat penggunaan mengacu pada kemauan pengguna untuk terlibat dengan sistem informasi, yang kemudian membentuk kebiasaan penggunaan sistem tersebut secara berkelanjutan (Hikmah & Nurlinda, 2023). Proses yang terlibat dalam memutuskan untuk membeli produk atau mengadopsi teknologi tertentu disebut sebagai niat pembelian. Keinginan konsumen untuk membeli produk atau layanan berdasarkan kebutuhan tersebutlah yang mendorong niat (Nursakinah, 2022).

5. User Satisfaction

Kepuasan adalah reaksi emosional individu berupa rasa senang atau tidak senang yang disebabkan oleh perbandingan antara hasil nyata dengan harapannya (Dessanti Putri Sekti Ari, 2021). Kepuasan pengguna menilai seberapa puas pelanggan terhadap pengalaman keseluruhan layanan, dan produk yang diberikan oleh suatu bisnis atau organisasi (Nur et al., 2024). Tingkat kepuasan seseorang dapat memengaruhi niat untuk terus menggunakan suatu produk atau jasa (Sekti et al., 2022). Menurut (Albantani, 2023) dalam pemanfaatan sistem aplikasi yang efektif akan meningkatkan kepuasan pengguna, dan ketika kepuasan pengguna meningkat, keinginan untuk terus menggunakan sistem informasi tersebut lebih tinggi.

2.2 Hipotesis & Kerangka Konseptual

Dalam naskah, nomor kutipan secara berurutan dalam tanda kurung (Kumar, Kaur, & Kumar, 2019), juga tabel angka dan angka secara berurutan seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1 dan Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

H1: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

H2: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

H3: User experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

H4: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

H5: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

H6: User experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

H7: Niat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan aplikasi Bank Digital SeaBank.

2.3 Populasi & Sampel

Sesuai dengan issue dalam penelitian ini terkait dengan aplikasi Bank Digital Seabank, maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Seabank. Mengingat tidak mungkin menganalisis keseluruhan populasi, maka digunakan sampling untuk merepresentasikan mayoritas populasi. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan menentukan beberapa kriteria sampel seperti (1) Telah menjadi pengguna atau nasabah Seabank setidaknya 1 bulan, (2) aktif melakukan transaksi dengan aplikasi Seabank dan (3) memiliki rekening di Seabank yang tidak dormant. Terkait dengan jumlah sampel yang digunakan, Pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow karena populasinya tidak diketahui secara pasti. Dengan asumsi *margin of error* di tingkat 10%, ditemukan bahwa jumlah sampel minimal adalah 100 responden.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui survey digital yang didistribusikan dengan Google Form dan setiap pernyataan dalam kuesioner dievaluasi menggunakan skala likert dengan rentang 1 hingga 4.

2.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) sebagai teknik analisis data, karena metode ini sesuai untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten secara simultan dan bersifat prediktif. SEM-PLS dipilih karena mampu menangani model yang kompleks dengan jumlah sampel relatif terbatas, tidak menuntut asumsi normalitas data yang ketat, serta dapat digunakan pada skala pengukuran reflektif maupun formatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) secara bersamaan, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai validitas, reliabilitas, dan hubungan antar konstruk penelitian.

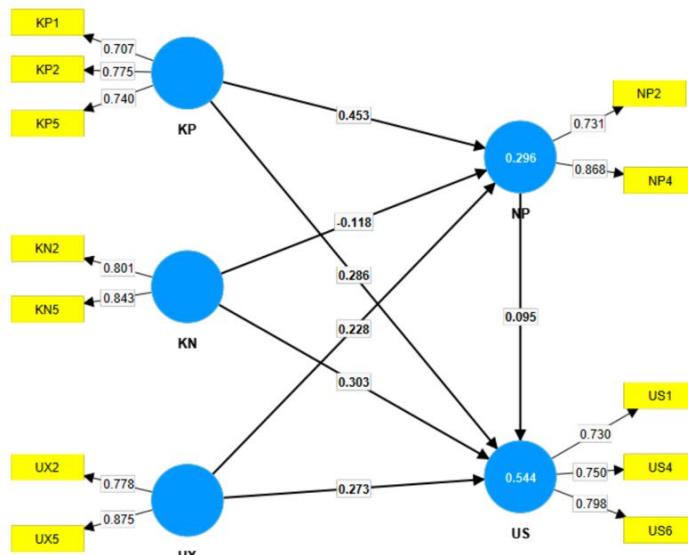
Pada evaluasi model pengukuran, validitas konvergen dinilai melalui nilai loading factor $\geq 0,70$ dan Average Variance Extracted (AVE) $\geq 0,50$, sedangkan reliabilitas konstruk dinilai menggunakan Composite Reliability (CR) $\geq 0,70$ dan Cronbach's Alpha $\geq 0,70$. Validitas diskriminan dievaluasi melalui kriteria Fornell–Larcker, yaitu akar kuadrat AVE harus lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk, atau melalui nilai HTMT $\leq 0,90$. Selanjutnya, evaluasi model struktural dilakukan dengan menilai koefisien determinasi (R^2), di mana nilai 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah. Pengujian signifikansi hubungan antar variabel dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, menggunakan kriteria nilai t-statistic $\geq 1,96$ atau p-value $\leq 0,05$.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Outer Model

Berdasarkan hasil uji outer loading pada model SEM-PLS, bisa dilihat bahwa semua indikator dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen. Angka uji outer loading dari setiap indikator melampaui nilai batas bawah yang direkomendasikan, yaitu 0.70, sehingga

menunjukkan bahwa masing-masing indikator dapat dengan baik merefleksikan konstruk laten yang diukur atau valid. Pada konstruk Kepercayaan dan Keamanan, semua indikator yang digunakan menunjukkan nilai outer loading yang melebihi batas minimum yang disarankan. Indikator Kepercayaan (KP1, KP2, dan KP5) memiliki nilai outer loading antara 0,707 hingga 0,775, yang memberi gambaran keseluruhan indikator ini dapat merepresentasikan konstruk Kepercayaan dengan baik. Di sisi lain, indicator Keamanan (KN2 dan KN5) masing-masing menunjukkan nilai outer loading sebesar 0,801 dan 0,843, yang menegaskan bahwa indikator tersebut sangat tepat dalam merepresentasikan konstruk Keamanan dan berkontribusi signifikan terhadap pembentukan variabel laten. Selanjutnya, konstruk User Experience dan Niat Penggunaan menunjukkan hasil pengukuran yang positif. Indikator User Experience (UX2 dan UX5) mencatat nilai outer loading sebesar 0,778 dan 0,875, yang memberikan bukti bahwa adanya hubungan yang kuat antara indikator dengan konstruk User Experience, di mana UX5 tampil sebagai indikator yang paling menonjol. Dalam konstruk Niat Penggunaan, indicator NP2 dan NP4 menunjukkan nilai outer loading masing-masing sebesar 0,731 dan 0,868, oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator tersebut valid dan konsisten dalam merefleksikan konstruk Niat Penggunaan.



Gambar 2. Hasil Analisis Jalur

Berdasarkan hasil validitas yang tertera di tabel 1, pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan kriteria Fornell-Larcker, yaitu dengan membandingkan nilai akar AVE yang terletak di diagonal dengan nilai korelasi antar konstruk. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai akar AVE untuk setiap konstruk, termasuk Kepercayaan (KN), Keamanan (KP), Niat Penggunaan (NP), User Satisfaction (US), dan User Experience (UX), lebih tinggi daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Ini menunjukkan bahwa setiap variabel laten dapat dengan akurat menggambarkan konsep yang diukur dan memiliki perbedaan yang jelas dengan variabel lain dalam model. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk yang ada dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas diskriminan. Adapun terkait uji reliabilitas, hasil pengujian reliabilitas yang diukur dengan menggunakan nilai Cronbach's alpha menunjukkan bahwa variabel Keamanan, Pengalaman Pengguna, dan Kepuasan Pengguna memperoleh nilai alpha antara 0,60 hingga 0,69, yang mengindikasikan bahwa tingkat reliabilitasnya cukup baik dan dapat diterima. Di sisi lain, variabel Kepercayaan dan Niat Menggunakan memperoleh nilai Cronbach's alpha di bawah 0,60, yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang cukup rendah. Namun, nilai tersebut masih dapat diterima dalam konteks penelitian yang bersifat eksploratif atau dalam pengembangan model awal. Secara keseluruhan, instrumen penelitian ini bisa dianggap memiliki reliabilitas yang cukup untuk digunakan dalam pengujian model penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas

	Alpha	AVE	KP	KN	NP	US	UX
KP	0,852	0,677	0,823				
KN	0,745	0,549	0,522	0,741			
NP	0,809	0,643	0,201	0,502	0,802		
US	0,785	0,578	0,57	0,625	0,411	0,76	
UX	0,891	0,686	0,361	0,487	0,406	0,56	0,828

Berdasarkan hasil tabel 1, dapat dijelaskan bahwa seluruh konstruk penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang disyaratkan dalam analisis SEM-PLS. Nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing konstruk (KP, KN, NP, US, dan UX) berada di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat reliabilitas internal yang baik. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) juga telah melebihi batas minimum 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya secara memadai dan memenuhi validitas konvergen. Selanjutnya, berdasarkan matriks Fornell-Larcker, nilai akar kuadrat AVE pada bagian diagonal untuk setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki keunikan yang lebih tinggi dibandingkan hubungannya dengan konstruk lain, sehingga validitas diskriminan telah terpenuhi.

3.2 Inner Model

Tabel 2. Hasil Analisis Jalur

Hubungan	Coefficient	Standard Deviation	T Statistics	P Values
KN -> NP	-0,118	0,099	1,192	0,162
KN -> US	0,210	0,078	3,878	0,000
KP -> NP	0,315	0,079	5,741	0,000
KP -> US	0,199	0,087	3,299	0,001
NP -> US	0,095	0,076	1,263	0,144
UX -> NP	0,158	0,085	2,697	0,007
UX -> US	0,190	0,068	3,992	0,000

Tabel 2. tersebut menyajikan hasil pengujian hubungan antar konstruk dalam model SEM-PLS pada penelitian penggunaan aplikasi SeaBank, dengan konstruk Keamanan (KN), Kepercayaan (KP), User Experience (UX), Niat Penggunaan (NP), dan User Satisfaction (US). Setiap hubungan diuji berdasarkan nilai koefisien jalur (Original Sample), t-statistic, dan p-value untuk menilai arah serta signifikansi pengaruh antar variabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Keamanan (KN) tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) ($\beta = -0,118$; $p = 0,233$), namun berpengaruh positif dan signifikan terhadap User Satisfaction (US) ($\beta = 0,303$; $p < 0,001$). Kepercayaan (KP) terbukti berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap Niat Penggunaan (NP) ($\beta = 0,453$; $p < 0,001$) maupun User Satisfaction (US) ($\beta = 0,286$; $p = 0,001$). Selanjutnya, Niat Penggunaan (NP) tidak berpengaruh signifikan terhadap User Satisfaction (US) ($\beta = 0,095$; $p = 0,207$). Sementara itu, User Experience (UX) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) ($\beta = 0,228$; $p = 0,007$) dan User Satisfaction (US) ($\beta = 0,273$; $p < 0,001$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H2 dan H7 ditolak sedangkan H1, H3, H4, H5 dan H6 diterima.

3.3 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam mendorong niat penggunaan sekaligus membentuk kepuasan pengguna aplikasi SeaBank. Temuan ini menegaskan bahwa ketika pengguna merasa yakin terhadap kredibilitas, integritas, dan keandalan aplikasi, mereka tidak hanya lebih terdorong untuk menggunakannya, tetapi juga

cenderung merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Dari sisi pengembangan keilmuan, hasil ini memperkuat pandangan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam adopsi layanan keuangan digital. Dalam praktiknya, implikasi ini mengisyaratkan pentingnya bagi SeaBank untuk menjaga konsistensi layanan, meningkatkan transparansi kebijakan, serta memperkuat reputasi institusional guna mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pengguna.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa keamanan belum menjadi faktor penentu utama dalam membentuk niat penggunaan aplikasi SeaBank, namun memiliki kontribusi nyata terhadap tingkat kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan lebih dipandang sebagai prasyarat dasar yang diharapkan sudah melekat pada layanan perbankan digital. Dari perspektif konseptual, keamanan berfungsi sebagai faktor pendukung yang menjaga kenyamanan pengguna setelah penggunaan berlangsung. Secara praktis, hasil ini menekankan bahwa meskipun keamanan tidak secara langsung menarik pengguna baru, kegagalan dalam menjaga keamanan dapat berdampak negatif terhadap kepuasan dan keberlanjutan penggunaan aplikasi.

Pengalaman pengguna terbukti memainkan peran strategis dalam meningkatkan niat penggunaan sekaligus kepuasan pengguna aplikasi SeaBank. Temuan ini menggarisbawahi bahwa desain antarmuka yang intuitif, kemudahan navigasi, serta kelancaran proses transaksi mampu menciptakan kesan positif yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Dari sudut pandang pengembangan sistem informasi, hasil ini menegaskan bahwa kualitas interaksi antara pengguna dan sistem menjadi kunci keberhasilan layanan digital. Oleh karena itu, secara operasional SeaBank perlu terus berinvestasi pada peningkatan usability dan kenyamanan pengguna agar dapat mempertahankan loyalitas dan kepuasan pengguna.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa niat penggunaan tidak secara langsung berkontribusi terhadap kepuasan pengguna aplikasi SeaBank. Temuan ini mengindikasikan bahwa keinginan untuk menggunakan aplikasi belum tentu sejalan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan setelah penggunaan. Kepuasan tampaknya lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas pengalaman aktual dan performa layanan yang diterima pengguna. Implikasi praktis dari hasil ini adalah bahwa SeaBank tidak cukup hanya mendorong niat penggunaan melalui promosi atau kemudahan akses, tetapi juga harus memastikan bahwa layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pengguna agar kepuasan dapat tercapai secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa aspek keamanan dan pengalaman pengguna memberikan dampak positif dan signifikan terhadap niat penggunaan serta kepuasan pengguna aplikasi SeaBank di kalangan mahasiswa di Surabaya. Sementara itu, meskipun kepercayaan tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap niat penggunaan, ia tetap memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Di sisi lain, niat untuk menggunakan aplikasi tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga tingkat kepuasan lebih ditentukan oleh pengalaman dan kualitas layanan yang dialami secara langsung.

Berdasarkan hasil studi, disarankan agar SeaBank terus meningkatkan keamanan aplikasi, terutama dalam hal perlindungan terhadap data serta transaksi pengguna, karena hal ini terbukti memiliki dampak yang signifikan pada niat penggunaan dan kepuasan pengguna. Selanjutnya, perbaikan pengalaman pengguna melalui desain antarmuka yang lebih intuitif, responsif, dan mudah dipahami juga harus menjadi fokus utama untuk meningkatkan minat serta kepuasan pengguna. Selain itu, SeaBank perlu membangun kepercayaan pengguna dengan menyediakan informasi yang jelas, layanan pelanggan yang cepat tanggap, serta memberikan edukasi tentang keamanan digital, karena kepercayaan memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan pengguna. Untuk peneliti di masa depan, disarankan untuk menambahkan variabel lain dan memperluas objek penelitian agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan dan kepuasan pengguna aplikasi perbankan digital.

REFERENCES

- Abdurrahman Albantani. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Masyarakat Untuk Terus Menggunakan Aplikasi Satu Sehat. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(3), 298–311. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i3.428>
- Alex Chandra, Fanni Tanisya, Anggelly, F., Fiona Livianti, & Melisa. (2023). Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Gopay dengan Trust Sebagai Variable Intervening. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 346–352. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1042>
- Dessanti Putri Sekti Ari, L. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Djp Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Modifikasi E Govqual. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 104–111.
- Fandyanto, R., Ayudia F. A. R., Amalia, E. N., Safitri, N. A., Putri, C. G., & Wegi P. D. I. (2025). Bagaimana Peran Fintech Dalam Mengubah Gaya Hidup Finansial Generasi Milenial. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 9(1), 174. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v9i1.6588
- Fazriansyah, Nilam Anggar Sari, M. (2022). *Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Berpengaruh Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan Penggunaan Aktual Pada Aplikasi Pembayaran Digital?*, 14(2), 271–283. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11126>
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompet Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 181–202.
- Islami, R., Hilabi, S. S., & Hananto, A. (2023). Analisis User Experience Aplikasi Traveloka dan Tiket.Com Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. *Remik*, 7(1), 497– 505. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12106>
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i1.757>
- Muhammad Nur Avif, M. Agus Salim, A. F. M. (2022). e-Jurnal Riset Manajemen PRODIMANAJEMEN (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 114. www.fe.unisma.ac.id
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompet Digital LinkAja. *J-MAS: Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Nur, P. I., Abdul, G., & Moh, A. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku PT. Adira Finance Syariah Satellite Balung. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 91–99.
- OJK, O. J. K. (2024). CAPAIAN BULAN INKLUSI KEUANGAN 2024 LEBIHI TARGET. OJK.
- Putra, W. M., & Wusko, A. U. (2025). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pengguna Seabank. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 3801–3816. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2550>
- Ramadhan, R. A. C. L. (2025). R. Audi Cahya Lucky Ramadhan [Review of R. Audi Cahya Lucky Ramadhan]. In Proceeding of Cirebon Annual Interdisciplinary International Conference (CAIIC 2024) (pp. 132– 137). Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Ratnawati, S., & Faris, M. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia dengan Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Perangkat Lunak*, 5(2), 210– 216.
- Nursakinah, R. & Ameliani, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Shopee Paylater dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 1130–1136.
- Sekti, D. P., Ferinda, A., & Putri, N. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi E Filling. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 183–190. <https://profit.ub.ac.id>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.