

**PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BANK DIGITAL SEABANK**
**(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember
Angkatan 2021-2024)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BANK DIGITAL SEABANK**
**(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember
Angkatan 2021-2024)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**
IS'ADIL MUSTAFID
NIM: 214105010039

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BANK DIGITAL SEABANK**
**(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember
Angkatan 2021-2024)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ



Dr. Retna Anggitaningsih, S.E, M.M
NIP. 197404201998032001

**PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BANK DIGITAL SEABANK**
**(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember
Angkatan 2021-2024)**

SKRIPSI

Telah di uji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa
Tanggal : 09 Desember 2025

Tim Pengaji :

Ketua

Sekretaris

Nadia Azalia Putri, M.M.
NIP. 199403042019032019

Abdur Rakhman Wijaya, M.Sc.
NIP. 199510182022031004

Anggota: **UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQO
JEMBER**

1. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
2. Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M. CRMP.

Menyetujui

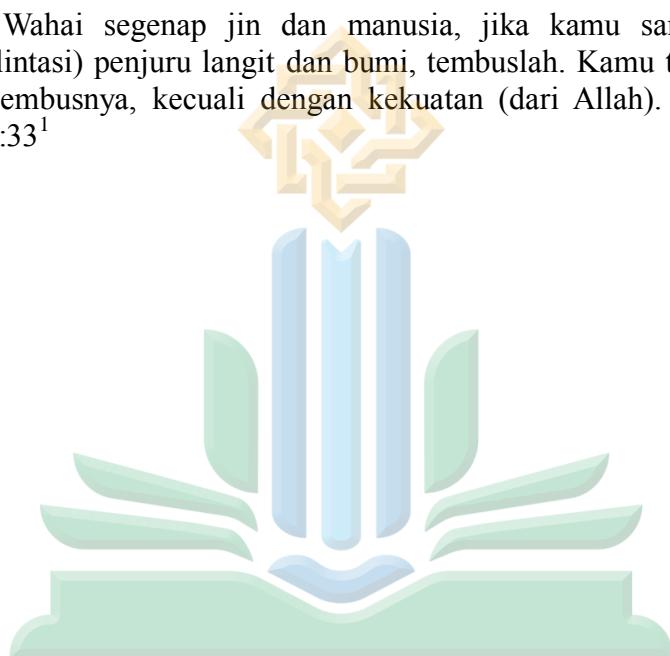


Prof. Dr. H. Abdillah, M.,Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

يَعْشَرَ الْجِنُّ وَالْإِنْسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَفْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ
فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَنٍ

Artinya : Wahai segenap jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, tembuslah. Kamu tidak akan mampu menembusnya, kecuali dengan kekuatan (dari Allah). QS. Ar-Rahmān [55]:33¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ “QS. Ar-Rahman Ayat 33”, Qur'an Kemenag, diakses pada 10 November 2025 melalui <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/55?from=1&to=37>

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya. Berkat izin dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Karya ini penulis dedikasikan kepada orang-orang terkasih yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan inspirasi dalam setiap langkah perjalanan hidup.

1. Untuk Ayahanda Ridwan dan Ibunda Siti Zulaihah tercinta, terima kasih atas kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih telah memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan hingga ke jenjang ini. Setiap langkah dan pencapaian ini tidak akan berarti tanpa dukungan dan doa tulus dari Bapak dan Ibu. Gelar sarjana ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rasa hormat untuk kalian berdua.
2. Untuk keluarga besar dari pihak ayah dan ibu, terima kasih atas doa, semangat, dan dukungan yang selalu menyertai setiap langkah perjuangan. Kalian adalah tempat penulis kembali dan sumber kekuatan untuk terus berjuang.
3. Untuk teman-teman seperjuangan, yang telah menemani dan saling mendukung selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, serta semangat yang kalian berikan. Kehadiran kalian menjadikan perjalanan ini lebih bermakna dan penuh pelajaran berharga.
4. Dan khusus untuk Oktavia Putri Ramadhani, terima kasih atas doa, kesabaran, serta dukungan yang tidak pernah surut. Kehadiranmu menjadi penyemangat dan penguat dalam setiap proses yang penulis jalani.

Semoga segala doa, kasih sayang, dan dukungan dari orang-orang tercinta mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt. Skripsi ini menjadi bentuk kecil dari rasa terima kasih dan cinta yang tulus untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah Swt Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat menyelesaikan program sarjana dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Akses, dan Keamanan Terhadap Minat Gen Z Menggunakan Bank Digital” dengan baik dan lancar.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan dan juga menerima segala bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kemurahan hati kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyadari dan menyampaikan rasa terima kasih dengan penuh hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S. Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Ana Pratiwi, S.E., Ak., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M. E. I, selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan arahan terkait pengajuan judul dan skripsi.
6. Ibu Dr. Retna Anggitaningsih, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, arahan, dan bersedia meluangkan waktu serta tenaganya dalam penyusunan skripsi penulis.
7. Seluruh dosen dan staf khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta wawasannya kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.

8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah berkenan untuk membantu melengkapi data dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang terlibat dan telah berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga segala amal baik dan ilmu yang sudah Bapak/Ibu berikan mendapatkan balasan dan keberkahan dari Allah Swt. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi referensi dan memberi manfaat bagi semua pihak.

Jember, 05 November 2025

Penulis

Is'adil Mustafid
214105010039

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Is'adil Mustafid, Retna Anggitaningsih, 2025 : *Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank.*

Kata Kunci : Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Minat Penggunaan, Bank Digital SeaBank.

Perkembangan sektor industri yang sejalan dengan kemajuan teknologi memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian suatu negara, salah satunya melalui penerapan teknologi digital yang mendorong terwujudnya ekonomi digital. Salah satu bentuk penerapan teknologi digital di bidang keuangan adalah munculnya bank digital, seperti SeaBank, yang menawarkan kemudahan akses dan efisiensi layanan bagi generasi muda.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?, (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?, (3) Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?, (4) Apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Pengaruh inovasi teknologi terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. (2) Pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. (3) Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. (4) Pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden pengguna Bank Digital SeaBank, kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat bantu statistik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive Non – probability sample. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

DAFTAR ISI

	Hal
COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	11
F. Definisi Operasional.....	13
G. Asumsi Penelitian	16
H. Hipotesis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24
A. Penelitian Terdahulu.....	24
B. Kajian Teori.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel	51
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	53
D. Analisis Data.....	55
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	62
A. Gambaran Objek Penelitian.....	62
B. Penyajian Data	65

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	70
D. Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Aplikasi Perbankan Mobile Mandiri	4
Tabel 1.2 Indikator Variabel.....	12
Tabel 1.2 Definisi Operasional.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Tingkat Penilaian dan Jawaban	55
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Program Studi	68
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	68
Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Pengguna SeaBank	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.8 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji T	77
Tabel 4.14 Hasil Uji F	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian	17
Gambar 4.1 Logo SeaBank	62



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak yang positif pada suatu negara, salah satunya dampak positif pada peningkatan perekonomian negara tersebut. Dengan adanya teknologi digital, suatu negara dapat mendorong perekonomiannya ke arah ekonomi digital.¹ Memasuki revolusi industri 4.0, teknologi digital menjadi salah satu modal utama yang dibutuhkan oleh para pelaku industri untuk mengembangkan usaha mereka. Kehadiran industri 4.0 pun menjadi bukti bahwa saat ini perkembangan industri tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi.²

Kemajuan teknologi digital dalam bidang informasi dan telekomunikasi telah mendorong pertumbuhan pasar di seluruh dunia. Selain kemajuan teknologi digital, dunia bisnis juga membangun operasi untuk mengambil keuntungan yang lebih besar dari potensi online dengan cara mengembangkan aplikasi seluler baru yang lebih inovatif.³ Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Inovasi teknologi dalam perbankan telah

¹ Kementerian Komunikasi dan Informasi, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi Dan Sektor Potensial*, 2019

² Lenggang Kurnia Intan Devi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya) *Jurnal Manajemen*, 2019

³ Nahrul Hayat and Sherwin Ary Busman, "Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar) *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 6.1 (2023)

memungkinkan bank untuk menawarkan layanan yang lebih efisien dan mudah diakses oleh nasabah melalui aplikasi perbankan mobile.

Salah satu bank yang aktif mengembangkan layanan perbankan digital yaitu adalah SeaBank. SeaBank merupakan aplikasi perbankan digital yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan secara online. Melalui platform ini, nasabah dapat mengelola tabungan, melakukan transaksi pembayaran, dan mengakses layanan perbankan lainnya tanpa perlu mendatangi kantor cabang secara langsung.⁴

SeaBank memiliki integrasi yang kuat dengan Shopee, terutama dalam mempermudah proses transaksi pembayaran, sehingga menjadi pilihan bagi banyak pengguna yang menginginkan layanan cepat dan efisien. Bank digital ini juga telah memperoleh izin resmi serta berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menjamin legalitas dan keamanan bagi nasabahnya. Dari segi fungsi, SeaBank bekerja layaknya bank konvensional, namun seluruh operasionalnya dilakukan secara digital tanpa keberadaan kantor fisik untuk layanan tatap muka.⁵

Berdasarkan Survei yang dilakukan oleh Ipsos mengungkap tingkat kepuasan konsumen, terutama dari kalangan muda, terhadap kinerja berbagai bank digital di Indonesia. Melalui studi berjudul “Perilaku dan Kepuasan Konsumen terhadap Bank Digital di Indonesia”, Ipsos menemukan bahwa

⁴ “Apa itu SeaBank? Simak fitur, legalitas, dan keuntungan penggunanya.” ANTARA News. 30 Juni 2025. <https://www.antaranews.com/berita/4934205/apa-itu-seabank-simak-fitur-legalitas-dan-keuntungan-penggunanya>

⁵ “Apa itu SeaBank? Simak Fitur, Legalitas, dan Keuntungan Penggunanya.” ANTARA News.

masyarakat memiliki pandangan positif terhadap produk perbankan digital, terutama dalam aspek keamanan dan keandalan layanan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya persepsi publik yang konsisten mengenai reputasi baik dan kualitas pelayanan bank digital. Mayoritas pengguna aktif berasal dari generasi Z dan Milenial berusia 18–44 tahun, yang lebih mengutamakan aplikasi perbankan dengan fitur cepat, mudah digunakan, serta terhubung dengan berbagai layanan digital lain dalam keseharian mereka.⁶

Berdasarkan data perkembangan SeaBank, terlihat adanya peningkatan signifikan pada jumlah nasabah selama periode akhir tahun 2024. Pada Oktober 2024, jumlah nasabah tercatat sebanyak 15 juta dan meningkat menjadi 17 juta pada Desember 2024. Pertumbuhan tersebut juga diiringi dengan peningkatan aktivitas transaksi, di mana rata-rata transaksi harian per 31 Desember 2024 mencapai 4,7 juta dengan nilai perputaran dana sekitar Rp3 triliun setiap harinya. Kenaikan ini mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat yang semakin tinggi terhadap SeaBank serta menunjukkan bahwa layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi para nasabahnya.⁷

Berdasarkan survei yang telah dilakukan peneliti kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2021 – 2024 guna mengetahui jumlah pengguna bank digital SeaBank, didapatkan hasil sebagai berikut :

⁶ Mahardhika, L. A. "Survei Ipsos: Seabank, Jago, dan Bank Neo jadi bank digital favorit Gen-Z dan Milenial." Bisnis.com. 16 Maret 2025. <https://finansial.bisnis.com/read/20250316/90/1861707/survei-ipsos-seabank-jago-dan-bank-neo-jadi-bank-digital-favorit-gen-z-dan-milenial>

⁷ Ibrahim, M. "Laba SeaBank tumbuh 57 persen jadi Rp378 miliar di 2024." Infobanknews. 25 maret 2025. <https://infobanknews.com/laba-seabank-tumbuh-57-persen-jadi-rp378-miliar-di-2024>

Tabel 1.1
Mahasiswa FEBI pengguna SeaBank

Program Studi	Tahun Angkatan				Jumlah Mahasiswa
	2021	2022	2023	2024	
Perbankan Syariah	12	21	19	9	61
Ekonomi Syariah	8	9	9	1	27
Akuntansi Syariah	1	2	2	3	8
MAZAWA	3	0	0	1	4
Jumlah					100

Sumber : hasil survei, 2025.

Berdasarkan tabel hasil survei mahasiswa yang menggunakan SeaBank, diketahui bahwa total terdapat 100 mahasiswa dari empat program studi. Program Studi Perbankan Syariah menjadi pengguna terbanyak dengan 61 mahasiswa, disusul Ekonomi Syariah sebanyak 27 mahasiswa, Akuntansi Syariah sebanyak 8 mahasiswa, dan MAZAWA sebanyak 4 mahasiswa. Secara umum, hasil survei ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan SeaBank lebih tinggi pada program studi dengan jumlah mahasiswa yang lebih besar, khususnya pada Perbankan Syariah, yang cenderung lebih terbuka terhadap layanan perbankan digital dibandingkan program studi lainnya.

Inovasi teknologi dalam aplikasi perbankan mobile mencakup fitur-fitur canggih yang memudahkan transaksi, meningkatkan keamanan, dan memberikan user experience yang baik. Namun, meskipun teknologi yang digunakan sangat canggih, keberhasilan aplikasi ini sangat bergantung pada persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti kecepatan, akurasi, kemudahan penggunaan, serta dukungan pelanggan yang memadai. Kepercayaan nasabah juga merupakan faktor krusial dalam adopsi teknologi baru, terutama dalam konteks perbankan yang sangat sensitif terhadap isu keamanan dan privasi.

Kepercayaan dibangun melalui pengalaman positif sebelumnya, reputasi bank, dan persepsi terhadap keamanan data pribadi serta transaksi finansial.⁸

Lembaga keuangan dan perbankan dapat menggunakan kemajuan teknologi baru untuk meningkatkan standar layanan yang mereka berikan kepada klien mereka. *Mobile Banking* merupakan salah satu layanan teknologi yang digunakan bank yang mana mempermudah dan meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan jaringan nirkabel terkini yang disediakan bank pada smartphone.⁹

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana pengertian digital *banking* merupakan pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah dengan memperhatikan berbagai aspek pengamanan.¹⁰

Kualitas layanan merupakan tingkat kepuasan pengguna dan kepuasan pengguna itu didapatkan dari layanan yang diterima oleh pengguna dengan jenis pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pengguna. Kepuasan pengguna yaitu rasa puas terhadap kinerja dari pengguna mengenai layanan dan produk

⁸ Yeni Anda Dwinurpitasisari,” Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* (2019)

⁹ Skinner, C, “Digital Banking Strategies To Launch Or Become A Digital Bank”. Marshall Cavendish Internasional Asia, Pte Ltd, 21 (2024)

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, “POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum “OJK RI, no 1 (2018) 1-55

yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pengguna dan kualitas layanan dilihat dari tingkat perbedaan antara harapan pelanggan dengan layanan dan kinerja dari suatu objek.

Penelitian yang dilakukan oleh Jihan Faizah Adilah (2024) yang berjudul “Pengaruh Risiko Keamanan, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile” (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Wilayah Jabodetabek) menemukan bahwa variabel risiko keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile. Sedangkan, variabel kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile.¹¹ Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Setiawan (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid- 19 Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)” dengan hasil variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama- sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* di tengah pandemi covid- 19 pada bank syariah dengan studi kasus BSI KCP

¹¹ Jihan Faiza Adilah, “Pengaruh Risiko Keamanan, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile” (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Wilayah Jabodetabek) Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024

Demak hal tersebut terbukti bahwa dari hasil uji $F = 11,389 > 2,70$ dengan nilai signifikansinya 0,000.¹²

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Susila Andriyati, Nurul Hidayah, dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI *Mobile Banking*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan hasil uji-t berpengaruh negatif dan uji-f berpengaruh positif. Dan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtisar (2021) yang berjudul Pengaruh Efisiensi, Keamanan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh) yang menunjukkan bahwa variabel efisiensi dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani Ruslan, Farid Madjojo, Nikita Astria (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo” yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, persepsi kemudahan, dan pengetahuan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Brimo.

¹² Ade Setiawan, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid- 19 Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demak)” Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2022

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka peneliti mencoba untuk mengulasnya dalam bentuk tulisan berupa proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BANK DIGITAL SEABANK (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember Angkatan 2021-2024”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti akan menjabarkan permasalahan- permasalahan yang perlu dikaji sebagai berikut:

1. Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?
4. Apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi teknologi terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.

3. Untuk mengetahui kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi Digital SeaBank.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian merupakan kontribusi atau dampak positif suatu penelitian dalam ranah keilmuan, masyarakat secara umum, atau kelompok tertentu. Fungsi dari manfaat penelitian adalah untuk memberikan jawaban atau memecahkan masalah yang terjadi selama penelitian, serta meningkatkan pemahaman pembaca.¹³

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini akan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan digital, inovasi teknologi, dan perilaku konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian- penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan adopsi teknologi dalam sektor perbankan.

¹³ Elia Ardyan, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023) hlm. 17

b. Literatur Ilmiah

Hasil penelitian ini akan memperkaya literatur ilmiah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi perbankan digital, sehingga dapat menjadi acuan bagi akademik dalam mengembangkan teori dan model penelitian di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi SeaBank

Penelitian ini akan memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi perbankan *mobile*. Bank mandiri dapat menggunakan temuan ini untuk mengembangkan strategi yang telah lebih efektif dalam meningkatkan adopsi aplikasi perbankan mobile.

b. Bagi Industri Perbankan

Penelitian ini dapat digunakan oleh bank-bank lain sebagai acuan dalam mengevaluasi dan meningkatkan layanan perbankan *mobile* mereka. Bank lain dapat belajar dari strategi dan inovasi yang dilakukan oleh SeaBank

c. Bagi Masyarakat dan Nasabah

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya inovasi teknologi dan kualitas layanan dalam aplikasi perbankan *mobile*, serta membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala hal yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.¹⁴ Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas X (independen) dan variabel terikat Y (dependen) dengan uraian sebagai berikut:

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel Independen disebut juga sebagai variabel bebas.

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen (terikat). Dengan kata lain variabel independen merupakan variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen (Y).¹⁵

Pada penelitian ini variabel bebas sebagai berikut:

1) Inovasi Teknologi (X₁)

2) Kualitas Layanan (X₂)

3) Kepercayaan (X₃)

b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat

¹⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta), 2019

¹⁵ Dr. Elvera dan Yesita Astarina, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021), 43

karena adanya variabel bebas.¹⁶ Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah:

Minat Penggunaan (Y)

2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator- indikator variabel yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti.¹⁷

Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Indikator Variabel

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Digital SeaBank.	Inovasi Teknologi (X ₁)	a. Pengembangan b. Perbaikan c. Tingkat Adopsi Teknologi d. Tingkat Keberhasilan
	Kualitas Layanan (X ₂)	a. Responsif b. Tingkat kepuasan pelanggan c. Keandalan d. Empati
	Kepercayaan (X ₃)	a. Integritas perusahaan b. Kepercayaan c. Konsistensi d. Loyalitas
	Minat Penggunaan (Y)	a. Kesesuaian b. Manfaat c. Ketertarikan d. Keinginan

Sumber: Diolah Peneliti, 2025.

¹⁶ Sugiyono, hal 39

¹⁷ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Press, 2021), 81

F. Definisi Operasional

Definisi operasional, adalah definisi yang menjadikan variabel variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel- variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.¹⁸ Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kerancuan maupun kesalahpahaman dalam memahami makna istilah yang ada di bawah ini:

1. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi merupakan proses atau hasil dari pengembangan ide, produk, atau metode baru yang memberikan nilai tambah dalam berbagai bidang seperti perbankan, komunikasi, kesehatan, transportasi dan lain sebagainya. Inovasi teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan juga merambat ke dunia finansial. Dalam hal ini industri perbankan merupakan salah satu industri jasa yang sedang berkembang dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.¹⁹

2. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kemudian kualitas layanan juga bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang

¹⁸ Nikmatur Ridha, 2017 “Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian” Jurnal Hikmah Volume 14, No 1 Januari, hlm 63

¹⁹ Annisa Indah Mutiasari, “Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 0, No.2 Agustus 2020

diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.²⁰ Dan menurut Kasmir kualitas layanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

3. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan hasil evaluasi positif terhadap perilaku. Apabila individu memiliki hasil evaluasi positif maka akan menimbulkan niat dan kemudian akan timbulah perilaku, namun sebaliknya apabila hasil evaluasi negatif maka tidak akan menimbulkan niat dan perilaku.

Menurut salah satu para ahli yaitu Sigh dan Srivastava menjelaskan bahwa kepercayaan dalam *mobile banking* merupakan sebuah keyakinan yang membuat individu menjadi sukarela menjadi rentan terhadap bank, dan teknologi ponsel yang ada.²¹

4. Minat Penggunaan

Minat merupakan kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* yaitu keinginan seseorang

²⁰ Alvaris Edward Pandesia, dkk “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado” Jurnal Emba Vol. 5 No. 2 Juni 2017

²¹ Yuni Nustini, dkk “Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking” Yogyakarta: Ekonia, 2020

menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.²²

Adapun maksud dari Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Perbankan Mobile (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Situbondo) yaitu menilai bagaimana fitur- fitur baru dan kemajuan teknologi dalam aplikasi *mobile banking* memengaruhi persepsi dan minat nasabah untuk menggunakannya, kemudian mengukur sejauh mana layanan yang diberikan melalui aplikasi seperti kecepatan dan kemudahan akses. Jadi tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*, sehingga bank dapat meningkatkan strategi mereka untuk mendorong adopsi teknologi tersebut.

Tabel 1.3
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Skala
Inovasi Teknologi (X ₁)	Inovasi teknologi adalah proses atau hasil dari pengembangan ide, produk, atau metode baru yang memberikan nilai tambah dalam berbagai bidang seperti komunikasi, kesehatan transportasi dan lain sebagainya.	Likert
Kualitas Layanan (X ₂)	Kualitas layanan adalah seberapa baik suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, termasuk keandalan, responsifitas, kecepatan, dan kemudahan penggunaan.	Likert

²² Mario Ledesman “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking” Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2020

Kepercayaan (X ₃)	Kepercayaan adalah keyakinan yang kuat terhadap kebenaran, keandalan, atau integritas seseorang atau sesuatu dan sering kali menjadi dasar dari hubungan dan interaksi manusia.	Likert
Minat Penggunaan (Y)	Minat penggunaan adalah tingkat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan atau mengadopsi suatu produk, layanan, atau teknologi baru berdasarkan faktor-faktor seperti manfaat yang dirasakan, dan kemudahan penggunaan.	Likert

Sumber : diolah peneliti, 2025

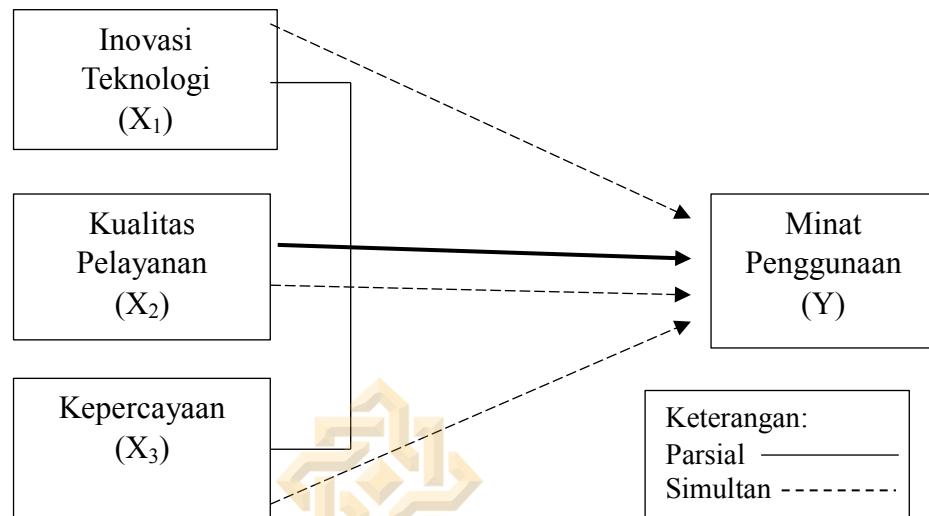
G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar yakni sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data²³. Asumsi ini mengatakan bahwa yang mempengaruhi independen adalah inovasi teknologi, kualitas pelayanan dan kepercayaan sementara variabel yang dipengaruhi dependen adalah minat penggunaan aplikasi perbankan mobile.

Untuk memudahkan penelitian dan menyamakan persepsi antara peneliti dan pembaca terhadap alur pemikiran, maka peneliti merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:

J E M B E R

²³ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Press, 2021), 82



Gambar 1.1
Kerangka Penelitian

Penelitian ini berasumsi bahwa inovasi teknologi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan merupakan variabel independen yang berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi perbankan mobile sebagai variabel dependen. Asumsi tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa inovasi teknologi meningkatkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan, kemudahan akses, serta keandalan fitur berkontribusi pada pengalaman pengguna yang positif, dan kepercayaan terhadap keamanan data serta jaminan transaksi menjadi faktor utama yang mendorong minat serta loyalitas pengguna. Dengan demikian, kerangka penelitian ini memiliki dasar teoritis yang kuat dan relevan dengan perkembangan teknologi perbankan digital masa kini.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu asumsi, anggapan, atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau tidak ditolak secara empiris. Jadi hipotesis adalah

suatu yang masih kurang dari sebuah kesimpulan pendapat akan tetapi kesimpulan itu belum final dan masih harus di uji kebenarannya.²⁴

Hipotesis kerja atau disebut dengan hipotesis alternatif disingkat (Ha) yaitu hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y atau adanya perbedaan antara dua kelompok dan hipotesis nol disingkat (Ho) yakni yang menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel, atau tidak adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis ini sering juga disebut hipotesis statistic, karena biasanya dipakai dalam penelitian yang bersifat statistik yaitu dihitung dari perhitungan statistik.²⁵

Adapun hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh inovasi teknologi terhadap minat penggunaan Bank Digital

SeaBank

Menurut Davis tahun 1989 *Technology Acceptance Model* (TAM),

inovasi teknologi memengaruhi minat penggunaan bank digital secara tidak langsung melalui persepsi kemudahan dan kegunaan. Inovasi teknologi yang mampu menyederhanakan proses, meningkatkan efisiensi, dan memberikan manfaat nyata akan meningkatkan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, yang pada akhirnya mendorong minat pengguna untuk menggunakan bank digital yang mana meningkatkan kemudahan penggunaan dan memberikan manfaat nyata

²⁴ Dian Kusuma Wardani, *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, dan Asosiatif)* Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah (2020)

²⁵ Arikunto, Prosedur Penelitian (Jakarta: Rineka Cipta Grafindo Persada, 2006), 112- 113

bagi pengguna akan meningkatkan minat penggunaan layanan bank digital.²⁶

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Jerry Anggun Meliana dan Stevanus Gatot Supriyadi yang berjudul “Pengaruh Inovasi Teknologi Digital Terhadap Minat Gen Z Menggunakan Bank Digital di Indonesia” memperoleh hasil bahwa temuan ini berdasarkan hasil uji t, variabel inovasi teknologi digital (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 0,673 dengan nilai signifikansi 0,503 ($p > 0,05$), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat Gen Z menggunakan bank digital²⁷. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Diduga inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), kualitas layanan memengaruhi minat penggunaan Bank Digital SeaBank secara tidak langsung melalui *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

Kualitas layanan yang baik meningkatkan persepsi kemudahan dan

²⁶ Venkatesh, V., & Davis, F. D, “A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies” *Management Science*, Vol 46 No.(2), 186–204. (2000)

²⁷ Jerry Anggun Meliana dan Stevanus Gatot Supriyadi, “Pengaruh Inovasi Teknologi Digital Terhadap Minat Gen Z Menggunakan Bank Digital di Indonesia” *Jurnal Jebizko Biznesa Economica Economic And Bussines Journal*, Vol 1 No. 2 (2025)

manfaat penggunaan aplikasi SeaBank, sehingga mendorong pengguna untuk memiliki minat menggunakan layanan bank digital tersebut.²⁸

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tito Dwi Saputro dan Wuryaningsih Dwi Lestari yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Digital Sea Bank” memperoleh hasil bahwa temuan penelitian ini bahwa variabel kualitas layanan yang dinilai melalui lima item kuesioner ditentukan valid (akurat) dan dapat diandalkan (konsisten) setelah evaluasi validitas dan reliabilitas yang komprehensif. Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa koefisien regresi untuk variabel fitur layanan (X_2) positif, khususnya 0,126. Koefisien positif ini menandakan bahwa ada efek searah antara variabel fitur layanan dan minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank.²⁹ Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel kualitas layanan dan minat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank. Artinya, setiap peningkatan kualitas atau kelengkapan fitur layanan akan diikuti oleh peningkatan minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital SeaBank. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan SeaBank, seperti kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan

²⁸ Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P., “actors influencing adoption of mobile banking: An analysis using TAM.” *Journal of Enterprise Information Management*, Vol 30 No (3), 363–389 (2017)

²⁹ Muhammad Tito Dwi Saputro dan Wuryaningsih Dwi Lestari, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Digital Sea Bank” *Jurnal Lentera Bisnis* Vol.4 No.3 (September 2025)

keandalan sistem, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan digital SeaBank. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis sebagai berikut:

H_2 : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas SeaBank mendorong niat pengguna untuk menggunakan layanan bank digital tersebut, serta memperkuat pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan. Kemudian Pengguna akan berminat menggunakan teknologi bukan hanya karena mudah dan bermanfaat, tetapi juga karena percaya bahwa teknologi tersebut aman, andal, dan kredibel.³⁰

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ervia Oktaviani Suryana dan R. Elly Mirati yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan SeaBank (Studi Kasus: Pengguna Shopee)” memperoleh hasil bahwa temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan SeaBank, sehingga H_1 diterima. Pernyataan terkait kepercayaan memperoleh capaian rata-rata di atas 80%, menunjukkan bahwa responden meyakini

³⁰ Destika Fitriani Putri, “ANALISIS FAKTOR PERSEPSI KEGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN FEATURES TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SEABANK DI KOTA PEMALANG” (Skripsi UIN Prof. KH Saifudin Zuhri Purwokerto) 2024

kemampuan, integritas, dan kredibilitas SeaBank sebagai bagian dari ekosistem Shopee. Meskipun sebagian responden pernah mendengar informasi negatif tentang SeaBank atau Shopee, mereka tetap menilai SeaBank sebagai bank digital yang dapat dipercaya, selama belum mengalami dampak langsung. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis sebagai berikut:

H₃: Diduga kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.

4. Pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank.

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas, minat penggunaan Bank Digital SeaBank dipengaruhi oleh inovasi teknologi dan kualitas layanan melalui *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, serta diperkuat oleh kepercayaan pengguna.

Inovasi teknologi dan kualitas layanan berperan sebagai faktor awal yang membentuk persepsi kemudahan dan kegunaan, sementara kepercayaan menjadi faktor kunci yang mendorong pengguna untuk berminat menggunakan layanan bank digital SeaBank.³¹

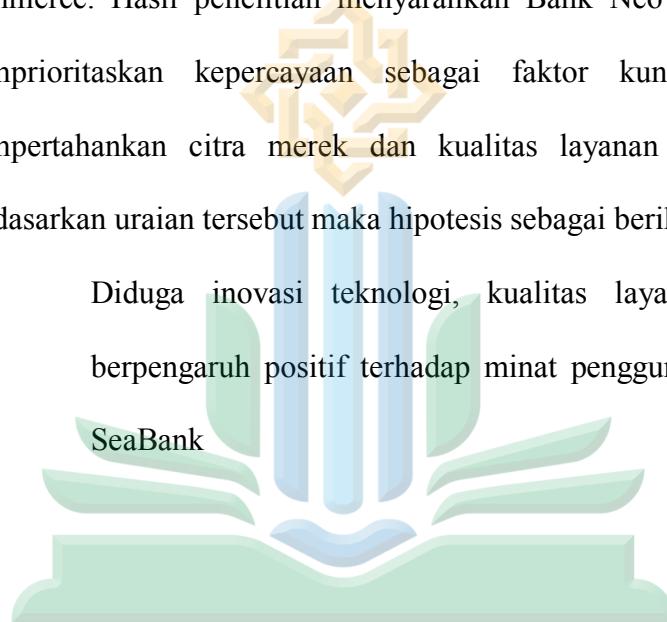
Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Sri Anisa Wulandari yang berjudul “Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan

³¹ Teresia Perpetua Kota dan Sri Yani Kusumastuti, “ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)” Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 10 No. 3 276-288 (September 2022)

Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Bank Neo Commerce : Studi Kasus pada Generasi Z di Wilayah Jabodetabek” memperoleh hasil bahwa temuan ini menunjukkan bahwa ketika dianalisis secara simultan , ketiga variabel inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan secara bersama - sama berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank Neo Commerce. Hasil penelitian menyarankan Bank Neo Commerce untuk memprioritaskan kepercayaan sebagai faktor kunci, sambil tetap mempertahankan citra merek dan kualitas layanan secara terpadu.³²

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis sebagai berikut:

H₄: Diduga inovasi teknologi, kualitas layanan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Bank Digital



³² Sri Anisa Wulandari, “Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Bank Neo Commerce : Studi Kasus pada Generasi Z di Wilayah Jabodetabek” (Skripsi Politeknik Negeri Jakarta) 2025

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang berfungsi sebagai bentuk perbandingan dari penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yang sudah pernah ada. Referensi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dari jurnal, skripsi, dan artikel laporan ilmiah penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jurnal yang ditulis oleh Nahrul Hayat Hibatullah dan Sherwin Ary Busman dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT. Bank Mandiri KCP Sumbawa Besar)”³⁴

Penelitian ini mempunyai 4 variabel yaitu Kemudahan (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Fitur Produk (X_3), dan Kepuasan Penggunaan (Y). Dan hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan kemudian fitur produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna kepuasan.

³⁴ Nahrul Hayat Hibatullah dan Sherwin, “Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT. Bank Mandiri KCP Sumbawa Besar)” *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis* Vol, 5 No. 1 Juni 2022

2. Jurnal yang ditulis oleh Achmad Fandi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya”³⁵

Penelitian ini mempunyai 2 variabel yaitu kualitas layanan (X) dan minat penggunaan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya dengan uji T sebesar 6,167.

3. Jurnal yang ditulis oleh I Gusti Agung Ayu Mas Sauriedewi dan Ni Wayan Sri Surapti yang berjudul “*Effent of Mobile Service Quality to E- Trust to Develop Esatisfaction and E- Loyalty Mobile Banking Services*”³⁶

Penelitian ini menjelaskan pengaruh layanan seluler, kualitas pada *e- trust, e- satisfaction, dan e-loyalty mobile banking* (m-banking) pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan seluler mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *e- trust*. *E- trust* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *e- satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan dan signifikan *e- loyalty* dan *e- trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e- loyalty*.

4. Skripsi yang ditulis oleh Nahdiyah Awaliyah dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

³⁵ Achmad Fandi, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya” Jurnal Ekonomi Islam Vol.2 No. 3 2019

³⁶ I Gusti Agung Ayu Mas Sauriedewi dan Ni Wayan Sri Surapti, “*Effent of Mobile Service Quality to E- Trust to Develop Esatisfaction and E- Loyalty Mobile Banking Services*” *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* Vol,7 No. 1, January 2020 <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.836>

Ulang Nasabah Bank Syariah Indonesia Pengguna Aplikasi BSI *Mobile* di DK Jakarta”³⁷

Penelitian ini mempunyai 4 variabel yaitu Kepercayaan (X_1), Kepuasan (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan Minat Beli Ulang (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna aplikasi BSI *mobile* di DKI Jakarta.

5. Skripsi yang ditulis oleh Mira Dira Darmah yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh”³⁸

Penelitian ini mempunyai 5 variabel yaitu Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), Persepsi Risiko (X_3), Kualitas Layanan (X_4), dan Minat Menggunakan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

³⁷ Nahdiyah Awaliyah, “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Nasabah Bank Syariah Indonesia Pengguna Aplikasi BSI *Mobile* di DK Jakarta” Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2021

³⁸ Mira Dira Darmah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh” Skripsi Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, 2022

6. Jurnal yang ditulis oleh Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitaningsih dengan judul “Pengaruh *Service Quality* Dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sume Kar Kabupaten Sumenep”.³⁹

Penelitian ini mempunyai 3 variabel diantaranya *Service Quality* (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Loyalitas (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* dan kualitas produk tabungan haji mempunyai pengaruh F hitung sebesar 20,805, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

7. Jurnal yang ditulis oleh Hersa Farida Qoriani, Muhammad Khanifan Abdillah, dkk dengan judul “Analisis Implementasi Aplikasi BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di BSI KCP Jember Balung”⁴⁰

Hasil penelitian ini bahwa BSI Mobile merupakan super *application* yang dimiliki oleh BSI karena tidak hanya memiliki fitur transaksi tetapi juga menyediakan fitur syariah yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan BSI Mobile, nasabah dapat bertransaksi secara mandiri melalui BSI Mobile tanpa harus datang ke cabang bank atau ATM. Selain itu, keberadaan BSI Mobile mengurangi

³⁹ Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitaningsih, “Pengaruh *Service Quality* Dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sume Kar Kabupaten Sumenep” Journal of Economic Sharia Law and Bussines Studies, Vol. 3 No.1, Desember 2023

⁴⁰ Hersa Farida Qoriani, Muhammad Khanifan Abdillah, dkk, “Analisis Implementasi Aplikasi BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di BSI KCP Jember Balung” *Jurnal Multidisiplin* Vol.2 No. 3 Maret 2024 <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi>

antrian nasabah *banking hall*, meningkatkan jumlah transaksi melalui e-channel BSI dan menjadikan kualitas layanan efektifitas dan efisien.

8. Jurnal yang ditulis oleh Anang Asari, Misbahul Munir, Khamdan Rifa'i yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi”⁴¹

Penelitian ini mempunyai 4 variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan Nasabah (X_2), Citra Perusahaan (X_3), Loyalitas nasabah (Y). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada UGT BMT Sidogiri Cabang Glenmore. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah adalah diterima.

9. Jurnal yang ditulis oleh Nikmatul Masruroh, Ilfany Dwi Azalia, Miftahul Jannah, Julia Citra Anggraini yang berjudul “Literasi Sistem Transformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah”⁴²

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengabdian ini menghasilkan pemahaman nasabah yang komprehensif tentang pengguna

⁴¹ Anang Asari, Misbahul Munir, Khamdan Rifa'I, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi” Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance Vol X, No. X Desember 2022, 26- 37

⁴² Nikmatul Masruroh, Ilfany Dwi Azalia, Miftahul Jannah, Julia Citra Anggraini, “Literasi Sistem Transformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah” Jurnal Jamas Vol. 2 No. 1, Februari 2024

aplikasi Brimo serta pentingnya aplikasi Brimen. Selain itu juga, pengabdian ini juga membantu entry data ke dalam Brimen sehingga data menjadi utuh dan tidak tercerai berai. Transformasi digital yang dilakukan BRI, khususnya BRI Dukuh Dempok memberikan manfaat pada optimalisasi pelayanan bagi nasabah. Keberadaan aplikasi yang didasarkan pada transformasi digital mampu memberikan kemudahan terutama pada layanan nasabah.

10. Jurnal yang ditulis oleh Nadia Azalia Putri, Dwi Sofiyatul Widad, dkk dengan judul “Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember”⁴³

Hasil penelitian ini bahwa pelayanan bisa di artikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani. Dengan demikian *excellent service* adalah kedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada BPR Nusamba Rambipuji yang bermuara terhadap terbangunnya ikatan emosional antara BPR Nusamba Rambipuji dengan anggota.

⁴³ Nadia Azalia Putri, Dwi Sofiyatul Widad, “Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember” Jurnal Of Indonesian Social Society Volume 1 Nomor 2 Juni 2023 <https://doi.org/10.59435/jiss.vl1i2.67>

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nahrul Hayat Hibatullah dan Sherwin Ary Busman, Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT. Bank Mandiri KCP Sumbawa Besar), 2022	Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan kemudian fitur produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna kepuasan.	1. Menggunakan variabel kualitas pelayanan	1. Variabel Y berbeda yaitu kepuasan penggunaan mobile banking 2. Tidak ada variabel inovasi teknologi dan kepercayaan
2.	Achmad Fandi, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya, 2019	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya dengan uji T sebesar 6,167.	1. Menggunakan variabel kualitas layanan dan minat nasabah	1. Objek berbeda yaitu di PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya 2. Menggunakan satu variabel X dan satu variabel Y
3.	I Gusti Agung Ayu Mas Sauriedewi dan Ni Wayan Sri Surapti <i>Effent of Mobile Service Quality to E- Trust to Develop Esatisfaction and E- Loyalty Mobile Banking Services</i> , 2020	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan seluler mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>e-trust</i> . <i>E-trust</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>e-satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan dan signifikan <i>e-loyalty</i> dan <i>e-trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>e-loyalty</i> .	1. Menggunakan variabel kualitas layanan	1. Variabel Y berbeda yaitu <i>e-loyalty</i> ponsel perbankan 2. Menggunakan 2 variabel X dan satu variabel Y

4.	Nahdiyah Awaliyah Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Nasabah Bank Syariah Indonesia Pengguna Aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta, 2021	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna aplikasi BSI mobile di DKI Jakarta.	1. Menggunakan variabel kepercayaan, kualitas layanan, dan minat	1. Objek berbeda yaitu nasabah bank syariah Indonesia pengguna aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta. 2. Tidak ada variabel inovasi teknologi
5.	Mira Dira Darmah, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh, 2022	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> , sedangkan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .	1. Menggunakan variabel kualitas layanan dan minat menggunakan	1. Objek berbeda yaitu BRI Syariah KC Banda Aceh 2. Menggunakan 4 variabel X dan satu variabel Y
6.	Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitaningsih Pengaruh <i>Service Quality</i> Dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Kabupaten Sumenep, 2023	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>service quality</i> dan kualitas produk tabungan haji mempunyai pengaruh F hitung sebesar 20,805, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.	1. Menggunakan variabel kualitas pelayanan	1. Tidak ada variabel inovasi teknologi, kepercayaan, dan minat menggunakan 2. Objek berbeda yaitu di nasabah PT. BPRS Sumekar Kabupaten Sumenep
7.	Hersa Farida Qoriani, Muhammad	Hasil penelitian ini bahwa BSI Mobile merupakan super	1. Menggunakan variabel kualitas	1. Penelitian ini menggunakan metode

	Khanifan Abdillah, dkk, Analisis Implementasi Aplikasi BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di BSI KCP Jember Balung, 2024	<i>application</i> yang dimiliki oleh BSI karena tidak hanya memiliki fitur transaksi tetapi juga menyediakan fitur syariah yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan BSI <i>Mobile</i> , nasabah dapat bertransaksi secara mandiri melalui BSI Mobile tanpa harus datang ke cabang bank atau ATM. Selain itu, keberadaan BSI Mobile mengurangi antrian nasabah <i>banking hall</i> , meningkatkan jumlah transaksi melalui e-channel BSI dan menjadikan kualitas layanan efektifitas dan efisiensi.	pelayanan	kualitatif
8.	Anang Asari, Misbahul Munir, Khamdan Rifa'i Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi, 2022	Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan, secara bersama- sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada UGT BMT Sidogiri Cabang Glenmore. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan, secara bersama- sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah adalah diterima.	1. Menggunakan variabel kualitas layanan	1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap loyalitas nasabah. 2. Objek berbeda yaitu di nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi
9.	Nikmatul Masruroh, Ilfany	Pengabdian ini menghasilkan	1. Penelitian ini sama- sama	1. Penelitian ini menggunakan

	Dwi Azalia, Miftahul Jannah, Julia Citra Anggraini Literasi Sistem Transformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah, 2024	pemahaman nasabah yang komprehensif tentang penggunaan aplikasi Brimo serta pentingnya aplikasi Brimen. Transformasi digital yang dilakukan BRI, khususnya BRI Dukuh Dempok memberikan manfaat pada optimalisasi pelayanan bagi nasabah. Keberadaan aplikasi yang didasarkan pada transformasi digital mampu memberikan kemudahan terutama pada layanan nasabah.	meneliti tentang optimalisasi atau kualitas layanan nasabah.	metode kualitatif.
10.	Nadia Azalia Putri, Dwi Sofiyatul Widad, dkk dengan judul “Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember, 2024	Hasil penelitian ini bahwa Dengan demikian <i>excellent service</i> adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada BPR Nusamba Rambipuji yang bermuara terhadap terbangunnya ikatan emosional antara BPR Nusamba Rambipuji dengan anggota.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan variabel kualitas layanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap kepuasan nasabah BPR Nusamba Rambipuji Jember 2. Menggunakan 2 variabel X dan satu variabel Y

Sumber: Data diolah (penulis)

B. Kajian Teori

1. *Theory of Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu kerangka teoritis yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menerima serta menggunakan teknologi. Model ini pertama kali dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1986 melalui disertasinya yang berjudul “*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems.*” TAM dirancang untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi baru, khususnya dalam konteks sistem informasi manajemen maupun perangkat lunak.⁴⁴

Model ini menitikberatkan pada dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Kedua faktor tersebut diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang dalam menerima atau menolak suatu teknologi. Seiring dengan perkembangan teknologi, TAM kemudian mengalami penyempurnaan dan penerapannya meluas ke berbagai bidang, seperti sistem e-commerce, aplikasi digital, serta inovasi teknologi modern lainnya.⁴⁵

Selain dua variabel pokok tersebut, beberapa pengembangan TAM juga memasukkan variabel tambahan seperti *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), *social influence*

⁴⁴ Wicaksono, S.R., Teori Dasar Technology Acceptance Model (Malang : CV. Seribu Bintang, 2022), 4, <https://zenodo.org/record/7754254>

⁴⁵ Wicaksono

(pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi pendukung).

Keseluruhan faktor ini dianggap berperan dalam membentuk niat perilaku (*behavioral intention*) seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tertentu.⁴⁶

2. Pengertian Inovasi Teknologi

Inovasi Teknologi dalam perbankan, menurut Dhewanto dalam (Parinda 2023) menyatakan biasanya inovasi berkaitan dengan kata memperbaharui, mengubah, serta proses pembuatan produk maupun melakukan sesuatu pekerjaan menjadi lebih efektif. Dalam dunia bisnis inovasi berkaitan dengan pengembangan ide- ide baru, meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, serta menciptakan suatu produk yang semakin dinamis. Inovasi yang dimaksud termasuk inovasi produk, inovasi layanan, dan inovasi sebuah proses. Inovasi produk adalah pengembangan suatu produk dengan teknik yang baru. Inovasi proses adalah kegiatan produksi dengan cara yang lebih efektif, yang bertujuan agar biaya produksi lebih efisien. Sedangkan inovasi jasa merupakan ide- ide baru dari pelayanan yang sudah dada yang dilakukan perusahaan guna untuk meningkatkan kinerja karyawan agar lebih cepat dan efisien.⁴⁷

Pengembangan produk dan layanan perbankan syariah merupakan suatu kewajiban bagi setiap perbankan karena untuk terus mempertahankan eksistensinya pada masyarakat. Semakin inovatif atau

⁴⁶ Wicaksono, 5.

⁴⁷ Henni Indrayani, "Penerapan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Efektivitas, Efisiensi, Dan Produktivitas Perusahaan" *Jurnal El- Riyasah* Vol. 3 No. 1, 2017

bervariasinya produk maka lembaga keuangan tersebut akan semakin berkembang.⁴⁸

Inovasi layanan perbankan berbasis teknologi adalah suatu teknologi yang kegiatan operasionalnya tidak lagi menggunakan manusia melainkan menggunakan cara yang otomatis dan dikendalikan oleh komputer. Salah satu inovasi layanan perbankan syariah yang digunakan saat ini adalah penggunaan perangkat elektronik seperti ATM., internet banking *dan mobile banking*. Inovasi tersebut dilakukan untuk menyokong kelestarian lingkungan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindi Novita Sari yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi yang dimanfaatkan lebih optimal merupakan bentuk dukungan inovasi layanan bank serta meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan hidup.⁴⁹

Adapun peran inovasi teknologi dalam perbankan diantaranya:

a. Peningkatan Efisiensi Operasional

Teknologi memungkinkan otomatis proses, penggunaan kecerdasan buatan, dan robotika untuk meningkatkan efisiensi operasional perbankan. Ini mengurangi biaya, waktu, dan risiko kesalahan manusia dalam transaksi dan operasi sehari- hari.

⁴⁸ Ega Belahag Yusuf, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, “Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Sebagai Wujud Penerapan Green Banking” Jurnal Istithmar Vol.7 No. 1, 2023

⁴⁹ Yusuf, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto

b. Peningkatan layanan pelanggan

Inovasi teknologi seperti chatbot, layanan perbankan berbasis aplikasi, dan kios pintar memungkinkan perbankan syariah untuk memberikan layanan yang lebih cepat, responsif, dan personal kepada nasabah. Penggunaan teknologi kecerdasan buatan juga membantu dalam analisis keuangan dan rekomendasi investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.

c. Pengembangan produk dan layanan inovatif

Teknologi telah membuka pintu bagi pengembangan produk dan layanan inovatif dalam perbankan syariah. Contohnya termasuk pembiayaan berbasis teknologi, platform, pembiayaan berbagi, dan sistem pembayaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dampak Inovasi Teknologi dalam Perbankan

a. Peningkatan Aksesibilitas

Inovasi teknologi telah membuka pintu bagi akses perbankan yang lebih mudah dan luas bagi masyarakat. Dengan adanya layanan perbankan digital, nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan dimana saja melalui perangkat mobile mereka. Hal ini membantu meningkatkan inklusi keuangan bagi mereka yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan.

b. Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas

Inovasi teknologi telah mengurangi waktu dan biaya operasional dalam perbankan. Otomatisasi proses dan penggunaan

teknologi kecerdasan buatan dapat mengurangi ketergantungan pada pekerjaan manual, sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas perbankan.

c. Peningkatan Pengawasan dan Keamanan

Dengan adopsi teknologi seperti blockchain, perbankan dapat meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi. Teknologi biometrik juga membantu dalam memastikan keamanan nasabah dengan mengidentifikasi mereka melalui data biometrik yang unik.

d. Peningkatan Inovasi Produk dan Layanan

Inovasi teknologi memungkinkan pengembangan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Perbankan dapat menyediakan pembiayaan berbasis teknologi, tabungan berbasis aplikasi, dan solusi keuangan yang lebih fleksibel dan inovatif sesuai dengan prinsip yang ada.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Rahmawati dan Fianto mendefinisikan pelayanan adalah sebuah tindakan atau kinerja yang diberikan atau ditawarkan dari suatu pihak ke pihak yang lain namun dalam penawaran tersebut tidak mengakibatkan adanya pemindahan kepemilikan.⁵⁰ Menurut Sudirman dan suasana yaitu Kualitas layanan yang berbasis situs web seperti halnya *mobile banking* merupakan kemampuan layanan dalam bidang elektronik

⁵⁰ Ivone Vradia Amora, dkk, "analysis of electronic channel service quality on customer satisfaction of bank syariah indonesia (bsi) during the covid-19 pandemic", *Jurnal Al arbah*, vol. 3, no. 2, 2021. h. 164.

yang mampu memberikan fasilitas kepada nasabah untuk bertransaksi secara efektif dan kualitas layanan akan teruji yaitu ketika nasabah sudah mendapatkan dan menggunakan layanan tersebut.⁵¹

Menurut Arcand, Promtep dan Brun mengemukakan bahwa kualitas layanan mobile banking adalah suatu penilaian dari konsumen dalam hal ini yaitu nasabah terhadap keseluruhan terkait aplikasi mobile banking terutama mengenai kualitas konten dan keunggulannya.⁵² Kualitas layanan merupakan sejauh mana kemampuan sistem dalam menyediakan fasilitas untuk kebutuhan pembayaran, pembelian atau belanja dan membuat kegiatan menjadi lebih efektif dan efisien.⁵³ Kualitas layanan merupakan sebuah bentuk dari seluruh fitur atau karakteristik dari produk yang digunakan untuk tujuan memuaskan kebutuhan pelanggan atau nasabah.

4. Indikator Kualitas Layanan

Ada beberapa indikator layanan meliputi:

- a. Bukti fisik (*tangible*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi seperti teknologi yang digunakan dalam memberikan layanan dan tampilan dari layanan mobile banking.

⁵¹ Rezky Arianty Akob, dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar”, *Jurnal Maksipreneur*, vol. 11, no. 2, 2022. h. 272.

⁵² Charrisa Kezia Rahmawati, dkk, “analisis deskriptif pada dimensi kualitas layanan mobile banking (m-banking) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah”, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, vol. 7, no. 6, juni 2020. h.1119.

⁵³ Yohanes Setyowidodo dkk, “The Effect of E-Service Quality Dimensions on BCA Mobile User Satisfaction at PT. Bank Central Asia, Tbk KCU Palembang”, *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, vol. 8, no. 4, juli 2021. h. 261

- b. Kehandalan (*reliability*) merupakan suatu kemampuan layanan mobile banking yang dapat memberikan layanan secara baik dan pasti.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) artinya suatu kemampuan dari layanan mobile banking dalam memberikan layanan yang cepat dan tanggap kepada setiap nasabahnya.
- d. Jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan layanan mobile banking dalam memberikan layanan yang dapat dipercaya dan aman serta bebas risiko.⁵⁴
- e. Empati (*Emphaty*) diartikan sebagai memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.⁵⁵

5. Dasar Hukum Kualitas Layanan Menurut Islam

Syekhul islam yaitu Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa semua kebaikan masuk dalam keadilan dan semua kejelakan masuk dalam kedzaliman. Oleh karenanya, berbuat keadilan adalah perkara wajib terhadap sesuatu dan setiap orang, dan kedzaliman dilarang kepada setiap sesuatu dan setiap orang. artinya memberikan pelayanan yang terbaik termasuk keadilan dan menjadi hal yang wajib dan dilarang untuk berbuat

⁵⁴ Yulia Widi Astuti, dkk, "Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking syariah", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, vol. 19, no. 3, desember 2020. h. 140

⁵⁵ Lupiyoadi, 2014. *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: Andi

yang tidak sesuai karena termasuk dzalim karena dilarang berbuat dzalim terhadap sesuatu dan orang lain.⁵⁶

Kualitas Layanan dalam firman Allah SWT pada Q.S An- Nisa' ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِيَنْتَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۝ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ ۝ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَّحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Maksud dari ayat di atas yaitu bahwa untuk memberikan pelayanan dengan kualitas layanan yang baik maka pihak bank harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sebelumnya terhadap nasabah, seperti produk, fitur dan layanan yang diberikan pihak bank harus mampu memenuhi sesuai kebutuhan para nasabah, serta pesan yang dapat diambil dari ayat di atas yaitu kepada pihak bank untuk dapat meningkatkan kualitas layanannya karena apabila nasabah mendapatkan kualitas layanan yang setara dan baik akan membuat nasabah menjadi minat dan tertarik untuk menggunakan layanan mobile banking dan dengan tingginya kualitas layanan yang diberikan juga akan

⁵⁶ Taufiq, “memakan harta secara bathil (perspektif surat An-Nisa: 29 dan At-Taubah: 34)”, *Jurnal Ilmiah Syari’ah*, vol. 17, no. 2, juli-desember 2018. h. 255.

mempengaruhi tingginya minat nasabah untuk mencoba layanan *mobile banking*.⁵⁷

6. Pengertian Kepercayaan

Menurut Morgan dan Hunt dalam wanandi mendefinisikan kepercayaan yaitu sebuah kepercayaan yang akan terjadi jika seseorang tersebut memiliki kepercayaan diri terhadap sebuah pertukaran kepada patner yang memiliki integritas dan yang dapat dipercaya. Sedangkan menurut ba dan pavlo menjelaskan kepercayaan merupakan sebuah penilaian seseorang terhadap hubungannya kepada orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.⁵⁸ Kepercayaan adalah sebuah ekspektasi seseorang dalam mengandalkan orang lain untuk suatu transaksi dan risiko dengan anggapan bertindak sesuai dengan harapan.⁵⁹ Kepercayaan yaitu suatu rasa percaya seorang nasabah kepada pihak bank terkait kehandalan, menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.

a. Indikator Kepercayaan

Terdapat beberapa indikator yang menentukan kepercayaan seseorang atau nasabah, indikator tersebut sebagai berikut:

⁵⁷ Achmad Fandi, “pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pt bank syariah mandiri Surabaya”, jurnal ekonomi islam, vol. 2, no. 3, 2019. h. 116.

⁵⁸ Andhika Bayu Pratama ., h. 935

⁵⁹ Deni Wardani, “faktor-faktor pengaruh penggunaan mobile banking (studi kasus pada nasabah bank pemerintah)”, *jurnal sistem informasi bisnis*, vol. 2, no. 1, april 2021. h. 20

1) Kehandalan

Maksud dari kehandalan ialah sejauh mana kemampuan dalam melayani yang telah dijanjikan oleh pihak bank kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memberikan kepuasan.

2) Kepedulian

Kepedulian dalam hal ini yaitu sikap empati yang tinggi yang harus dirasakan pihak bank kepada nasabah dan mampu memberikan solusi dalam setiap masalah.

3) Kredibilitas

Kredibilitas artinya bahwa dalam menjalankan setiap mekanisme operasional transaksi layanan *online* perbankan dengan jujur dan dapat dipercaya.⁶⁰

Adanya hubungan interaksi dan transaksi yang berjalan dengan baik akan menimbulkan kepercayaan dari nasabah terhadap sebuah lembaga keuangan, Charlys Handy dalam Oetomo menyebutkan ada 7 yang dapat membangun kepercayaan dari sebuah perusahaan yang memiliki layanan virtual atau diberi istilah *trust the virtual organization* yaitu :

1) Kepercayaan bukan suatu yang buta

Munculnya sebuah kepercayaan membutuhkan adanya proses dan tentunya disertai dengan bukti bahwa suatu produk tersebut berkualitas.

⁶⁰ Rahmawati, dkk, “mobile banking: analisa penggunaan pada nasabah Pt. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe: Pendekatan technology acceptance Model (TAM)”, *IHTIYATH*, vol. 3, no. 2, September 2019. h. 40

2) Kepercayaan tanpa batas sebuah tindak tanpa realistik

Artinya kepercayaan dibangun atas dasar tertentu yaitu komitmen dari perusahaan dan berdasarkan kompetensi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

3) Kepercayaan merupakan konsep belajar

Agar menjadi perusahaan atau pihak yang dipercaya tentunya perlunya pembelajaran yang dilakukan terus- menerus yang dapat menimbulkan kepercayaan.

4) Kepercayaan bukan suatu yang mudah

Pihak perusahaan perlu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh para konsumen atau nasabah karena membuat seseorang percaya tidaklah mudah maka, pentingnya menjaga kepercayaan yang ada.

5) Kepercayaan membutuhkan sentuhan personal

Sentuhan personal yang dimaksud yaitu dalam bentuk perhatian dan menjalin komunikasi yang baik terhadap para konsumen atau nasabah akan menimbulkan hubungan kepercayaan yang baik. Kemudian yang kedua berasal dari diri sendiri para konsumen atau nasabah dengan berdasarkan kesediaan dan keyakinan untuk mempercayai yaitu:

- 6) Suatu rasa percaya seseorang kepada orang lain
- 7) Sebuah keadaan dimana seseorang tersebut secara sengaja bergantung kepada orang lain⁶¹.

b. Dasar Hukum Kepercayaan Menurut Islam

Menurut Imam Al-Qusairi bahwa kata *shadiq* (orang yang jujur) berasal dari kata *shidq* artinya kejujuran, artinya kata *shidiq* adalah sebuah penekanan dari *shadiq* yang berarti orang yang mendominasi kejujuran, dengan demikian bahwa di dalam jiwa orang yang jujur terdapat komponen nilai ruhani yang mencerminkan sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.⁶²

Kepercayaan terdapat di dalam firman Allah SWT An- Nisa' ayat 58 yaitu

اللَّهُ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمْنَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَاٰ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعُدْلِ
لَمَّا دَرَأْتُمُ الْمُنْكَرَ وَلَمَّا بَرَأْتُمُ الْمُسْتَقْرَىٰ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Ayat di atas menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah SWT telah memerintahkan kepada umat manusia untuk menyampaikan amanat kepada para pemiliknya karena telah dipercaya, maka

⁶¹ Fransiskus korosando, ludvina vince, "Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende", PRIMA MAGISTRA: *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol 1, no.1, April 2020. h. 96.

⁶² Arpizal, "the influence of price, service quality, trust on consumer satisfaction in the Islamic economy perfection in online business", *FINEST jurnal riset dan pengembangan ekonomi islam*, vol. 5, no. 1, 2021. h. 34.

janganlah kalian melalaikan amanat-amanat tersebut dan apabila kalian memutuskan perkara diantara manusia maka putuskan dengan dasar keadilan dan secara objektif. Sehingga secara umum amanat yang dimaksud ayat di atas diartikan sebuah kepercayaan, dalam sebuah proses untuk mencapai kepercayaan diawali dengan saling kenal dan mengenal secara baik seperti adanya proses ijab-qobul atau akad dan lain-lain. Dalam dunia bisnis sebuah kepercayaan menjadi sesuatu yang sangat penting baik itu dalam bisnis secara online maupun offline, dalam dunia bisnis online seperti mobile banking diperlukan mekanisme-mekanisme yang dapat membangun kepercayaan secara keseluruhan seperti perlindungan hukum dan norma, nilai serta etika.⁶³

7. Pengertian Minat

Menurut Syuhada menjelaskan mengenai minat yaitu sebuah proses kejiwaan dari hal yang bersifat abstrak yang kemudian dibuktikan dengan cara melakukan seluruh keadaan aktivitas yang kemudian ada objek yang diketahui dan dianggap bernilai yang diinginkannya, sehingga proses jiwa dapat mempengaruhi perasaan terhadap sesuatu hal atau dapat dikatakan artinya minat dapat menimbulkan keinginan yang kuat mengenai sesuatu.⁶⁴ Sedangkan menurut Sutikno menjelaskan mengenai minat yaitu sebuah munculnya rasa suka yang lebih dan memiliki ketertarikan terhadap sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh,

⁶³ Nurdin, dkk .., h. 36.

⁶⁴ Vina Pandu Winata, dkk, "analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan bsm mobile banking pada bank syariah mandiri kantor cabang payakumbuh", ekonomika syariah, vol. 2, no. 2, juli 2018. h. 204.

yang diikuti dengan rasa senang dan diakhiri dengan kepuasan.⁶⁵ Minat merupakan suatu rasa kecenderungan untuk memperhatikan dan melihat secara terus menerus kemudian diikuti dengan rasa senang untuk mencapai kepuasan dalam menggunakan teknologi.⁶⁶ Minat merupakan sebuah dorongan atau keinginan yang berasal dari diri sendiri terhadap suatu objek tertentu dan berkaitan dengan motivasi seseorang dan dapat berubah-ubah tergantung situasi, kebutuhan, pengalaman, mode dan tren yang sedang terjadi dan tidak berasal dari bawaan sejak lahir.⁶⁷

Menurut Pintrich jenis-jenis definisi minat terbagi menjadi 3 jenis antara lain:

- a. Minat pribadi adalah minat atau keinginan yang muncul dari pribadi atau karakteristik individu yang relatif stabil, umumnya minat pribadi diasumsikan secara langsung ke beberapa topik atau aktivitas.
- b. Minat situasi yaitu minat yang mana dipengaruhi sesuatu yang berhubungan dengan situasi dan kondisi lingkungannya seperti ruangkan kelas, fasilitas yang mempengaruhi munculnya minat seseorang.

⁶⁵ Hamdiah, dkk, “strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet mobile banking (studi kasus pada bank syariah mandiri di lhokseumawe)”, *jurnal visioner & strategis*, vol. 10, no. 1, maret 2021. h. 3.

⁶⁶ Mario Ledesman, “pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking (studi pada bsm cabang bandar jaya)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan:Lampung, 2018.

⁶⁷ Annisa fitri iriani ..., h. 101.

- c. Minat dalam rumusan psikologi merupakan penggabungan antara minat pribadi dengan minat situasi.⁶⁸

8. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat seseorang dapat muncul karena ada penyebabnya, ada tiga faktor yang menjadi suatu penyebab timbulnya minat seseorang yaitu diantaranya:

- a. Berasal dari dorongan individu, semisal dorongan untuk bisa makan dengan begitu akan membangkitkan minat untuk mencari nafkah, membuat makanan dan dalam memenuhi kebutuhan lainnya.
- b. Motif sosial, tindakan ekonomi menumbuhkan minat dalam melakukan aktivitas.
- c. Faktor emosional, karena minat sangat berkaitan erat dengan emosi.⁶⁹

9. Indikator Minat

Indikator ialah untuk mengukur atau mengindikasikan seseorang memiliki minat menggunakan suatu produk atau layanan. Ada beberapa indikator minat antara lain:

- a. Minat transaksional, artinya memiliki kecenderungan untuk menggunakan suatu produk atau layanan.
- b. Minat referensial, yaitu sebuah kecenderungan untuk mereferensikan suatu produk atau layanan kepada orang lain.

⁶⁸ Mukhtisar, dkk, “pengaruh efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking (studi pada nasabah bank syariah mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)”, Global Journal of Islamic Banking and Finance, vol. 3, no. 1, 2020. h. 62.

⁶⁹ Nurbaiti, Supaino, Diena fadhilah, “pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat pesantren di bank syariah”, jurnal bilal, vol. 1, no. 2, desember 2020. h. 33

- c. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang dengan mencari informasi tentang suatu produk atau layanan yang diminatinya dan mencari informasi tentang keunggulan atau hal positif dari suatu produk atau layanan tersebut.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁷⁰

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistic⁷¹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala likert sebagai salah satu alat penggalian data. Tujuan dari metode ini yaitu untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi.

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data hipotesis yang telah ditentukan diperiksa untuk penjelasan potensial menggunakan analisis kuantitatif dan statistic deskriptif yang berasal dari sampel nasabah Bank

⁷⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013), 8

⁷¹ yulia Nur Annisamala Sitta Nur Hajijah, Isti Riana Dewi, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon’, *Jurnal Bonanza*, 2.2 (2022), 28–38.

Mandiri Situbondo yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang *survey* untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka. Sedangkan jenis penelitian ini adalah *fielded research* (penelitian lapangan).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷² Populasi merupakan Mahasiswa Aktif FEBI UIN KHAS Jember tahun angkatan 2021-2024, sebanyak 1.861 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga peneliti tidak mungkin bisa mempelajari semua yang ada pada populasi. Oleh karena itu peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil harus representatif (mewakili).⁷³ Dari penelitian ini, peneliti menggunakan sampel karena seluruh populasi tidak mungkin diteliti.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan *purposive non-probability sampling*. Dimana Purposive Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan

⁷² Nur Fadilah Amin, “Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian” Jurnal Kajian Islam Kontemporer Volume 14 No 1 Juni 2023 hlm 17

⁷³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013),

penelitian.⁷⁴ Karakteristik atau kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden merupakan mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2021-2024
- b. Responden berusia antara 18–25 tahun, sesuai dengan rentang usia mayoritas mahasiswa.
- c. Responden merupakan pengguna bank digital SeaBank.

Untuk mengetahui jumlah sampel dari suatu populasi maka dapat diketahui dengan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = besaran sampel

N = jumlah populasi

E = tingkat kesalahan/ standart eror (ditentukan sebesar 0,1)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Dari rumus diatas, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini Adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1.861}{1 + 1.861(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.861}{1 + 1.861(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.861}{19,61}$$

$$n = 94,9$$

⁷⁴ Sugiyono, 84.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin, jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 94,9 orang atau jika dibulatkan sebanyak 95 orang.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Oleh karena itu diperlukan pengambilan data yang benar. Pada penelitian ini, sumber yang digunakan berupa data primer, data sekunder dan dokumentasi.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner⁷⁵. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai sumber utama penelitian. Kuesioner disebarluaskan secara offline di nasabah Bank Mandiri Situbondo berbentuk google form yang berisi 16 pernyataan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber lain baik organisasi, lembaga, badan, dan institusi yang telah bersedia untuk digunakan sesuai dengan keperluan yang membutuhkan data.⁷⁶

⁷⁵ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. Metode Penelitian Kuantitatif (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 64

⁷⁶ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. Metode Penelitian Kuantitatif (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 65

2. Instrumen Pengumpulan Data

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan daftar pernyataan langsung kepada nasabah yang ada di Bank Mandiri Situbondo, dengan tujuan untuk menentukan frekuensi dan presentase atas tanggapan mereka.

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dikembangkan dari indikator dalam kuesioner penelitian, untuk memberikan skor pada angket dalam penelitian ini menggunakan *Skala Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item- item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁷⁷

Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

⁷⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif f Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013), 93

Tabel 3. 1
Tingkat Penilaian dan Jawaban

Skala Likert		Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : diolah peneliti, 2025

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan dengan jumlah/total keseluruhan tanggapan pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel. Untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat menggunakan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan menggunakan degree of freedom (df). Adapun rumusnya yaitu $df = n-2$ dengan tingkat signifikansi besarnya 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas

dilakukan hanya pada indikator yang telah melalui pengujian validitas dan dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$, walaupun nilai $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima.⁷⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi linear yang digunakan. Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.⁷⁹

a. Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak berdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias.⁸⁰ Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu uji grafik normal probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov Smirnov Test.

⁷⁸ Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 46

⁷⁹ Hengky Latan, 56

⁸⁰ Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 56

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji asumsi klasik multikolinearitas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas adalah nilai Tolerance harus > 0.10 dan $VIF < 10$.⁸¹

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian menggunakan uji statistik glejser dan dengan melihat grafik scatterplot. Uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model regresi. Jika

⁸¹ Hengky Latan, 63

diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.⁸²

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1) Jika nilai thitung $>$ ttabel dan nilai sig $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai thitung $<$ ttabel dan nilai sig $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji t (parsial) dalam penelitian ini yaitu:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Ho: Variabel-variabel independen (inovasi teknologi, kualitas layanan, kepercayaan) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan aplikasi perbankan mobile (studi kasus nasabah Bank Mandiri Situbondo)

Ha: Variabel-variabel independen (inovasi teknologi, kualitas layanan, kepercayaan) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat

⁸² Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 66

penggunaan Bank Digital SeaBank (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Khas Jember Angkatan 2021- 2025)

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji f (simultan) dalam penelitian ini yaitu:

H_0 : Variabel-variabel independen (inovasi teknologi, kualitas layanan, kepercayaan) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Khas Jember Angkatan 2021- 2025)

Ha: Variabel-variabel independen (inovasi teknologi, kualitas layanan, kepercayaan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Khas Jember Angkatan 2021- 2025)

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dengan Keterangan:

Y = Minat Menggunakan Aplikasi Perbankan Digital

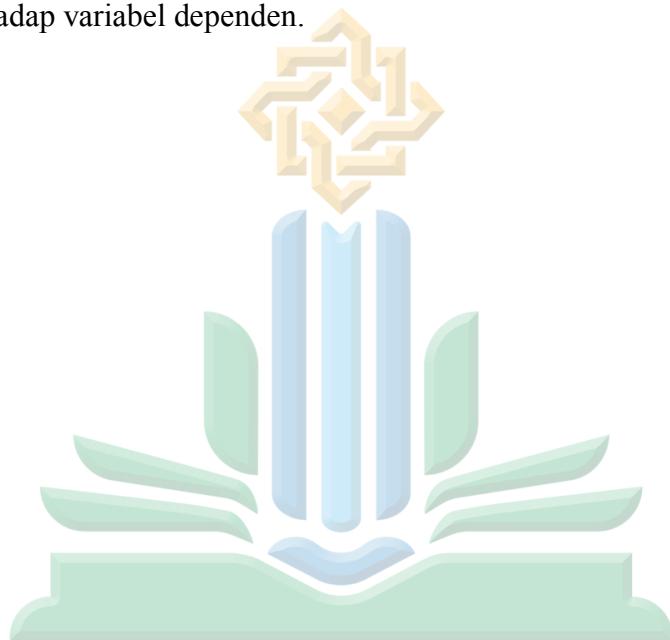
X_1 = Inovasi Teknologi

X_2 = Kualitas Layanan

X_3 = Kepercayaan

5. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen, dengan kata lain nilai dari koefisien determinasi bisa digunakan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian



Gambar 4.1
Logo SeaBank

1. Identitas Umum Perusahaan

Nama Bank	: PT Bank SeaBank Indonesia
Nama Dagang	: SeaBank
Jenis Usaha	: Bank Digital

Alamat Kantor Pusat : Treasury Tower, Lantai 63, District 8, SCBD Lot

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
28, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 52–53, Jakarta
Selatan, DKI Jakarta.

Website Resmi **J E M B E R** : www.seabank.co.id

2. Sejarah Singkat SeaBank

PT Bank SeaBank Indonesia pada awalnya dikenal dengan nama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE) yang didirikan pada 4 Oktober 1991 oleh Soemitro Djojohadikusumo, ayah dari Prabowo Subianto. Bank ini berfokus pada penyediaan layanan keuangan bagi koperasi dan masyarakat menengah. Setelah memperoleh izin operasional

dari Menteri Keuangan Republik Indonesia, Bank BKE resmi mulai beroperasi pada 27 Februari 1992.⁸³

Namun, kinerja bisnis Bank BKE tidak berjalan optimal karena menghadapi permasalahan kredit macet (Non-Performing Loan/NPL) yang cukup tinggi. Pada Desember 2019, rasio NPL gross bank tersebut mencapai 7,63%, melampaui batas yang ditetapkan oleh regulator. Kondisi ini berdampak pada terganggunya fungsi intermediasi bank, sehingga pendapatan bunga tidak mampu menutupi peningkatan beban bunga. Akibatnya, BKE mencatat kerugian bersih sebesar Rp136,5 miliar pada periode tersebut.⁸⁴

Perubahan signifikan juga terjadi pada struktur kepemilikan saham BKE sepanjang perjalannya. Pada tahun 2011, Induk Koperasi Pegawai Republik Indonesia (IKPRI) masih memegang 61,74% saham, namun kepemilikan tersebut terus menurun menjadi 46,43% pada 2016 dan 25,43% pada 2019. Pada tahun yang sama, PT Danadipa Artha Indonesia mulai masuk sebagai pemegang saham baru dengan porsi 21% saham.⁸⁵

Kemudian, pada tahun 2021, Sea Limited secara resmi mengakuisisi BKE dan melakukan transformasi besar-besaran dengan mengubah nama bank menjadi SeaBank, sekaligus beralih menjadi bank digital penuh. Saat ini, Sea Limited menguasai sekitar 85% saham melalui

⁸³ Khadafi, M., “Kisah SeaBank, Dibuat Ayah Prabowo & Kini Milik Induk Shopee.” CNBC Indonesia, 24 Agustus 2024. [Https://www.cnbcindonesia.com/market/20240827141430-17-566743/](https://www.cnbcindonesia.com/market/20240827141430-17-566743/)

⁸⁴ CNBC Indonesia. “Resmi! Bank BKE Berubah Nama Jadi SeaBank.” 11 Februari 2022. Diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com>

⁸⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Laporan Transformasi Bank BKE menjadi PT Bank SeaBank Indonesia. Jakarta: OJK. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>

PT Danadipa Artha Indonesia, sedangkan PT Koin Investama Nusantara memiliki 15% sisanya, menandai berakhirnya era kepemilikan tradisional BKE. Transformasi ini menandai langkah besar SeaBank dalam menjadi bank digital penuh, tanpa kantor cabang fisik, dengan layanan yang sepenuhnya berbasis aplikasi.⁸⁶

3. Visi dan Misi⁸⁷

a. Visi:

Menjadi bank digital yang inovatif, terpercaya, dan inklusif bagi seluruh masyarakat Indonesia.

b. Misi:

- a) Memberikan layanan keuangan digital yang mudah diakses dan efisien.
- b) Mendorong inklusi keuangan melalui teknologi.
- c) Menyediakan produk dan layanan yang berorientasi pada kebutuhan nasabah.

4. Produk dan Layanan SeaBank⁸⁸

SeaBank menawarkan berbagai layanan digital yang dapat diakses melalui aplikasi, antara lain:

- a. Tabungan digital tanpa biaya admin dengan bunga harian kompetitif.
- b. Deposito digital dengan proses pembukaan 100% online.
- c. Transfer instan antarbank dan ke ShopeePay tanpa biaya.

⁸⁶ Khadafi, M.

⁸⁷ SeaBank Indonesia. (2024). "Profil Perusahaan dan Informasi Produk SeaBank." Diakses pada 31 Oktober 2025 dari <https://www.seabank.co.id>

⁸⁸ "Laba SeaBank tumbuh 57 persen jadi Rp378 miliar di 2024." CNBC Indonesia, 25 Maret 2025, Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com>

- d. Pembayaran tagihan dan top-up e-wallet.
- e. Integrasi dengan aplikasi Shopee, memungkinkan pembayaran langsung saat berbelanja.

5. Perkembangan dan Kinerja Terkini

SeaBank mencatatkan pertumbuhan pesat sejak transformasinya menjadi bank digital. Berdasarkan laporan keuangan tahun 2024, SeaBank berhasil meraih laba bersih sebesar Rp378 miliar, meningkat 57% dibandingkan tahun 2023. Selain itu, jumlah nasabah juga meningkat dari 15 juta pengguna pada Oktober 2024 menjadi 17 juta per Desember 2024. Pertumbuhan ini didorong oleh strategi promosi bunga tinggi, kemudahan transaksi, serta sinergi dengan ekosistem Shopee.⁸⁹

6. Posisi SeaBank dalam Industri Perbankan Digital

SeaBank termasuk dalam jajaran bank digital paling diminati anak muda di Indonesia, bersaing dengan Blu by BCA Digital, Bank Jago, dan Line Bank. Keunggulan utama SeaBank terletak pada integrasi ekosistem digital Shopee, pengalaman pengguna yang sederhana, serta promosi menarik seperti bunga tabungan harian dan gratis biaya transfer.⁹⁰

B. Penyajian Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Dimana dalam analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data yang dikumpulkan secara jelas dan sistematis. Metode ini membantu dalam menggambarkan

⁸⁹ “Bank Digital Paling Diminati Anak Muda Indonesia.” Katadata, 5 September 2024, Diakses dari <https://www.katadata.co.id>

⁹⁰ “Peta Persaingan Bank Digital di Indonesia 2024.” Daylisosial, 12 Juli 2024, Diakses dari <https://www.dailysocial.id>

karakteristik responden, distribusi variabel serta kecenderungan atau pola data yang didapat. Dalam penelitian ini Kuisioner yang digunakan berjumlah 16 pernyataan diantaranya yaitu setiap variabel (X1, X2, X3, dan Y) memiliki 4 pernyataan. Kuisioner yang di bagikan kepada responden (nasabah bank mandiri situbondo yang menggunakan perbankan mobile) berisikan pernyataan terkait pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan bank digigal SeaBank.

1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Untuk menghindari ketidak sesuaian karakteristik, peneliti mengambil 115 responden. Adapun uraian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	
		F	%
1.	Laki-Laki	69	69%
2.	Perempuan	46	46%
	Total	115	115%

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang telah disajikan, jumlah responden laki-laki sebanyak 69 orang, sedangkan responden perempuan berjumlah 46 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, yang dapat mencerminkan bahwa laki-laki cenderung lebih aktif dalam melakukan transaksi perbankan melalui aplikasi bank digiral dibandingkan perempuan. Penelitian ini menunjukkan bahwa laki-laki memiliki minat yang lebih tinggi untuk

menjadi pengguna bank digital SeaBank karena mereka lebih tertarik pada kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh layanan digital banking. Dibandingkan dengan perempuan, laki-laki cenderung lebih responsif terhadap fitur-fitur inovatif dan kemudahan akses yang mendukung aktivitas finansial sehari-hari melalui smartphone.

2. Data Responden Berdasarkan Usia

Uraian data responden berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel di bawah ini :

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	
	F	%
18 - 21 tahun	74	74%
22 – 25 tahun	41	41%
Total	115	115%

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden penelitian berada pada rentang usia 18–21 tahun, yaitu sebanyak 74 orang (64%) dari total 115 responden. Sementara itu, responden berusia 22–25 tahun berjumlah 41 orang (36%). Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah mahasiswa tingkat awal hingga menengah, yang umumnya lebih aktif menggunakan teknologi digital, termasuk layanan perbankan digital seperti SeaBank. Dengan variasi usia ini, penelitian mampu menangkap perspektif mahasiswa dari berbagai tahapan studi, sehingga hasil analisis mengenai minat penggunaan bank digital menjadi lebih representatif dan relevan.

3. Data Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Responden	
	F	%
Perbankan Syariah	65	65%
Ekonomi Syariah	30	30%
Akuntansi Syariah	15	15%
MAZAWA	5	5%
Total	115	115

Berdasarkan data di atas, mayoritas responden penelitian berasal dari Program Studi Perbankan Syariah, yaitu 65 orang (65%) dari total 115 responden. Hal ini menunjukkan bahwa fokus penelitian pada mahasiswa Perbankan Syariah cukup representatif, mengingat topik penelitian berkaitan dengan penggunaan bank digital SeaBank, yang relevan dengan bidang studi mereka.

Selain itu, 30 responden (30%) berasal dari Ekonomi Syariah, 15 responden (15%) dari Akuntansi Syariah, dan 5 responden (5%) dari MAZAWA. Distribusi ini memperlihatkan bahwa meskipun Perbankan Syariah mendominasi, penelitian tetap mencakup mahasiswa dari program studi lain, sehingga data yang diperoleh lebih komprehensif dan mewakili berbagai perspektif di FEBI UIN KHAS Jember.

4. Data responden berdasarkan tahun angkatan

Tabel 4.4
Data Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Responden	
	F	%
2021	29	29%
2022	35	35%
2023	35	35%
2024	16	16%
Total	115%	115%

Berdasarkan tabel di atas, distribusi responden berdasarkan tahun angkatan menunjukkan bahwa angkatan 2022 dan 2023 memiliki jumlah responden terbanyak, masing-masing sebesar 30%, diikuti oleh angkatan 2021 sebanyak 25% dan angkatan 2024 sebanyak 15%. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden berasal dari mahasiswa pertengahan masa studi yang umumnya sudah aktif menggunakan layanan bank digital. Distribusi ini bersifat proporsional terhadap populasi mahasiswa aktif, sehingga dapat dianggap representatif dalam menggambarkan minat penggunaan bank digital SeaBank di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Data Responden berdasarkan Pengguna SeaBank

Uraian data responden berdasarkan mahasiswa pengguna aplikasi bank digital Seabank dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4.5
Data Responden berdasarkan Pengguna SeaBank

No	Pengguna Sea Bank	Responden	
		F	%
1.	Iya	100	86%
2.	Tidak	15	14%
Total		115	100%

Berdasarkan hasil rekapitulasi data pada Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa dari 115 responden yang terlibat dalam penelitian ini, sebanyak 86 orang (86%) merupakan pengguna SeaBank, sedangkan 14 orang (14%) bukan pengguna namun telah mengenal aplikasi SeaBank. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki hubungan

langsung dengan Seabank, sehingga mereka memiliki pengalaman nyata dalam menggunakan layanan perbankan digital yang disediakan.

Dominasi responden yang merupakan pengguna Bank Digital SeaBank telah dikenal luas di kalangan mahasiswa, terutama karena kemudahan akses transaksi, fitur inovatif, dan peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan. Sementara itu, adanya sebagian kecil responden yang bukan nasabah juga mengindikasikan bahwa daya tarik aplikasi ini mampu menjangkau calon pengguna potensial yang tertarik untuk beralih menggunakan layanan digital Seabank. Temuan ini memperkuat relevansi penelitian terkait pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan SeaBank dikalangan mahasiswa.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

	Item	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
Inovasi Teknologi (X1)	X1. 1	0,852	0,196	Valid
	X1. 2	0,805	0,196	Valid
	X1. 3	0,827	0,196	Valid
	X1. 4	0,774	0,196	Valid
Kualitas layanan (X2)	X2. 1	0,809	0,196	Valid
	X2. 2	0,782	0,196	Valid
	X2. 3	0,778	0,196	Valid
	X2. 4	0,795	0,196	Valid
Kepercayaan (X3)	X3. 1	0,827	0,196	Valid
	X3. 2	0,786	0,196	Valid
	X3. 3	0,792	0,196	Valid
	X3. 4	0,749	0,196	Valid
Minat Penggunaan (Y)	Y1	0,819	0,196	Valid
	Y2	0,784	0,196	Valid

	Y3	0,814	0,196	Valid
	Y4	0,706	0,196	Valid

Sumber : diolah peneliti, 2025

Berdasarkan output uji validitas di atas dapat diketahui bahwavariabel Inovasi Teknologi (X1), pada pernyataan pertama diperoleh nilai r -hitung $>$ r -tabel sebesar $0,852 > 0,196$, hal ini dikatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel. Pada pernyataan kedua diketahui bahwa $0,805 > 0,196$, hal tersebut dikatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel. Pada pernyataan ketiga diketahui bahwa $0,827 > 0,196$, hal tersebut dikatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel. Pada pernyataan keempat diketahui bahwa $0,774 > 0,196$, hal tersebut dikatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel.

Variabel Kualitas Layanan (X2), pada pernyataan pertama diperoleh nilai r -hitung $>$ r -tabel sebesar $0,809 > 0,196$. Pada pernyataan kedua sebesar $0,782 > 0,196$. Pada pernyataan ketiga sebesar $0,778 > 0,196$. Dan pernyataan keempat sebesar $0,795 > 0,196$. Hal tersebut menandakan bahwa Variabel X2 dinyatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel.

Variabel Kepercayaan (X3), pada pernyataan pertama diperoleh nilai r -hitung sebesar $0,827 > 0,196$. Pernyataan kedua sebesar $0,786 > 0,196$. Pernyataan ketiga sebesar $0,792 > 0,196$. Pernyataan keempat sebesar $0,749 > 0,196$. Hal tersebut menandakan bahwa Variabel X3 dinyatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel.

Selanjutnya, untuk variabel Y, diperoleh hasil sebagai berikut: pernyataan pertama $0,819 > 0,196$, pernyataan kedua $0,784 > 0,196$, pernyataan ketiga $0,814 > 0,196$, dan pernyataan keempat $0,706 > 0,196$, yang seluruhnya dinyatakan valid karena nilai r -hitung $>$ r -tabel.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Inovasi Teknologi (X1)	0,820	0,60	Reliable
Kualitas Layanan (X2)	0,812	0,60	Reliable
Kepercayaan (X3)	0,811	0,60	Reliable
Minat Penggunaan	0,809	0,60	Reliable

Sumber : Diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil output uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sebagai nilai kritis. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur setiap indikatornya. Secara rinci, variabel Inovasi Teknologi (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,820, Kualitas Layanan (X2) sebesar 0,812, Kepercayaan (X3) sebesar 0,811, dan Minat Penggunaan sebesar 0,809. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam masing-masing variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas dan layak digunakan untuk analisis data selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.8
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.17306262
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,66
	<i>Positif</i>	0,56
	<i>Negative</i>	-0,66
	<i>Test Statistic</i>	0,66
	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.200 ^d

Sumber : Data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov di atas, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dan uji grafik normalitas diketahui bahwa pada uji normalitas penelitian mengenai pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan, data yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dilakukan analisis statistik selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	<i>tolerance</i>	VIF
Inovasi Teknologi	0,207	4.835
Kualitas Layanan	0,247	4.045
Kepercayaan	0,329	3.040

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel Inovasi Teknologi sebesar 0,207, Kualitas Layanan sebesar 0,247, dan Kepercayaan sebesar 0,329. Sementara itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing adalah 4,835, 4,045, dan 3,040.

Karena seluruh variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala multikolinearitas. Artinya, antara variabel Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan tidak terdapat korelasi yang tinggi, sehingga masing-masing variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam model regresi tanpa saling mempengaruhi secara berlebihan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constan)	1.817	.449		4.042	.000
Inovasi Teknologi	-.046	.053	-.190	-.870	.387
Kualitas Layanan	-.015	.051	-.058	-.291	.772
Kepercayaan	.002	.045	.009	.0,053	.958

Sumber : diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Inovasi Teknologi sebesar 0,387, Kualitas Layanan sebesar 0,772, dan

Kepercayaan sebesar 0,958. Nilai signifikansi dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap nilai residual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga model layak digunakan untuk analisis regresi berikutnya.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std Error			
(Constan)	2.027	.771		2.916	0,04
Inovasi Teknologi	.502	.084	.560	5.988	.000
Kualitas Layanan	-.020	.081	-.021	-.251	-.802
Kepercayaan	.399	.071	.415	5.598	.000

Sumber : diolah peneliti, 2025.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHIM MAD SIDDIQ**

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta ($B = 2,027$) menunjukkan bahwa apabila variabel Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan bernilai nol, maka nilai variabel dependen (misalnya kepuasan nasabah atau variabel terikat lainnya) adalah sebesar 2,027.

- b. Variabel Inovasi Teknologi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,502 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya Inovasi Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi teknologi yang diterapkan, maka semakin meningkat pula nilai variabel terikat.
- c. Sementara itu, variabel Kualitas Layanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,020 dengan nilai signifikansi $0,802 > 0,05$, yang berarti Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Meskipun arah koefisiennya negatif, pengaruh tersebut tidak bermakna secara statistik.
- d. Selanjutnya, variabel Kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,399 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka semakin tinggi pula nilai variabel terikat.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi Teknologi dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.909	0,827	0,821	1.19125

Sumber : diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,827. Hal ini berarti bahwa sebesar 82,7% variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan. Sementara sisanya sebesar 17,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,821 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel bebas dan sampel yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen tetap tinggi dan stabil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memiliki tingkat kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel 4.13
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std Error			
(Constan)	2.027	.771		2.916	0,04
Inovasi Teknologi	.502	.084	.560	5.988	.000
Kualitas Layanan	-.020	.081	-.021	-.251	-.802
Kepercayaan	.399	.071	.415	5.598	.000

Sumber : diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Inovasi Teknologi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,502 dengan nilai t hitung 5,988 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti Inovasi Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi teknologi yang diterapkan, maka semakin meningkat pula nilai variabel dependen.
- 2) Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,020 dengan nilai t hitung -0,251 dan signifikansi $0,802 > 0,05$, menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Walaupun arah pengaruhnya negatif, namun secara statistik pengaruh tersebut tidak berarti.
- 3) Variabel Kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,399 dengan nilai t hitung 5,598 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka semakin tinggi pula nilai variabel dependen.

Secara keseluruhan, hasil uji t menunjukkan bahwa Inovasi Teknologi dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan.

b. Uji F

Tabel 4.14
Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	152,495	000 ^b

Sumber : diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 152,495 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak (fit) untuk digunakan dalam penelitian, karena variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

D. Pembahasan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS sebagai alat pengolah data. Pendekatan penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang berfungsi untuk menjelaskan bagaimana seseorang menerima serta menggunakan suatu teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana inovasi teknologi, kemudahan akses, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan bank digital Seabank.

Oleh karena itu, penelitian ini disusun dengan merumuskan persamaan regresi linear berganda yang menggambarkan hubungan antar variabel tersebut.

1. Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap minat penggunaan Bank Digital Seabank.

Inovasi teknologi adalah penerapan ide, metode, atau fitur baru yang bertujuan meningkatkan kemudahan, efisiensi, serta kenyamanan pengguna dalam memanfaatkan suatu layanan berbasis digital. Dalam konteks aplikasi bank digital Seabank, inovasi teknologi tampak melalui pengembangan fitur seperti keamanan biometrik, pembayaran otomatis, integrasi e-wallet, dan tampilan antarmuka yang semakin intuitif. Inovasi tersebut memberikan nilai tambah bagi nasabah karena memungkinkan transaksi dilakukan dengan lebih cepat dan aman. Dalam *Theory Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan suatu teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaannya. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat inovasi teknologi yang ditawarkan oleh Bank Digital Seabank, maka semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakan aplikasi perbankan mobile sebagai sarana utama dalam melakukan aktivitas keuangan.

Berdasarkan temuan penelitian dari hasil uji T yang menunjukkan bahwa Variabel Inovasi Teknologi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,502 dengan nilai t hitung 5,988 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dalam penelitian ini dapat

diketahui bahwa variabel inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital seabank.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi berperan penting dalam meningkatkan minat penggunaan bank digital Seabank. Semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan, seperti kemudahan akses aplikasi, fitur layanan yang modern, keamanan transaksi, serta kecepatan dalam proses perbankan digital, maka semakin tinggi pula ketertarikan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Hal ini menandakan bahwa keberhasilan bank digital sangat bergantung pada kemampuan dalam menghadirkan inovasi teknologi yang relevan dengan kebutuhan dan kenyamanan pengguna. Dengan demikian, inovasi teknologi menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan digital Seabank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nahrul Hayat Hibatullah dan Sherwin Ary Busman yang menunjukkan bahwa fitur produk dan kemudahan layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan mobile banking Livin' by Mandiri. Hal tersebut memperkuat temuan bahwa inovasi dalam teknologi perbankan digital, seperti pengembangan fitur dan kemudahan akses, berperan penting dalam meningkatkan minat serta kepuasan pengguna.

Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan Mira Dira Darmah, yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan, serta kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

dalam menggunakan mobile banking BRI Syariah. Inovasi teknologi yang diterapkan pada sistem perbankan digital terbukti mampu menciptakan persepsi positif nasabah terhadap kemudahan dan efisiensi layanan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa inovasi teknologi merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya tarik dan minat penggunaan layanan bank digital, termasuk pada platform Seabank.

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan Bank Digital Seabank.

Kualitas layanan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan melalui pelayanan yang andal, responsif, serta mudah diakses. Dalam konteks aplikasi Bank Digital Seabank, kualitas layanan mencakup aspek keandalan sistem, kecepatan respon, kemudahan navigasi, serta keamanan transaksi yang dirasakan oleh pengguna. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan digital.

Berdasarkan temuan penelitian dari hasil uji T dapat diketahui bahwa Kualitas Layanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar $-0,020$ dengan nilai t hitung $-0,251$ dan signifikansi $0,802 > 0,05$, Ha ditolak dan Ho diterima artinya bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan bank digital Seabank. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas layanan yang diberikan sudah baik, seperti responsivitas, keandalan, dan kemudahan dalam berinteraksi dengan pihak bank, faktor tersebut belum menjadi pertimbangan utama bagi pengguna dalam menentukan minat mereka untuk menggunakan layanan Seabank. Pengguna cenderung lebih mempertimbangkan aspek lain seperti inovasi teknologi, kemudahan fitur, dan kepraktisan penggunaan aplikasi dibandingkan kualitas layanan secara langsung. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan perlu diimbangi dengan pengembangan inovasi dan fitur yang relevan agar dapat lebih memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan bank digital Seabank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Nahdiyah Awaliyah, yang dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Nasabah Bank Syariah Indonesia Pengguna Aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta” menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang nasabah. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem dan layanan digital bank, maka semakin besar pula minat mereka dalam menggunakan produk atau layanan tersebut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Agung Ayu Mas Sauriedewi dan Ni Wayan Sri Surapti, yang menemukan bahwa e-trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction dan e-loyalty pada layanan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam meningkatkan minat penggunaan bank digital Seabank, karena menciptakan rasa aman, keyakinan terhadap kredibilitas sistem, serta loyalitas terhadap layanan digital yang ditawarkan.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan Bank Digital Seabank.

Kepercayaan merupakan keyakinan pengguna bahwa layanan perbankan digital aman, dapat diandalkan, dan tidak akan disalahgunakan.

Dalam konteks aplikasi Bank Digital Seabank, kepercayaan tercermin melalui keyakinan nasabah terhadap keamanan data pribadi, keandalan sistem transaksi, serta reputasi Bank Mandiri sebagai lembaga keuangan yang kredibel.

Berdasarkan hasil temuan penelitian dari uji T dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,399 dengan nilai t hitung 5,598 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti Ha

diterima dan Ho ditolak, hal ini menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital Seabank. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, kredibilitas, dan keandalan layanan Seabank, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam konteks layanan digital karena berkaitan langsung dengan rasa aman pengguna dalam melakukan transaksi keuangan secara online. Dengan demikian, Seabank perlu terus menjaga transparansi, keamanan data, dan konsistensi pelayanan untuk mempertahankan serta meningkatkan kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan minat penggunaan secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nahdiyah Awaliyah, yang dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Nasabah Bank Syariah Indonesia Pengguna Aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta” menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang nasabah. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem dan layanan digital bank, maka semakin besar pula minat mereka dalam menggunakan produk atau layanan tersebut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Agung Ayu Mas Sauriedewi dan Ni Wayan Sri Surapti, yang menemukan bahwa e-trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction dan e-loyalty pada layanan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam meningkatkan minat penggunaan bank digital Seabank, karena menciptakan rasa aman, keyakinan terhadap kredibilitas sistem, serta loyalitas terhadap layanan digital yang ditawarkan.

4. Pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Bank Digital Seabank.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 152,495 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak (fit) untuk digunakan dalam penelitian, karena variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Selain itu, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R Square) diperoleh nilai sebesar 0,827, yang berarti bahwa sebesar 82,7% variasi padahal variabel dependen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisanya 17,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang tinggi dalam menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Seabank”, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital Seabank. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi teknologi yang diterapkan, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, fitur-fitur modern, dan keamanan sistem, maka semakin besar pula minat pengguna untuk menggunakan layanan bank digital Seabank.
2. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital Seabank. Meskipun kualitas layanan merupakan aspek penting dalam dunia perbankan, namun dalam konteks layanan digital, pengguna lebih menekankan pada faktor inovasi dan kemudahan akses dibandingkan pelayanan secara langsung.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital Seabank. Artinya, semakin tinggi rasa percaya pengguna terhadap keamanan, keandalan, serta kredibilitas Seabank, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan bank digital tersebut secara berkelanjutan.

4. Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital Seabank.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait dan juga bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak Seabank, disarankan untuk terus mengembangkan inovasi teknologi agar layanan yang diberikan semakin praktis, aman, dan menarik bagi pengguna. Selain itu, kualitas layanan tetap perlu ditingkatkan melalui sistem pelayanan digital yang cepat, ramah, dan responsif, meskipun hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Seabank juga perlu menjaga tingkat kepercayaan nasabah dengan memastikan keamanan data serta meningkatkan transparansi dalam setiap kebijakan dan transaksi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti citra merek, promosi digital, atau persepsi manfaat yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan bank digital. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek kajian pada bank digital lainnya agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat dibandingkan antar platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Anda, Dwinurpitassari,, Yeni,” Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* (2019)
- Awaliyah, Nahdiyah, “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Nasabah Bank Syariah Indonesia Pengguna Aplikasi BSI Mobile di DK Jakarta” Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2021)
- Asari, Anang, Misbahul Munir, Khamdan Rifa’I, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* Vol X, No. X (Desember 2022)
- Azalia, Putri, Nadia, Dwi Sofiyatul Widad, “Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember” *Jurnal Of Indonesian Social Society* Volume 1 Nomer 2 Juni 2023 <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.67>
- Arianty, Rezky, Akob, dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar”, *Jurnal Maksipreneur*, vol. 11, no. 2, (2022)
- Arpizal, “*the influence of price, service quality, trust on consumer satisfaction in the Islamic economy perfection in online business*”, *FINEST jurnal riset dan pengembangan ekonomi islam*, vol. 5, no. 1, (2021)
- Arikunto, *Prosedur Penelitian* Jakarta: Rineka Cipta Grafindo Persada, 2006
- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022)
- Ardyan, Elia, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- Belahag, Yusuf, Ega, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, “Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Sebagai Wujud Penerapan Green Banking” *Jurnal Istithmar* Vol.7 No. 1, (2023)
- C, Skinner, “Digital Banking Strategies To Launch Or Become A Digital Bank”. Marshall Cavendish Internasional Asia, Pte Ltd, 21 (2024)

- Dira, Darmah Mira, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah KC Banda Aceh" Skripsi Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, 2022
- Decky, Hendarsyah, Miftahuddin "Analisis perbandingan fasilitas aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri Kcp bengkalis dengan Bank Mandiri Kc Bengkalis", *Jurnal IQTISHADUNA*, vol. 8, no. 2, (Juni 2019)
- Edward, Pandesia Alvaris, dkk "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado" *Jurnal Emba* Vol. 5 No. 2 (Juni 2017)
- Fandi, Achmad, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya" *Jurnal Ekonomi Islam* 2.3 (2019)
- Faiza, Adilah, Jihan, "Pengaruh Risiko Keamanan, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile" (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Wilayah Jabodetabek) Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (2024)
- Farida, Qoriani, Hersa, Muhammad Khanifan Abdillah, dkk, "Analisis Implementasi Aplikasi BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di BSI KCP Jember Balung" *Jurnal Multidisiplin* Vol.2 No. 3 (Maret 2024) <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi>
- Fadilah, Amin, Nur, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian" *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* Volume 14 No 1 (Juni 2023)
- Gusti, Sauriedewi, I Agung Ayu Mas dan Ni Wayan Sri Surapti, "Effent of Mobile Service Quality to E- Trust to Develop Esatisfaction and E- Loyalty Mobile Banking Services" *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* Vol, 7 No.1, (January 2020) <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1836>
- Hayat, Nahrul and Sherwin Ary Busman, "Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar) *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 6.1 (2023)
- Hamdiah, dkk, "strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet mobile banking (studi kasus pada bank syariah mandiri di lhokseumawe)", *jurnal visioner & strategis*, vol. 10, no. 1, (Maret 2021)

- Ibnu, Rasyid, Muhammad, dkk, "pengaruh *e-servqual* dan kepuasan pengguna *mobile banking* (mbanking) Terhadap loyalitas nasabah pada Bank BCA di Bandung", *e-proceeding of management*, vol. 6, no. 3, (2019)
- Indah, Mutiasari, Annisa, "Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital" *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 0, No.2 (Agustus 2020)
- Jasa, Keuangan, Otoritas, "POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum "OJK RI, no 1 (2018)
- Kementerian Komunikasi dan Informasi, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi Dan Sektor Potensial*, (2019)
- Kezia, Rahmawati, Charrisa, dkk, "analisis deskriptif pada dimensi kualitas layanan *mobile banking* (m-banking) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, vol. 7, no. 6, (Juni 2020)
- Kusuma, Wardani, Dian, *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, dan Asosiatif)* Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah (2020)
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014)
- Ledesman, Mario "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking" Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2020)
- Madaniyah, Sofiyatul, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitaningsih, "Pengaruh *Service Quality* Dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Kabupaten Sumenep" *Journal of Economic Sharia Law and Bussines Studies*, Vol. 3 No.1, (Desember 2023)
- Pandu, Winata, Vina, dkk, "analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan bsm *mobile banking* pada bank syariah mandiri kantor cabang payakumbuh", *ekonomika syariah*, vol. 2, no. 2, (Juli 2018)
- Rahmawati, dkk, "mobile banking: analisa penggunaan pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe: Pendekatan *technology acceptance model* (TAM)", *IHTIYATH*, vol. 3, no. 2, (September 2019)
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandu Alfabeta), 2019

Taufiq, “memakan harta secara bathil (perspektif surat An-Nisa: 29 dan At-Taubah: 34)”, *Jurnal Ilmiah Syari’ah*, vol. 17, no. 2, (Juli-Desember 2018)

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Press, 2021)

Vradia, Amora, Ivone, dkk, “*analysis of electronic channel service quality on customer satisfaction of bank syariah indonesia (BSI) during the covid-19 pandemic*”, *Jurnal Al arbah*, vol. 3, no. 2, (2021)

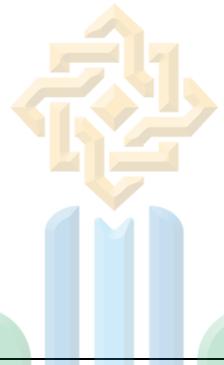


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MATRIKS PENELITIAN

Lampiran 1 : Matrix Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)	Inovasi Teknologi (X1)	1. Pengembangan 2. Perbaikan 3. Tingkat Adopsi Teknologi 4. Tingkat Keberhasilan	1. Data Primer (Angket/Kuisisioner) 2. Data Sekunder (buku, jurnal, internet, dll)	1. Pendekatan Kuantitatif 2. Jenis penelitian asosiatif 3. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan purposive non-Probability sample 4. Penentuan Jumlah sampel Rumus Slovin: 5. Teknik analisis Data	1. Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank? 2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank? 3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank	H1 : Inovasi Teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank. H2: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank H3: kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank
	Kualitas Layanan (X2)	1. Responsif 2. Tingkat kepuasan pelanggan 3. Keandalan Empati				
	Kepercayaan (X3)	1. Integritas perusahaan 2. Kepercayaan 3. Konsistensi 4. Loyalitas				
	Minat	1. Kesesuaian				

	Penggunaan (Y)	2. Manfaat 3. Ketertarikan 4. Keinginan		f. Uji Koefisien g. determinasi h. Uji hipotesis	SeaBank? 4. Apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank?	H4 : Secara Parsial inovasi teknologi, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Bank Digital SeaBank
--	----------------	---	---	--	---	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Is'adiil Mustafid

Nim : 214105010039

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Jember, 27 Oktober 2025

Saya,



Is'adiil Mustafid
NIM. 214105010039

Lampiran 3

KUISIONER PENELITIAN
Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap
Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank
 (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember angkatan 2021-2024)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya Is'adil Mustafid, seorang mahasiswa program studi Perbankan Syariah, saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir Program Sarjana Strata Satu (S1) dengan judul “Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap **Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank** (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember angkatan 2021-2024)”.

Apabila Saudara/I merupakan nasabah bank Mandiri Situbondo, saya mengharap kesediaan saudara/I untuk membantu mengisi kuisioner penelitian ini. Kami akan menjaga kerahasiaan data saudara/i, segala informasi yang diberikan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian.

Karakteristik Responden

1. Nama Lengkap :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Fakultas :
5. Program Studi :
6. Apakah anda nasabah Bank Mandiri Situbondo? (Iya) (Tidak)

Petunjuk Pengisian

Jawablah pernyataan dengan jujur dan berdasarkan pengalaman atau pendapat anda. Gunakan skala berikut untuk menandai jawaban Anda :

1. 5 = Sangat Setuju
2. 4 = setuju
3. 3 = netral
4. 2 = tidak setuju
5. 1 = sangat tidak setuju

Atas kesediaan waktu dan partisipasi saudara/i, saya ucapkan Terima kasih
 Wassalamualaikum wr. Wb.

Daftar Pernyataan

No.	Inovasi Teknologi (X1)	5	4	3	2	1
1.	SeaBank terus menghadirkan fitur-fitur baru dan saya merasa aplikasi ini berkembang sesuai kebutuhan pengguna.					
2.	SeaBank selalu mengalami perbaikan dari versi sebelumnya.					
3.	Fitur-fitur baru dalam aplikasi SeaBank mudah untuk dipahami dan digunakan.					
4.	Inovasi teknologi pada aplikasi SeaBank membuat layanan menjadi lebih efektif.					
No.	Kualitas layanan (X2)	5	4	3	2	1
5	Ketika terjadi keluhan terhadap aplikasi SeaBank pihak bank merespon dengan cepat					
6	Saya puas dengan pelayanan aplikasi SeaBank karena pengalaman saya menggunakan aplikasi sesuai dengan harapan.					
7	Transaksi melalui aplikasi selalu berjalan dengan aman dan lancar.					
8	Aplikasi dirancang dengan memperhatikan kenyamanan penggunanya.					
No.	Kepercayaan (X3)	5	4	3	2	1
9	Saya percaya SeaBank menjaga keamanan data pribadi nasabah					
10	Saya yakin aplikasi SeaBank dapat digunakan tanpa khawatir adanya penipuan.					
11	SeaBank selalu konsisten dalam menjaga kualitas layanan aplikasinya.					
12	Saya akan tetap menggunakan aplikasi SeaBank meskipun ada aplikasi bank lain dan saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.					
No.	Minat Penggunaan (Y)	5	4	3	2	1
13	Aplikasi SeaBank sesuai dengan kebutuhan saya dalam bertransaksi sehari – hari					

14	Aplikasi SeaBank memudahkan saya dalam melakukan transaksi perbankan karena lebih efisien.					
15	Saya tertarik untuk terus menggunakan aplikasi SeaBank					
16	Saya berniat meningkatkan frekuensi penggunaan aplikasi SeaBank.					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 4**DATA RESPONDEN**

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Fakultas	Program Studi	Pengguna SeaBank
Tamam	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Tidak
Gojek avid	22-25 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
As'adur rofiq alfaritsi	22-25 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Moh. Salman Alfarizi	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Oktavia Putri Ramadani	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Tidak
Liviana Miftah	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Fadlun najah	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Tidak
Muhammad Thoriq Al Thof	18-21 tahun	Laki Laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Tasya dwi	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Siti istiqomah	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	MAZAWA	Iya
Pipoy	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
MOHAMMAD ILZAM	18-21 tahun	PRIA	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Uswatun Rofiatul Jannah	18-21 tahun	Pr	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	MAZAWA	Tidak
seblak goreng	22-25 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Adif al ali	18-21 tahun	Pria	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Moh Zainal Abidin	22-25 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
DIAN ZAHRA IZZATI	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	MAZAWA	Iya
Bahrur Rosi	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	MAZAWA	Iya
Rosi madureee	18-21 tahun	Laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	MAZAWA	Iya
Rosi	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Abdus Sufi Syah	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak
Rendy Ilyas Febriansyah	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak
Luqman	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak
Alvio nita putri s arie virdiana	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak
MOHAMMAD ABDUL GHAFUR	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak

Badrut	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Ilham firdausi nuzula	22-25 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak
Wanda Junnita	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Lukman hakim	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Tidak
ilfanny dwi azalia	18-21 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
aldi rahman	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Akuntansi Syaiah	Iya
Rahmad Wahid Hidayat	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
is'adil mustafid	18-21 tahun	laki laku	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Indiana Kaffa	22-25 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Tidak
AR. Rullyansyah	22-25 tahun	Lakikkk Bangett	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Tidak
Dhoiffi Ibrahim	22-25 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Muhammad Faizal Pratama	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Tidak
M. Yusfiur rohman	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Ainur Rohimah	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Ayubi Yahya	22-25 tahun	Laki - Laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Siti Aisyah	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Panjiarang	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Roisul Anhar	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Ridwan	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Jamiluddin	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Mariya Muyassorah	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
M arif h	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Harsono arik	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Novita nur a	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Jasmine aliyah	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Lady elmosh	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Akhdanasta	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Liana indah p	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Wildan syahroni	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Fritzy Nur Ardli	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
ANANDA PUTRI	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Ainur Ridho Dani	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Divano albi	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya

Anis sofyani	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Aprilia Cahya	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Badrut Taman	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Ihsan Maulana	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Nadilla Hidayatul R	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Hidayah Imama	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Nurly Putri Angelica	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
muhammad ikbal kalifuzzaki	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
ismi hidayati	18-21 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
riska amanda	18-21 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
moh. fatah malik	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Fahrudin nafis	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Nuri izzati	18-21 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
ainul yakin	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
badali asrosi	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
andrian maulana	18-21 tahun	laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Muhammad dimas akbar	18-21 tahun	laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Tidak
Siti zulaihah	18-21 tahun	perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
anshory	18-21 tahun	Laki laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Nabila ain	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Adinda lorena	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Susilowati	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Puspita arum lestari	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Bagus indrawan	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Luluk choir	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Bagus prayoga	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Indrianto nugroho	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Fahmi diyaul A	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Monica ayu	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Ghanina	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Erida Rahma	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Utlub Karom	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Dwi Agusdin	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya

Muhammad Huda	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Bahtiar Efendi	18-21 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	Iya
Dwi Kumalasari	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Mohammad syaifur rahman	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Dimas nanda dinata	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Bryan Adi Winata	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Ika Herlina	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Davina ayu	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Dwi ratna sari	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Dygo Albiansyah	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Abian maulana	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Ahmad Wijaya	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Sandy Nugroho	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Muhammad syahdan	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Ernawati	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Trisna yoga	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Khoirul Anam	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Johanif Afkar	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Gita maghfiroh	18-21 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Alfian ramadhan	22-25 tahun	Laki-laki	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Wina amerta	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Aida lutfia	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Putri ayu fatmawati	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya
Sintia humaira	22-25 tahun	Perempuan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Perbankan Syariah	Iya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 5

TABULASI DATA

INOVASI TEKNOLOGI (X1)				TOTAL X1	KUALITAS LAYANAN (X2)				TOTAL X2
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	3	4	4	3	14
1	1	2	2	6	2	2	2	2	8
4	5	4	3	16	4	3	4	5	16
3	2	1	2	8	2	3	2	2	9
3	3	3	1	10	4	4	3	2	13
5	3	4	5	17	3	3	5	5	16
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	3	4	4	15	3	4	4	4	15
3	4	5	4	16	4	3	3	3	13
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
1	3	2	3	9	2	1	4	2	9
2	3	3	1	9	3	3	2	3	11
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
5	4	3	4	16	5	3	4	5	17
4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
4	4	5	5	18	4	4	5	4	17
4	5	5	4	18	5	3	5	5	18
4	2	5	4	15	4	5	3	5	17
1	1	1	4	7	2	1	2	2	7
4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
3	3	5	3	14	5	3	3	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	4	5	18	4	5	4	4	18
4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
2	3	2	3	10	3	2	2	2	9
5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
1	2	1	1	5	1	2	2	2	7
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
4	3	4	5	16	4	5	4	5	18
5	4	4	5	18	4	5	4	5	18
4	4	5	4	17	4	3	4	4	15
4	4	3	5	16	4	5	3	4	16
4	4	3	3	14	4	3	5	4	16
4	3	4	5	16	4	3	4	5	16
4	3	4	4	15	4	5	4	5	18
4	4	3	4	15	4	5	4	4	17
4	3	4	4	15	4	5	4	4	17

4	3	4	4	15
4	3	4	3	14
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18
4	3	3	4	14
5	4	3	4	16
5	4	5	4	18
5	4	3	4	16
3	2	2	2	9
5	3	4	5	17
5	5	5	3	18
5	4	3	5	17
2	5	5	4	16
3	1	1	5	10
4	5	5	4	18
4	5	3	4	16
5	5	4	4	18
4	5	2	3	14
4	3	5	5	17
5	4	3	4	16
3	4	4	3	14
4	5	4	4	17
5	4	3	3	15
4	3	4	4	15
4	5	4	5	18
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	4	5	4	18
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	4	18

4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
4	4	5	5	18
4	5	4	4	17
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18

5	4	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	5	4	3	16
4	5	4	3	16
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17

KEPERCAYAAN (X3)				TOTAL X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
3	5	5	3	16
5	5	4	5	19
2	1	2	3	8
4	5	4	5	18
1	3	1	3	8
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	3	3	5	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	2	2	3	9
3	3	3	3	12
4	4	5	4	17
3	4	5	5	17
4	4	5	5	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	3	2	4	14
1	5	5	4	15
3	4	4	3	14
3	3	5	5	16
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
2	2	2	2	8
2	3	3	3	11
5	5	5	5	20
1	1	2	2	6
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17

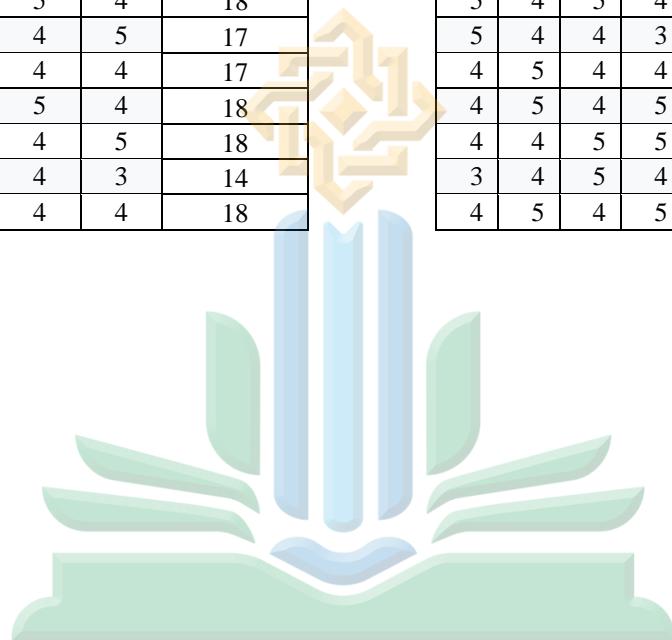
MINAT PENGGUNAAN (Y)				TOTAL Y
Y1	Y2	Y3	Y4	
4	4	5	3	16
5	5	5	5	20
1	1	2	3	7
4	4	3	4	15
2	3	4	4	13
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
4	5	4	3	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	3	3	3	11
3	3	4	2	12
4	4	5	5	18
4	3	4	3	14
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	3	2	15
1	2	3	5	11
3	4	3	3	13
5	5	3	3	16
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	4	5	3	16
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
4	5	5	4	18
1	1	1	2	5
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	5	4	4	16

4	4	5	4	17
4	4	3	3	14
4	4	3	4	15
4	5	3	4	16
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	5	4	3	16
3	4	4	3	14
5	4	4	3	16
4	5	4	4	17
4	5	3	4	16
5	3	4	4	16
4	5	4	5	18
4	4	3	4	15
3	4	4	3	14
1	1	1	2	5
2	2	4	5	13
4	4	4	5	17
3	5	4	4	16
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
5	5	4	3	17
5	5	3	4	17
4	4	4	4	16
4	2	5	4	15
3	4	4	5	16
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
3	4	5	4	16
5	4	3	4	16
5	4	3	4	16
5	3	4	5	17
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	3	17
4	4	5	4	17
4	5	4	5	18
4	3	5	5	17
4	5	4	4	17
4	5	5	4	18
5	4	4	5	18
5	4	5	3	17
5	5	4	4	18
4	5	3	3	15
4	4	5	4	17
4	5	4	3	16
3	5	4	4	16
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	5	17
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
4	4	3	4	15
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18

4	5	4	4	17
4	4	3	4	15
4	3	4	4	15
4	3	4	5	16
4	3	4	4	15
3	4	5	4	16
4	3	3	4	14
4	3	4	4	15
4	4	3	4	15
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	3	4	4	15
4	4	3	4	15
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	3	5	5	16
5	4	4	5	18
4	3	5	4	16
2	1	1	1	5
4	5	4	3	16
4	3	5	5	17
5	3	5	4	17
4	4	5	2	15
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
4	3	5	5	17
4	5	4	4	17
4	5	5	4	18
5	4	4	5	18
5	4	5	3	17
5	5	4	4	18
4	5	3	3	15
4	4	5	4	17
4	5	4	3	16
3	5	4	4	16
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	3	4	15
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18

5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
3	4	4	3	14
5	5	4	4	18

5	4	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	4	3	16
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
3	4	5	4	16
4	5	4	5	18

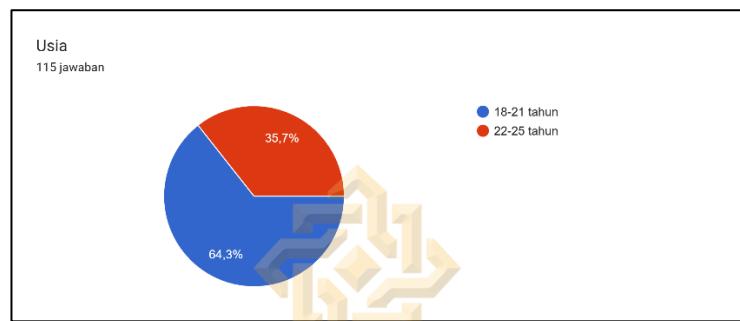


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

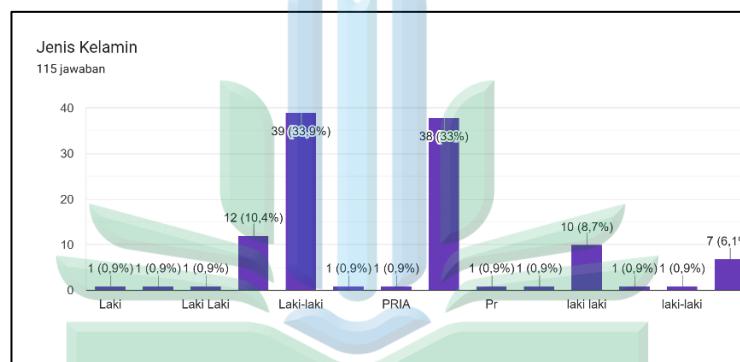
Hasil Penyajian Data dan Perhitungan SPSS

a. Karakteristik Responden

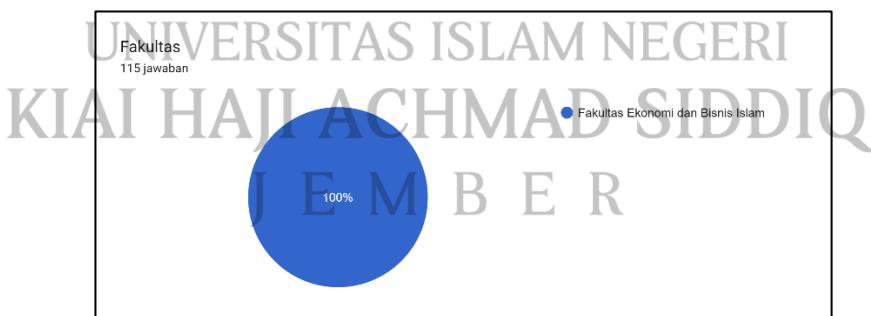
1. Berdasarkan Usia



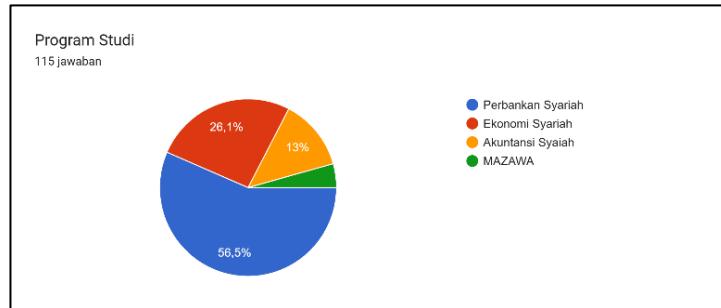
2. Berdasarkan Jenis Kelamin



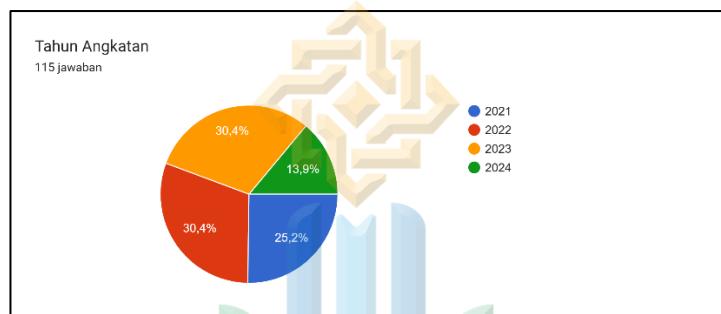
3. Berdasarkan Fakultas



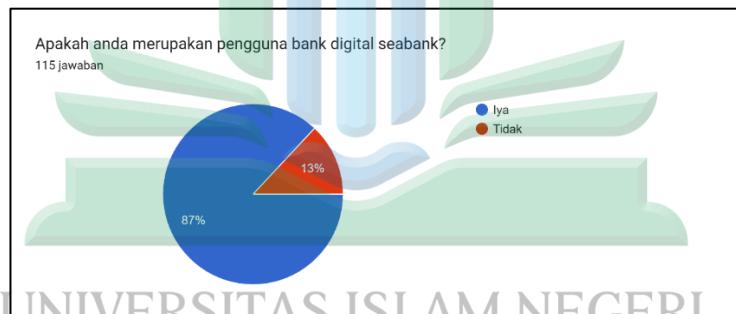
4. Berdasarkan Pogram Studi



5. Berdasarkan Angkatan 2021-2024



6. Berdasarkan Pengguna SeaBank



b. Uji Validitas

a) Uji validitas X1

		Correlations				TotalX1
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
X1.1	Pearson Correlation	1	.592**	.647**	.530**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.592**	1	.519**	.480**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.647**	.519**	1	.546**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.530**	.480**	.546**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	.852**	.805**	.827**	.774**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b) Uji Validitas X2

Correlations					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.514**	.496**	.568**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.514**	1	.459**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.496**	.459**	1	.520**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.568**	.452**	.520**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
TotalX2	Pearson Correlation	.809**	.782**	.778**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c) Uji Validitas X3

Correlations					
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.531**	.523**	.494**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.531**	1	.478**	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.523**	.478**	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.494**	.463**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
TotalX3	Pearson Correlation	.827**	.786**	.792**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d) Uji Validitas Y

Correlations					
	Y1	Y2	Y3	Y4	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	.574**	.608**	.364**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.574**	1	.458**	.391**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.608**	.458**	1	.484**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
Y4	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.364**	.391**	.484**	1	.706**
TotalY	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.819**	.785**	.814**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Uji reliabilitas

a) Uji reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	5

b) Uji reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

c) Uji reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

d) Uji reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	5

d. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.17306262
Most Extreme Differences	Absolute		.066
	Positive		.056
	Negative		-.066
Test Statistic			.066
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.336
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.324
		Upper Bound	.348

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

b) Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	2.072	.711		2.916	.004		
Inovasi_Teknologi	.502	.084	.560	5.988	.000	.207	4.835
Kualitas_Layanan	-.020	.081	-.021	-.251	.802	.247	4.045
Kepercayaan	.399	.071	.415	5.598	.000	.329	3.040

a. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

c) Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.817	.449		4.042	.000		
Inovasi_Teknologi	-.046	.053	-.190	-.870	.387	.207	4.835
Kualitas_Layanan	-.015	.051	-.058	-.291	.772	.247	4.045
Kepercayaan	.002	.045	.009	.053	.958	.329	3.040

a. Dependent Variable: ABS_RES

e. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		
B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	2.072	.711		2.916	.004	
Inovasi_Teknologi	.502	.084	.560	5.988	.000	
Kualitas_Layanan	-.020	.081	-.021	-.251	.802	
Kepercayaan	.399	.071	.415	5.598	.000	

a. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

f. Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.827	.821	1.19125

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas_Layanan, Inovasi_Teknologi

b. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

g. Uji Hipotesis

a) Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.072	.711		2.916	.004
	Inovasi_Teknologi	.502	.084	.560	5.988	.000
	Kualitas_Layanan	-.020	.081	-.021	-.251	.802
	Kepercayaan	.399	.071	.415	5.598	.000

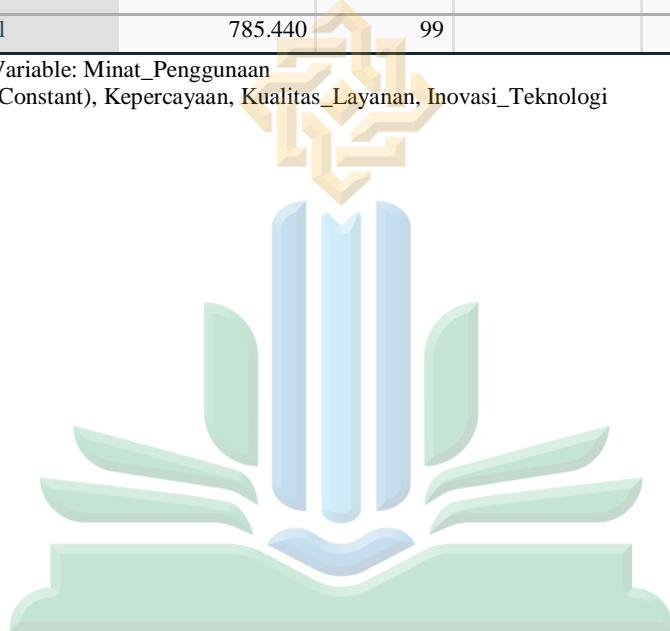
a. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

b) Uji F (Simultan)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.208	3	216.403	152.495	.000 ^b
	Residual	136.232	96	1.419		
	Total	785.440	99			

a. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas_Layanan, Inovasi_Teknologi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 6
Surat ijin Penelitian scan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinjhas.ac.id Website: <https://febi.uinjhas.ac.id/>



Nomor : 4415 / Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/10/2025
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

20 Oktober 2025

Kepada Yth.
Dekan FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember,
 Jawa Timur Kode Pos: 68136

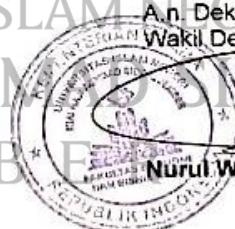
Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi, maka dengan ini saya :

Nama	:	Is'adil Mustafid
NIM	:	214105010039
Semester	:	IX (Sembilan)
Prodi	:	Perbankan Syariah

Mohon izin untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 20 Oktober – 31 Oktober 2025 mengenai Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Seabank (Studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R**



115

Lampiran 7
Surat selesai penelitian scan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136
 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: infofebi@uinkhas.ac.id
 Website: www.febi.uinkhas.ac.id



SURAT KETERANGAN

Nomor: 4588/Un.22/D.5.KJ.1/11/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
NIP	:	197608122008011015
Pangkat, Gol./Ruang	:	Penata Tingkat I / III.d
Jabatan	:	Ketua Jurusan Ekonomi Islam
Unit kerja	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

Nama	:	Is'adil Mustafid
NIM	:	214105010039
Semester	:	IX (Sembilan)
Program Studi/ Fakultas	:	Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN KHAS Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, pada tanggal 20 Oktober – 31 Oktober 2025 dengan judul “**Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Seabank (Studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Kiai Achmad Siddiq Jember)**”.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 4 November 2025

a.n Dekan,
Ketua Jurusan



M.F. Hidayatullah

Lampiran 8

Jurnal Kegiatan Penelitian
Lokasi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN KHAS Jember

No.	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan
1.	20 Oktober 2025	Menyerahkan surat izin penelitian
2.	21 Oktober 2025	Menyebar angket / kuisioner kepada mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember Angkatan 2021-2024
3.	31 Oktober – 2 November 2025	Pengujian dan olah data menggunakan SPSS
4.	3 November	Meminta surat keterangan selesai penelitian

Jember, 19 Oktober 2025

Is'adil Mustafid
214105010039

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 9
Surat keterangan selesai bimbingan scan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Nomor 4727/Un.22/D.5.KP.4/KM.05.00/11/2025

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Perbankan Syariah, menerangkan bahwa :

Nama : Is'adil mustafid
 NIM : 214105010039
 Semester : sembilan

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 11 November 2025

A.n. Dekan
 Koordinator Prodi. Perbankan Syariah


 Ana Pratiwi



Lampiran 10
Surat keterangan lulus plagiasi scan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Is'adil Mustafid
 NIM : 214105010039
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul : Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Seabank (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember 2021-2024)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R**

Jember, 25 November 2025

Operator Aplikasi Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Luluk Musfiroh



Lampiran 11**SITASI DOSEN**

Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitaningsih, “Pengaruh Service Quality Dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Kabupaten Sumenep” *Journal of Economic Sharia Law and Bussines Studies*, Vol. 3 No.1, Desember 2023

Hersa Farida Qoriani, Muhammad Khanifan Abdillah, dkk, “Analisis Implementasi Aplikasi BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di BSI KCP Jember Balung” *Jurnal Multidisiplin* Vol.2 No. 3 Maret 2024 <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi>

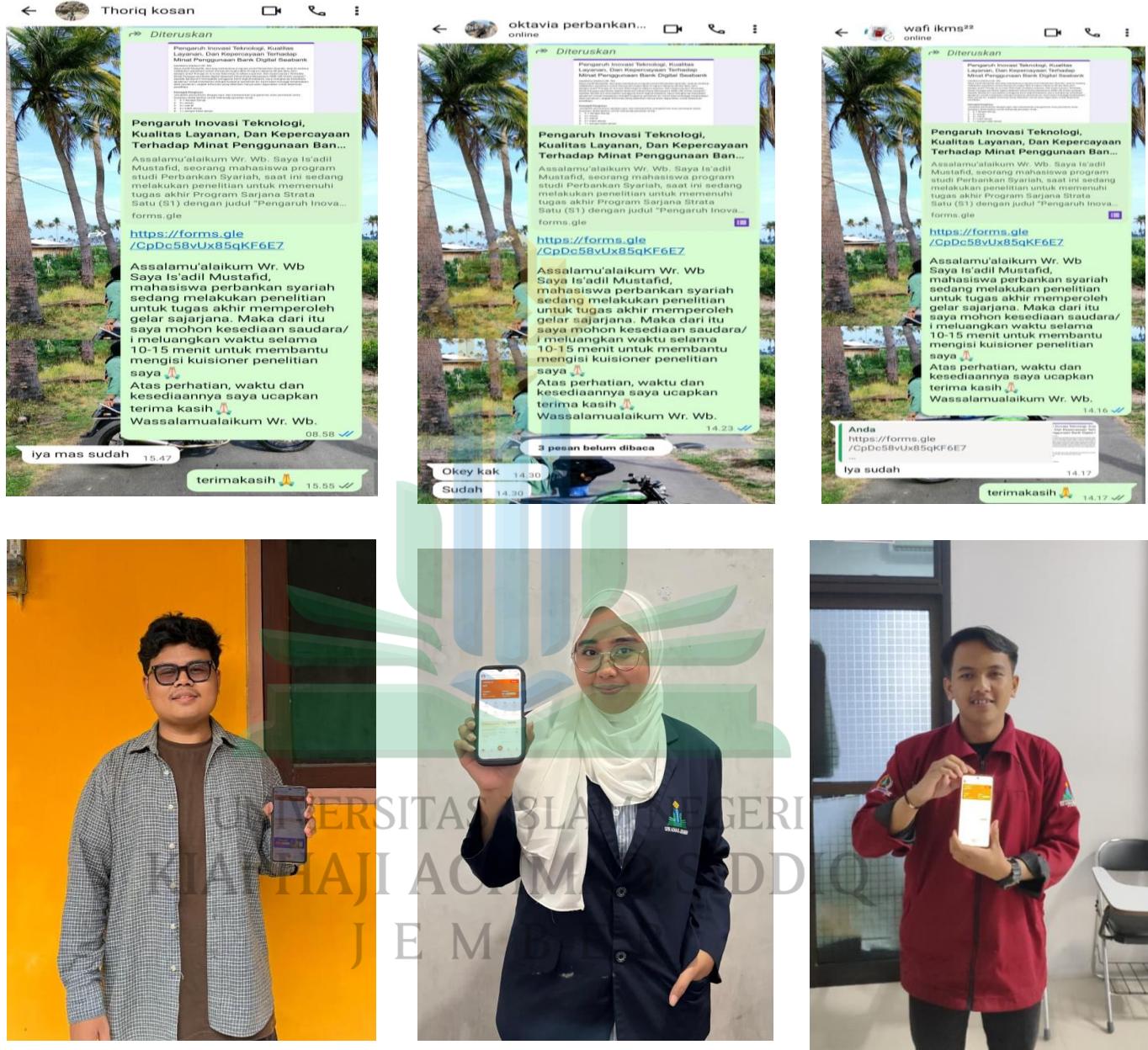
Anang Asari, Misbahul Munir, Khamdan Rifa’I, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol X, No. X Desember 2022, 26-37.

Nikmatul Masruroh, Ilfany Dwi Azalia, Miftahul Jannah, Julia Citra Anggraini, “Literasi Sistem Transformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah” *Jurnal Jamas* Vol. 2 No. 1, Februari 2024.

Nadia Azalia Putri, Dwi Sofiyatul Widad, “Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember” *Jurnal Of Indonesian Social Society* Volume 1 Nomer 2 Juni 2023 <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.67>

Lampiran 12

DOKUMENTASI



Lampiran 13**BIODATA PENULIS****A. Biodata Penulis**

Nama : Is'adil Mustafid
NIM : 214105010039
TTL : Situbondo, 17 Mei 2003
Alamat : Sumber Tengah, Bungatan, Situbondo
No,Hp : 082225585443
Email : isadilmustafid1705@gmail.com
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

B. Riwayat Pendidikan

SD : SDN 2 Sumber Tengah
SMP : SMP Islam Assiddiqy
SMA : SMA Assiddiqy
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember