

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, *LIFESTYLE* DAN KELENGKAPAN FITUR TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL “SEABANK “
(Studi Kasus Generasi Z di Kabupaten Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
ULINIDA ATUNNISA
NIM. 214110202177

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan diibawah ini :

Nama : Ulinida Atunnisasss
NIM : 214110202177
Jejang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, *Lifestyle* Dan Kelengkapan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital "SeaBank" (Studi Kasus Generasi Z Di Kabupaten Banyumas)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 24 maret 2025

Saya yang menyatakan,



Ulinida Atunnisa

NIM. 214110202177



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febr.uinsaiwu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDA/
PENGUNAAN, *LIFESTYLE*, DAN KELENGKAPAN FITUR TER/
MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL "SEABANK" (Stud
Generasi Z di Kabupaten Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **ULINIDA ATUNNISA NIM 2141102021771** gr
S-1 Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas
dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan
Rabu, 07 Mei 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh
Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.
NIP. 19930414 202012 1 004

Pembimbing/Penguji

H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 14 Mei 2025

Mengesahkan

Dekan,



Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Ulinida Atunnisa NIM 214110202177 yang berjudul :

**Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan,
Lifestyle dan Kelengkapan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Bank
Digital "SeaBank"
(Studi Kasus Generasi Z Di Kabupaten Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H saifuddin zuhri purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam ilmu ekonomi syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 18 april 2025



H.Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP.198809242019031008

MOTTO

“Keberanian adalah langkah pertama menuju mimpi”

-Walt Disney-



**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, *LIFESTYLE*, DAN KELENGKAPAN FITUR
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL “SEABANK”
(Studi Kasus Generasi Z Di Kabupaten Banyumas)**

ULINIDA ATUNNISA

214110202177

Email : ulinida2609@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri perbankan, ditandai dengan munculnya berbagai layanan bank digital yang menawarkan kemudahan transaksi tanpa perlu mengunjungi kantor fisik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan layanan Seabank.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar menggunakan *Google form*, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, thesis, dan situs web. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical product and service solution*) versi 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Persepsi kemanfaatan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Sementara itu, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $443,060 > 2,395$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah (81,8%) yang artinya (81,8%) variasi pada minat menggunakan bank digital “SeaBank” dipengaruhi oleh 4 variabel bebas, yaitu persepsi kemanfaatan (X_1), persepsi kemudahan penggunaan (X_2), *lifestyle* (X_3), dan kelengkapan fitur (X_4).

Kata Kunci : Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, *Lifestyle*, Dan Kelengkapan Fitur, Minat Menggunakan, Seabank

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, LIFESTYLE, AND COMPLETENESS OF FEATURES ON INTEREST IN USING THE DIGITAL BANK “SEABANK”
(Case Study of Generation Z in Banyumas Regency)**

ULINIDA ATUNNISA

214110202177

Email: ulinida2609@gmail.com

Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty State
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes in the banking industry, which has been marked by the emergence of various digital bank services that offer ease of transactions without the need to visit a physical office. This study aims to analyze the influence of these factors on Generation Z's interest in using Seabank services in Banyumas Regency.

This study used a purposive sampling technique. The data consisted of primary data collected through questionnaires distributed using Google Forms and secondary data obtained from books, journals, theses, and websites. This research is quantitative and uses multiple linear regression analysis methods, with the help of SPSS (Statistical Product and Service Solution) software version 22.

The results of this study indicate that the perceived convenience variable has no significant effect partially on interest in using the digital bank “SeaBank”. Perceived usefulness, lifestyle, and feature completeness have a significant effect on interest in using the digital bank “SeaBank”. Meanwhile, perceived usefulness, perceived ease of use, lifestyle, and completeness of features simultaneously (together) affect the interest in using the digital bank “SeaBank” as evidenced by the value of $F_{count} > F_{table}$ of (443.060 > 2.395 and its significance value of 0.00 < 0.05. The coefficient of determination (R^2) is (81.8%) which means that (81.8%) of the variation in interest in using the digital bank “SeaBank” is influenced by 4 independent variables, namely perceived usefulness (X_1), perceived ease of use (X_2), lifestyle (X_3), and completeness of features (X_4).

Keywords: *Perceived usefulness, perceived ease of use, lifestyle, and completeness of features, interest in using, Seabank*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai pada penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1978 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka

ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	w
ه	ha’	h	ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’ marbutah di akhir kata bila mati dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karmah al-auliya’</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta’marbutah* hidup atau dengan rakaat, *fathah* atau *kasrah* atau *dommah* ditulis dengan t

زكاة لفطر	ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

c. Vocal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

d. Vocal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2.	Fathah + ya’mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	<i>tansā</i>

3.	Kasrah + ya'mati	ditulis	i
	كاري	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

e. Vocal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawumati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

f. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لغشكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

g. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'añ</i>

b. Bila diikuti huruf syamsiyah diikuti dengan menggunakan harus syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>
س		

h. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

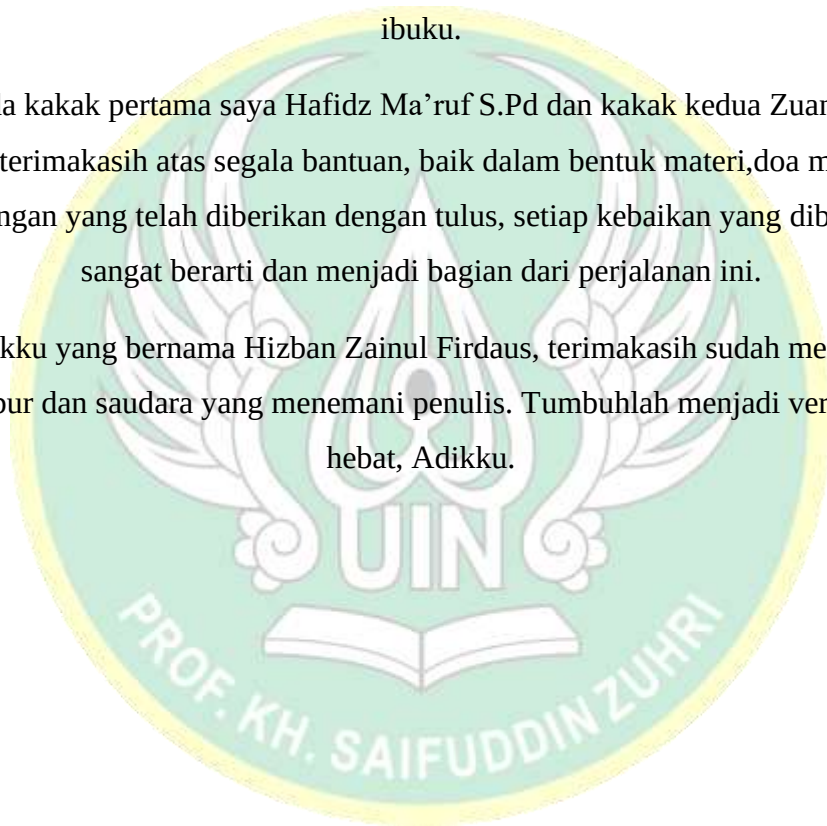
PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya tercinta bapak Fadholi dan Ibu Umi kulsum yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan tiada henti, gelar ini bukan hanya milikku, tetapi juga milik ayah dan ibuku.

Kepada kakak pertama saya Hafidz Ma'ruf S.Pd dan kakak kedua Zuana Rifqi S.Pd terimakasih atas segala bantuan, baik dalam bentuk materi, doa maupun dukungan yang telah diberikan dengan tulus, setiap kebaikan yang diberikan sangat berarti dan menjadi bagian dari perjalanan ini.

Adikku yang bernama Hizban Zainul Firdaus, terimakasih sudah menjadi penghibur dan saudara yang menemani penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, Adikku.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, selesai sudah tanggung jawab saya dalam penyelesaian tugas akhir skripsi. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada nabiullah nabi agung Muhammad *Shalallaahu Alaihi Wassalaam*, para sahabat dan tabi'in yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh umat dan semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan semoga mendapatkan syafa'atnya di hari penantian.

Dengan mengangkat penelitian berjudul “pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” (Studi kasus Generasi Z di Kabupaten Banyumas)”. Saya sadar betul dengan segala keterbatasan pengetahuan kiranya skripsi ini jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, arahan, serta dukungan penuh dari berbagai pihak maka akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kebesaran hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Suwito, M.Ag. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas

Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

7. H. Ubaidillah, S.E., M.Si. dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas segala bantuan dukungan, motivasi, dan setiap masukan kritik dalam proses perjalanan ini yang bapak berikan telah membuahkan hasil yang baik dalam penelitian saya.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
10. Kedua orang tua paling berjasa hidup saya, Bapak Fadoli dan Ibu Umi Kulsum Meskipun beliau tidak merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan tetapi beliau mampu mendidik dan memotivasi anak-anaknya sampai menjadi sarjana. Terimakasih atas cinta, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti. Setiap langkah yang kuambil selalu ada doa dan harapan dari kalian yang membimbingku.
11. Kepada kakak pertama Hafidz Ma'ruf, S.Pd, beserta istrinya Nur Fina Farida, A.Md. Keb, dan juga ponakan lucu saya, Rafardan Chalief Hamizan, Nala pramudya daniswara terimakasih atas segala dukungan motivasi dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studynya.
12. Kepada kaka kedua saya, Zuana Rifqi, S.Pd dan adik kecil saya Hizban Zainul Firdaus, terimakasih atas dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studynya dengan tepat waktu.
13. Kepada Alfid Joko Rusmono yang telah kebersamai penulis selama penyusunan skripsi dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun, terimakasih ikut serta mendoakan, memberikan semangat, dan bertukar pikiran untuk penulis selama masa tugas akhir ini.
14. Seluruh keluarga besar saya terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan untuk penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studynya sampai sarjana.

15. Seluruh responden, terimakasih sudah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya dalam pengisian kuesioner penelitian.
16. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah F Angkatan 2021
17. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah berperan dalam penyelesaian skripsi ini.
18. Teruntuk diri saya sendiri, terimakasih atas kegigihan yang membawamu sampai di titik ini, semoga kebermanfaatan senantiasa hadir beriringan dengan gelar baru yang kau sandang.

Akhirnya peneliti mengucapkan syukur yang tiada terhingga kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, atas segala campur tangan-Nya, selesai sudah penulisan skripsi ini. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat terbuka lebar, karena sangat disadari skripsi ini masih terdapat banyak salah dan kurang. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti dan sesiapa yang membutuhkan. Aamiinn

Purwokerto, 24 Maret 2025



Ulinida Atunnisa

NIM. 214110202177

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian.....	42
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan usia	88
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	89
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan memilih mengetahui bank digital SeaBank.....	90
Tabel 4. 5 Uji Validitas	91
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	92
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 4. 10 Analisa Regresi Linear Berganda	95
Tabel 4. 11 Hasil uji parsial (t).....	97
Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....	98
Tabel 4. 13 Hasil uji koefisien determinasi (R^2).....	99

DAFTAR GAMBAR

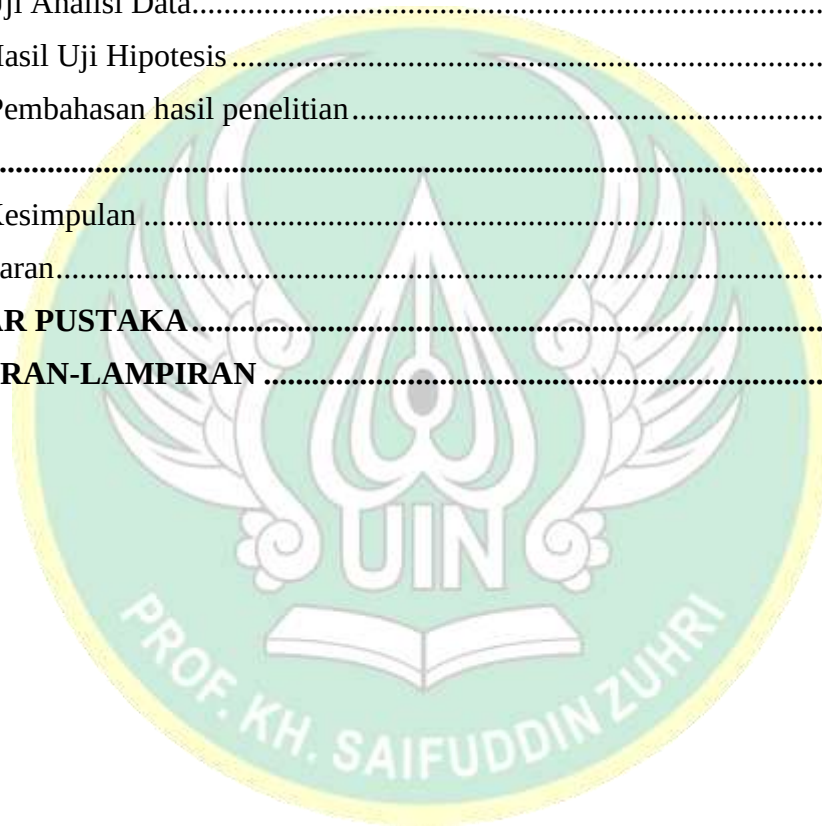
Gambar 1.1 Aplikasi Perbankan Digital “ SeaBank “.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	34
Gambar 4. 1 Seabank	85
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Utama SeaBank 2024.....	85
Gambar 4. 3 Presentasi Responden Berdasarkan pada jenis kelamin.....	87
Gambar 4. 4 Presentasi Responden Berdasarkan Dari Usia	88
Gambar 4. 5 presentasi responden berdasarkan dari pekerjaan	89
Gambar 4. 6 presentasi responden berdasarkan yang memilih mengetahui bank digital SeaBank	90



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II	13
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Kajian Teori	23
C. Landasan Teologis	30
D. Kerangka Berfikir.....	33
E. Hipotesis.....	35
BAB III.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel Penelitian	40
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44

F. Uji Instrumen Data	45
G. Uji Asumsi Klasik	46
H. Uji Hipotesis	48
BAB IV	83
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
B. Deskripsi Subjek Penelitian	86
C. Hasil Uji Instrumen Data	90
D. Analisis Data	92
E. Uji Analisi Data.....	95
F. Hasil Uji Hipotesis	96
G. Pembahasan hasil penelitian.....	100
BAB V.....	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN-LAMPIRAN	122



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, teknologi digital semakin populer dan menjadi fokus utama dalam industri perbankan dan jasa keuangan di Indonesia. Penguasaan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi menjadi kunci utama untuk bersaing di sektor perbankan. Penerapan teknologi dalam lingkungan bank mendukung kelancaran operasional perusahaan, membuatnya lebih efisien dan efektif, serta meningkatkan kualitas layanan dan menjaga hubungan yang lebih baik dengan nasabah. Oleh karena itu, industri perbankan harus segera menerapkan layanan perbankan digital agar tetap kompetitif dalam menyediakan layanan yang lebih sederhana, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah (Hilmawan dan Yanti 2023).

Seiring dengan kondisi yang terus berubah kemajuan teknologi dan informasi juga terus maju dan semakin canggih. Munculnya teknologi digital seperti *smartphone* merupakan salah satu kemajuan yang paling cepat dan mudah karena adanya kemajuan zaman. Dengan bantuan teknologi maka gaya hidup manusia terus bergeser dari fokus awal pada segala sesuatu yang canggih dan konvensional menjadi sesuatu yang lugas namun kontemporer. Di seluruh dunia, transaksi menggunakan *smartphone* sudah berkembang pesat hingga saat ini. Munculnya beragam aplikasi komunikasi yang mampu menyentuh interaksi langsung pengguna internet telah menjadi pergeseran pola pencarian informasi masyarakat dari konvensional ke internet menyebabkan perkembangan teknologi alat komunikasi (*gadget*) semakin menunjang akses ke dunia internet, sehingga menjadi pasar potensial bagi banyak pihak termasuk pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya (Fricticarani *et al*, 2023).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini telah mengubah cara sektor perbankan beroperasi secara fundamental. Tradisi perbankan yang didominasi oleh layanan fisik dan kantor cabang kini telah

digantikan oleh layanan perbankan digital yang dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti *smartphone* dan komputer pribadi. Perkembangan ini bergerak dengan cepat di sektor industri keuangan, yang telah mengubah cara pelayanan perbankan kepada konsumen. Munculnya ekosistem baru yaitu bank digital, menurut Patrick Johnson dalam penelitian yang dikutip oleh Wijaya 2021 bank digital dapat diidentifikasi sebagai organisasi bisnis yang tidak lagi hanya mengandalkan kantor cabang fisik untuk menyediakan layanan perbankan kepada pelanggan. Sebaliknya, bank digital menawarkan semua layanan perbankan melalui platform daring, seperti situs web dan aplikasi perbankan seluler. Sistem aplikasi perbankan sudah mulai banyak yang menggunakannya, diharapkan teknologi informasi baru dapat mengembangkan layanan perbankan dan lembaga keuangan negara yang lebih modern sehingga dapat memunculkan inovasi baru. SeaBank adalah aplikasi yang ditawarkan nya dengan layanan yang aman, handal dan terpercaya.



Gambar 1.1 Aplikasi Perbankan Digital “SeaBank “

Sumber : marketerdream.com

SeaBank merupakan produk perbankan digital milik PT Bank Seabank Indonesia dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), terdaftar dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sebelum diakuisisi induk Perusahaan Shopee, PT Seabank Indonesia (SeaBank) awalnya adalah PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE). Setelah diakuisisi Shopee, nama perusahaannya diganti menjadi Seabank sejak 10 Februari 2021. Sementara itu, perubahan nama bank tersebut telah disetujui dan didasarkan pada

Peraturan Deputi Komisioner Pengendalian Perbankan I Dewan Jasa Keuangan (OJK) KEP12/PB.1/2021 tentang Penetapan Penggunaan. Dari izin usaha atas nama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi diresmikan menjadi izin usaha atas nama PT bank SeaBank indonesia. SeaBank memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan mulai dari tabungan hingga transaksi pembayaran hanya dengan *smartphone* dan juga membuka akun secara online. Calon nasabah dapat membuka rekening SeaBank melalui aplikasi SeaBank atau toko online Shopee. Cukup sambungkan *smartphone* ke internet kemudian dapat membuka rekening SeaBank kapan saja, di mana saja.

Untuk meningkatkan minat menggunakan SeaBank pada generasi Z sekarang ini, strategi yang efektif melibatkan kombinasi pendekatan pemasaran digital, program insentif, dan edukasi finansial. Peningkatan kesadaran mereka melalui kampanye media sosial yang kreatif dan kolaborasi dengan *influencer* yang dekat dengan Generasi Z dapat membantu memperkenalkan SeaBank sebagai solusi perbankan yang modern dan relevan. Selain itu, program referral yang memberikan penghargaan kepada pengguna yang berhasil mengajak orang lain untuk bergabung dan menggunakan layanan SeaBank, biasanya menggunakan kode referral dan loyalty ditujukan untuk memberikan apresiasi kepada pengguna yang aktif dan rutin menggunakan fitur-fitur SeaBank seperti menabung, transfer atau transaksi lainnya. Fitur aplikasi yang mudah digunakan serta produk perbankan yang dirancang khusus untuk kebutuhan finansial Generasi Z, seperti tabungan dengan setoran rendah dan opsi investasi kecil, juga bisa menjadi daya tarik utama. Tidak kalah pentingnya, edukasi finansial melalui webinar, konten online, dan kerja sama dengan institusi pendidikan dapat membantu Generasi Z memahami pentingnya menabung dan mengelola keuangan dengan bijak, dengan memperkenalkan SeaBank sebagai mitra terpercaya dalam perjalanan finansial mereka.

Menurut (Efendi 2020) istilah minat, intensi, dan niat memiliki arti yang sama. Intensi didefinisikan sebagai niat yang diasumsikan untuk

melihat seberapa besar faktor motivasi mempengaruhi perilaku. Menurut (Kesuma and Nurbaiti 2023) minat menggunakan muncul karena adanya stimulus positif yang terkait dengan sebuah objek yang meningkatkan konsumen terhadap suatu produk.

Faktor kemanfaatan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” menurut Jogiyanto yang dikutip dari jurnal (Rismalia & Sugiyanto 2022) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Selain Persepsi kemanfaatan sebagai faktor generasi z berminat dalam menggunakan bank digital “SeaBank” faktor lainnya yaitu kemudahan penggunaan yang dimiliki generasi z. Menurut davis (2017) yang dikutip dari jurnal (Gebriila 2024) Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna. Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan mengacu pada proses yang tidak membebani atau memerlukan kemampuan tinggi saat mengoperasikan sistem tersebut.

Kemudian minat seseorang dalam menggunakan juga dipengaruhi *Lifestyle* atau gaya hidup yang dimiliki oleh generasi Z dimana merupakan Gaya hidup seseorang juga mempengaruhi kebiasaan dalam menggunakan uang, yang dapat berdampak pada sikap konsumtif dan buruknya pengelolaan keuangan. Faktor lain yang mempengaruhi dalam penggunaan teknologi adalah gaya hidup atau *lifestyle*. Menurut Nirmala 2020 yang dikutip oleh (Witono 2022) saat ini gaya hidup mahasiswa berada pada kategori tinggi yang artinya mereka dapat menggunakan uang dan waktu dalam melakukan aktivasi transaksi secara bijak. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang dimasyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, metropolis, dan lain sebagainya.

Kemudian faktor kelengkapan fitur Generasi Z dalam menggunakan bank digital “SeaBank“ dimana Menurut Kotler dan Armstrong (2006), fitur merupakan alat kompetitif yang digunakan perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing. Menjadi yang pertama dalam memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu strategi paling efektif untuk bersaing di pasar.

Menurut (Ananda and Puspitasari 2024) Kelengkapan fitur layanan pada dompet digital merupakan fitur dengan kemampuan teknologi yang cukup dipertimbangkan dalam melakukan transaksi untuk memudahkannya. Dengan adanya berbagai macam pilihan fitur layanan yang terdapat pada dompet digital, maka akan memberikan pengaruh pada keinginan seseorang untuk menggunakannya, terutama untuk mengelola keuangan baik untuk bertransaksi maupun untuk menyimpan dana untuk masa depan.

Maka dari itu, untuk meneliti minat menggunakan bank digital, penulis menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori yang sesuai untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan layanan bank digital seperti SeaBank. Menurut TAM, penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Dalam konteks penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana Generasi Z merasa bahwa SeaBank mudah diakses dan digunakan, semakin praktis penggunaannya, semakin besar minat mereka untuk menggunakannya. Di sisi lain, persepsi kemanfaatan mengacu pada keyakinan bahwa SeaBank memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu dan kemudahan dalam transaksi, yang dapat meningkatkan minat mereka terhadap layanan ini.

Selain itu, kelengkapan fitur juga berperan penting dalam mendukung persepsi kemudahan dan kemanfaatan, karena fitur yang lengkap membantu pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan

perbankan secara lebih praktis. Dengan fitur yang sesuai, Generasi Z akan lebih cenderung menganggap layanan ini berguna dan efektif. Secara keseluruhan, TAM memberikan penjelasan tentang bagaimana persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur memengaruhi minat Generasi Z di Banyumas untuk memilih SeaBank sebagai layanan perbankan digital mereka.

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah meningkatnya popularitas bank digital di kalangan Generasi Z, terutama dengan perkembangan teknologi yang mendorong perubahan gaya hidup dan preferensi terhadap layanan keuangan yang mudah diakses dan memiliki fitur yang lengkap. Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang aktif menggunakan teknologi, memiliki gaya hidup yang modern, dan mengutamakan kenyamanan serta kemudahan dalam bertransaksi. Fenomena ini didukung oleh kemajuan layanan perbankan digital, seperti SeaBank, yang menawarkan kemudahan akses melalui aplikasi dan fitur yang diklaim bermanfaat bagi penggunanya.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Fungky, Sari, & Sanjaya 2021) dikenal memiliki prinsip YOLO (You Only Live Once), sebagaimana dinyatakan oleh (Laturette, Widianingsih, & Subandi 2021) yang berarti mereka cenderung menikmati hidup saat ini tanpa terlalu memikirkan masa depan. Hal ini terlihat dari kecenderungan Generasi Z yang lebih suka berlibur daripada menabung untuk masa depan. Menurut riset Kredit Karma pada tahun 2018, 39% Generasi Z memiliki hutang demi mengikuti tren di komunitas mereka, dan berdasarkan riset IDN Research Institute pada tahun 2019, hanya 10,17% dari pendapatan Generasi Z yang dialokasikan untuk tabungan (Dion, 2020). Generasi Z sangat suka berbelanja, baik secara offline maupun online. Keberadaan media sosial memudahkan Generasi Z dalam mengakses informasi tentang tren mode terkini, yang pada akhirnya memengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup mereka, mulai dari kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier (Fungky, Sari, & Sanjaya 2021).

Teknologi *smartphone* yang kita miliki saat ini menjadi semakin canggih, tidak hanya untuk *chatting* dan telepon, kita bisa melakukan pembayaran lewat *handphone* dengan satu klik saja. Trend tersebut turut membentuk adanya *cashless society* terutama di kalangan generasi Z yang bisa dibidang melek teknologi di antara generasi terdahulunya dari yang dulu pembayaran serba tunai sekarang justru kebanyakan transaksi menggandalkan non tunai. Menurut Kompasiana mengutip dari laman (payment jurnal 2019) dalam penelitian meski banyak yang melakukan transaksi menggunakan non tunai, namun masih 53% gen Z memilih menggunakan secara *cashless* saat berbelanja. Karena sistem pembayaran non tunai berbeda ketika melakukan pembayaran secara *cashless*, bisa mengecek secara langsung riwayat transaksi. Kelebihan dari pembayaran non tunai bisa lebih ngirit karena bisa melihat total pemasukan dan pengeluaran dari *smartphone*.

Dari survei awal yang peneliti lakukan terhadap generasi Z di kabupaten Banyumas yaitu membagikan kuisisioner menggunakan google form pada tanggal 3 september 2024 hasilnya menunjukkan bahwa 14 generasi Z berminat menggunakan bank digital “SeaBank” dan sisanya yaitu 6 generasi Z tidak berminat menggunakan bank digital “SeaBank “. Maka dari itu muncul faktor pertanyaan apa saja yang mempengaruhi minat Generasi Z menggunakan bank digital “SeaBank“. SeaBank merupakan aplikasi digital yang termuka di Indonesia. SeaBank menawarkan perhatian publik dengan adanya berbagai promosi dan fitur yang canggih untuk menarik para pengguna terutama di kalangan Generasi Z. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa pertumbuhan perbankan digital sangat dipengaruhi oleh Generasi Z, yang merupakan kelompok generasi terbesar di Indonesia saat ini.

Generasi Z berperan penting dalam ekosistem ekonomi digital karena merupakan generasi pertama yang tumbuh dengan internet dan teknologi digital sejak usia dini. Menurut (Gading 2024) dalam Tania Di antara bank digital di Indonesia, SeaBank menjadi pilihan utama Gen Z

dengan pangsa pasar sebesar 57%, diikuti oleh Bank Jago (36%) dan Blu by BCA (26%). Survei ini juga mengidentifikasi beberapa alasan yang membuat Gen Z memilih bank digital untuk kebutuhan transaksi mereka, seperti kecepatan dan kemudahan transfer, integrasi dengan e-wallet dan layanan pembayaran lainnya, fleksibilitas transaksi kapan saja dan di mana saja, biaya administrasi yang lebih rendah, serta kemampuan untuk mendukung berbagai transaksi dalam satu aplikasi. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan responden dalam memilih bank digital, termasuk biaya admin dan transfer yang rendah (56%), program promosi, diskon, atau cashback (52%), keamanan bank (50%), desain aplikasi yang ramah pengguna (49%), dan fleksibilitas transaksi sehari-hari (47%), serta faktor lainnya. Secara keseluruhan, SeaBank paling banyak digunakan oleh Gen Z untuk transaksi harian karena fitur-fitur unggulannya, seperti bebas biaya admin dan transfer, banyaknya program promosi menarik, serta aplikasi yang mudah digunakan.

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Devita and Cakra 2021) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Namun, hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Riawati Kurnia and Penta Sitio 2023) menunjukkan tidak pengaruh signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *intention reuse*.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Harminingtyas & Susetyarsi, 2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan yang berarti cara penggunaan suatu produk yang diciptakan mudah digunakan dan dapat dipahami dengan baik sehingga pengguna merasa terbantu dengan kemudahan tersebut. Berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh (Umah & Siswahyudianto, 2022) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan sehingga menunjukkan bahwa tingkat kemudahan

penggunaan tidak dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan suatu produk.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Sapitri & Maulina 2021) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sehingga menunjukkan bahwa setiap peningkatan gaya hidup akan meningkatkan proses keputusan pembelian. Hal ini Berbeda halnya pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hardiyanti, 2022) yang dalam penelitiannya menunjukan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian selanjutnya menyatakan bahwa Faktor kelengkapan fitur layanan juga berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah menggunakan internet banking di BNI Syariah KCP Cibinong (Anita Fitriyani1 2021) Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Wahyu dan Dewi yang menunjukkan bahwa kelengkapan fitur tidak memiliki pengaruh (Wahyu Prastiwi Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani, 2020). Hasil penelitian-penelitian tersebut menunjukan hasil berbeda sehingga memunculkan kesenjangan atau *research gap*. Berdasarkan pembahasan *research gap* tersebut maka peneliti bermaksud menjadikan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur sebagai variabel yang mempengaruhi minat.

Penelitian ini berfokus pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas karena mereka merupakan segmen pasar yang strategis bagi bank digital. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan bank digital menjadi penting bagi SeaBank untuk dapat merancang strategi yang efektif dalam menarik dan mempertahankan minat penggunanya. Pemahaman Generasi Z mengenai bank digital SeaBank akan memberikan pengaruh pada minat menggunakan SeaBank sebagai alat untuk bertransaksi.

Berdasarkan landasan teori, serta kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) serta mengasumsikan pada kondisi sebenarnya menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan

kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank“(Studi kasus Generasi Z di Kabupaten Banyumas).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah penelitian, maka peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“
3. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “Seabank“
4. Apakah kelengkapan fitur berpengaruh terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “Seabank“
5. Apakah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat generasi Z di kabupaten banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“
 - b. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“
 - c. Untuk menganalisis pengaruh *lifestyle* terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“
 - d. Untuk menganalisis pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank“

- e. Untuk menganalisis persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan bank digital “SeaBank”

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai apa saja variabel yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan bank digital “SeaBank”. Serta diharapkan dengan adanya penelitian teoritis dapat meningkatkan minat menggunakan bank digital.

b. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi terhadap sektor keuangan agar lebih banyak yang berminat menggunakan bank digital “SeaBank” serta fitur layanan bank digital agar lebih baik lagi sehingga generasi Z yang ada di banyumas tertarik dengan adanya fitur terbaru.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini penyusun menguraikan secara singkat yang terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I : pendahuluan

Pada bab ini penulis membahas mengenai latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dari penelitian yang dilakukan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi landasan-landasan teori yang dijadikan referensi dari penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan 8 penelitian yang akan dilakukan, landasan teorinya mencakup persepsi

kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, kelengkapan fitur, dan minat menggunakan.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini meliputi jenis penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian tentang perhitungan statistika yang akan memberikan hasil ada atau tidaknya pengaruh variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” (studi kasus Generasi Z di Kabupaten Banyumas)

BAB V : Penutup

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran atau rekomendasi kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dari interpretasi data yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z oleh Frialyani, Mulyadi, & Sandi (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kabupaten Karawang. Untuk penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* sampling dengan kriteria responden adalah pengguna BCA Mobile dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh karena itu untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dengan rumus *moe* sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan secara simultan variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur) oleh Lestari et al. (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, persepsi resiko, dan kemudahan penggunaan berdampak pada keinginan untuk menggunakan bank digital. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah jenisnya. Penelitian ini melibatkan masyarakat Karawang Timur dan 102 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disediakan oleh Google Form dan metode Analisis Linear Berganda. Karena Literasi Keuangan secara parsial tidak mempengaruhi minat

menggunakan, nilai t adalah 0.236 di bawah 1.984 dan tingkat signifikan adalah 0.814 di atas 0.05. Dengan nilai t hitung untuk variabel persepsi risiko sebesar $3.098 > 1.984$ dan nilai signifikan $0.003 < 0.05$, persepsi risiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Selanjutnya, variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai t hitung untuk variabel kemudahan penggunaan sebesar $5.027 > 1.984$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Dengan nilai F hitung 27.853 lebih besar dari 2.696 dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05, literasi keuangan, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan semuanya berdampak positif dan signifikan pada minat masyarakat karawang timur untuk menggunakan bank digital “SeaBank”.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan Bank Digital (SeaBank) terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan PBS ” oleh Wiyono et al. (2024). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak layanan dan kenyamanan saat bertransaksi menggunakan SeaBank terhadap preferensi menabung mahasiswa perbankan. Teknik utama pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada sampel masyarakat yang mewakili, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampelnya adalah mahasiswa jurusan Perbankan Syariah angkatan 2021, 2022, dan 2023. Dengan menggunakan kuesioner, data primer dikumpulkan langsung dari responden. Penelitian juga akan didukung oleh data sekunder, seperti literasi dari jurnal dan sumber lainnya.

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan kemudahan dalam minat menabung mahasiswa menggunakan bank digital sangat sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dan disimpulkan juga bahwa uji Deskriptif Menggambarkan bahwa pelayanan bank digital (X1) dan kemudahan bertransaksi (X2) memiliki pengaruh terhadap minat menabung (Y) mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Uji Validitas Data

yang diperoleh dari kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan derajat signifikansi 5%. Uji Reliabilitas: Instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.880, yang berarti lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dianggap reliabel. Uji Normalitas: Distribusi data dinyatakan normal berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi lebih dari 0.05. Uji t : Analisis regresi menunjukkan bahwa pelayanan bank digital (X1) dan kemudahan bertransaksi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y), dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Uji F: Analisis ANOVA menunjukkan bahwa secara simultan, variabel pelayanan bank digital (X1) dan kemudahan bertransaksi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y), dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0.05.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Credibility*, Dan *Features* Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital *SeaBank* Di Jabodetabek Pada Era New Habit” Oleh Nafra Veraniazzahra (2023). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived credibility*, dan *features* terhadap minat menggunakan bank digital *SeaBank*. Pendekatan metode kuantitatif diterapkan dengan melakukan survei untuk menguji hipotesis. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pengguna bank digital *SeaBank* dengan teknik purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS 26. Hasil menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Sedangkan, *features* tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan. Secara simultan, ketiga variabel memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital *SeaBank*.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah bank syariah indonesia

menggunakan layanan mobile banking“ oleh Iskandar (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan mobile banking. Adapun jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variable persepsi kemudahan penggunaan (X1), berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat menggunakan mobile banking. Hasil pengujian secara parsial/ uji T diketahui bahwa variable persepsi kemanfaatan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan mobile banking (Y). Berdasarkan uji secara simultan (Uji F) diperoleh hasil bahwa, variable persepsi kemudahan (X1) dan persepsi kemanfaatan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variable minat menggunakan mobile banking (Y).

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)” oleh (Lestari et al. 2023) dengan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, persepsi resiko, dan kemudahan penggunaan berdampak pada keinginan untuk menggunakan bank digital. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah jenisnya. Penelitian ini melibatkan masyarakat Karawang Timur dan 102 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disediakan oleh Google Form dan metode Analisis Linear Berganda. Karena Literasi Keuangan secara parsial tidak mempengaruhi minat menggunakan, nilai t adalah 0.236 di bawah 1.984 dan tingkat signifikan adalah 0.814 di atas 0.05. Dengan nilai t hitung untuk variabel persepsi risiko sebesar $3.098 > 1.984$ dan nilai signifikan $0.003 < 0.05$, persepsi risiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Selanjutnya, variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai t hitung untuk variabel kemudahan penggunaan sebesar $5.027 > 1.984$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Dengan nilai F hitung 27.853 lebih besar dari 2.696 dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05,

literasi keuangan, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan semuanya berdampak positif dan signifikan pada minat masyarakat karawang timur untuk menggunakan bank digital Seabank.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital OVO di Janji Jiwa Citywalk” oleh Sapitri & Maulina (2021). keputusan pembelian pengguna OVO di Janji Jiwa Citywalk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden pengguna OVO di Janji Jiwa Citywalk. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari hasil uji F, di mana nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($93,512 > 3,10$) dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X_1) dan promosi (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian (Y). Koefisien determinasi berganda (R^2) menunjukkan bahwa gaya hidup dan promosi memberikan pengaruh sebesar 67,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan Mobile Banking PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember” Oleh (Cakra 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat berkelanjutan penggunaan mobile banking di PT. Bank Rakyat Indonesia cabang unit Tanggul, Jember. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif regresi linear berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 sampel. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan sampel adalah non

probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner yang menggunakan skala Likert. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkelanjutan secara parsial variabel persepsi kemanfaatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan memiliki t hitung sebesar $5,616 > 1,660$, artinya variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh kuat secara parsial terhadap minat berkelanjutan. Kemudian variabel persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi $0,041 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,061 > 1,660$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh kuat secara parsial terhadap variabel minat berkelanjutan. Variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,748 > 1,660$, maka variabel persepsi risiko juga dapat dikatakan berpengaruh kuat secara parsial terhadap variabel minat berkelanjutan.

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun Penelitian dan Judul Penelitian	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
1.	Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) (Pranoto & Setianegara 2020)	Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, yaitu: (1) persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran; (2) persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat	Persamaan : Variabel independen Persepsi kemudahan, persepsi manfaat Perbedaan : Variabel independen Keamanan, tempat penelitian Variabel dependen : Minat nasabah

		nasabah menggunakan mobile banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran; (3) keamanan berpengaruh signifikan terhadap k minat nasabah menggunakan mobile banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran.	
2.	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur) (Lestari et al. 2023)	Berdasarkan penelitian ini, masyarakat karawang timur sangat tertarik untuk menggunakan bank digital seabank karena mereka cukup mengenal keuangan, memahami risiko dan mudah digunakan. Persepsi risiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank.	Persamaan : Variabel independen Kemudahan penggunaan Perbedaan : Tempat penelitian, variabel independen Manfaat dan kelengkapan fitur.
3.	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi (Rahmawati dan Murtanto 2023)	Berdasarkan penelitian ini, bahwa Penelitian menguji mengenai persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Akuntansi, Universitas Trisakti. Sehingga disimpulkan bahwa kesimpulan analisis ini memastikan persepsi manfaat terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan	Persamaan : Variabel independen persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan Perbedaan : tempat penelitian, Variabel dependen : penggunaan uang elektronik (Qris)

		tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS. Akan tetapi, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh simultan terhadap keputusan menggunakan QRIS berarti semakin besar manfaat dan kemudahan penggunaan akan meningkatkan penggunaan QRIS.	
4.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Credibility</i> , Dan <i>Features</i> Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Seabank Di Jabodetabek Pada Era New Habit. (Nafra Veraniazzahra 2023)	Hasil penelitian ini menunjukan <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived credibility</i> , dan <i>features</i> secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank, sehingga hipotesis keempat dapat diterima. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan akan keamanan privasi dan transaksi serta adanya fitur tambahan yang membantu untuk mengelola keuangan, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan digital SeaBank.	Persamaan : Variabel independen <i>Features</i> Perbedaan : Variabel independen <i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived credibility</i> , tempat penelitian
5.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dana (Studi Pada Pengguna Dana Di Wilayah Jakarta Utara)	Berdasarkan hasil Hasil penelitian ini 1. Secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech	Persamaan : Variabel independen persepsi kemudahan dan persepsi manfaat Perbedaan : Tempat penelitian

	(Nadia A 2020)	DANA. Hal ini dikarenakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan pada fintech (<i>financial technology</i>) oleh masyarakat di Wilayah Jakarta Utara dapat menimbulkan niat masyarakat untuk menggunakan fintech DANA. Hasil tersebut menunjukkan semakin besar tingkat kemudahan penggunaan fintech DANA maka akan semakin besar pula minat untuk menggunakannya. 2. Secara parsial variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech DANA. Hal ini membuktikan bahwa manfaat pada fintech (<i>financial technology</i>) oleh masyarakat di wilayah Jakarta Utara dapat menimbulkan niat masyarakat untuk menggunakan Fintech DANA. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin besar manfaat maka dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakannya. 3. Secara parsial variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech DANA. Hal ini diartkan bahwa semakin besar tingkat kemanan pada penggunaan aplikasi berbasis fintech maka	Variabel independen : keamanan dan kepercayaan Variabel dependen : Minat menggunakan fintech dana
--	----------------	--	---

		dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakannya. 4. Secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech DANA. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin besar kepercayaan akan dapat meningkatkan minat menggunakan fintech DANA	
6.	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi (Nenandha 2020)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi. Sehingga bisa dikatakan bahwasanya tingkat persepsi kebermanfaatan akan berpengaruh pada minat penggunaan layanan pembayaran digital. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa akuntansi yang sudah terbiasa dengan menggunakan berbagai teknologi. Namun, ketika layanan pembayaran digital sulit digunakan, maka minat dari penggunaan tersebut akan rendah. 2. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi. Bisa diambil kesimpulan bahwasanya tingkat	Persamaan : Variabel independen Pengaruh persepsi kebermanfaatan Perbedaan : Tempat penelitian Variabel independen Kemudahan, risiko Variabel dependen Minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi.

		persepsi risiko tidak mempengaruhi minat penggunaan layanan pembayaran digital..	
7.	Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital Ovo Di Janji Jiwa Citywalk. (Sapitri dan Maulina 2021)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian, variabel promosi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian, variabel gaya hidup dan promosi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap proses keputusan pembelian	Persamaan : variabel independen pengaruh gaya hidup perbedaan : tempat penelitian variabel independen : pengaruh promosi variabel dependen : proses keputusan pembelian menggunakan dompet digital
8.	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mbanking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember. (Devita and Cakra 2021)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking, persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking, persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking.	Persamaan Variabel independen : Persamaan : Variabel independen Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan Perbedaan : Tempat penelitian Variabel independen : Persepsi risiko Variabel dependen : Minat berkelanjutan menggunakan layanan Mbanking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember.

B. Kajian Teori

a. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989. TAM merupakan

model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan suatu sistem atau sistem informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Bagaimanapun yang namanya model yang bagus itu tidak hanya memprediksi, namun idealnya juga harus bisa menjelaskan. Rupanya dengan model TAM dan indikatornya memang sudah teruji dapat mengukur penerimaan teknologi. Untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan suatu teknologi berbasis informasi secara umum, *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat digunakan. TAM juga mampu menggambarkan perilaku pengguna akhir terhadap teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas dan populasi pengguna yang berbeda-beda, sehingga dapat memberikan dasar untuk memahami pengaruh faktor eksternal terhadap aspek psikologis. Selain itu, teori TAM menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu memengaruhi kesediaan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut atau tidak (Tumsifu & Gekombe, 2020).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori dalam bidang sistem informasi yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Model ini menyatakan bahwa ketika pengguna diperkenalkan dengan sistem baru, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan sistem tersebut. Faktor-faktor ini terutama meliputi *usefulness* (keyakinan pengguna bahwa sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja mereka) dan *ease of use* (keyakinan pengguna bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan tidak menyulitkan).

Menurut Jogiyanto 2019 dalam penelitian yang dikutip oleh (Ashary, Pradhanawati, and Dewi 2022) mendefinisikan persepsi

manfaat sebagai keyakinan atas kemanfaatan, yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Menurut Rahmatsyah (2011) dalam penelitian yang dikutip oleh (Inayah 2020) persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai kemungkinan dari individu ataupun pengguna potensial yang menggunakan suatu teknologi atau aplikasi tertentu yang bertujuan mempermudah seseorang dalam kinerja pekerjaannya. Masyarakat Banyumas sendiri merupakan masyarakat yang bisa dikatakan sudah terbiasa dengan teknologi. mereka akan menggunakan suatu teknologi jika memiliki manfaat bagi mereka.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana para konsumen merasakan kemudahan dalam berinteraksi pada situs ecommerce dan mampu menerima informasi produk yang dibutuhkan. Hal ini tercermin dari mudahnya individu merasakan kegunaan sebuah sistem, serta sejauh mana individu tersebut percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari masalah. Jika semakin mudah pengguna fitur yang dianggap oleh pengguna, maka layanan ini akan lebih mungkin untuk diterima bagi mereka (Evimalia and Wati 2022).

Gaya hidup seseorang tercermin dari perilaku individu dalam menjalankan aktivitas, seperti cara memperoleh atau menggunakan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan dalam menentukan aktivitas tersebut. Konsumen yang memiliki daya beli tinggi serta didukung oleh ketersediaan waktu luang dan uang cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif (Darma & Japariato, 2024).

Kelengkapan fitur menurut Ainscough dan Luckett adalah sebagai berikut: “Perlengkapan untuk interaktivitas konsumen adalah kriteria penting yang menarik perhatian para konsumen di dalam penyampaian jasa internet”. Menurut chandra & sesilya dalam penelitian (Ramadayani, Chamidah, & Wahyuningsih 2022)

kelengkapan fitur adalah sebagai perlengkapan penting dalam suatu produk dengan tujuan untuk menarik perhatian para konsumen di dalam penyampaian suatu jasa internet. Adapun indikator variabel kelengkapan fitur ini antara lain adalah kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan, keamanan dari aplikasi, dan biaya penggunaan fasilitas (Amijaya, 2010).

Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Minat berperilaku atau menggunakan adalah tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Ketika seseorang merasa bahwa sesuatu akan mudah untuk digunakan, muncul suatu dorongan minat untuk menggunakan sehingga mencapai kepuasan tersendiri (Davis 1989).

a. Persepsi Kemanfaatan

Persepsi menurut (Kotler, P., & Armstrong 2015) adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menerjemahkan informasi yang diterima untuk membentuk pemahaman yang bermakna tentang dunia. Sementara itu, Jogiyanto (2019:933) dalam penelitian yang dikutip oleh (Rahmawati and Murtanto 2023) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan seseorang mengenai seberapa jauh penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Orang cenderung menggunakan teknologi jika mereka percaya teknologi tersebut memberikan manfaat. Jika seseorang merasa teknologi tersebut berguna, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika dianggap kurang bermanfaat, orang tersebut mungkin tidak akan memanfaatkannya. Penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai manfaat positif dari teknologi tersebut. Oleh karena itu, diharapkan teknologi mampu memberikan manfaat bagi penggunanya agar dapat digunakan dengan optimal. Persepsi

kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis 1989). Persepsi Manfaat dapat dinilai melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Mempercepat pekerjaan
2. Mempermudah pekerjaan
3. Meningkatkan produktivitas

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi Kemudahan Menurut Davis 2017 dalam penelitian yang dikutip oleh (Rismalia and Sugiyanto 2022) pengertian persepsi kemudahan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu bebas dari usaha. Hal yang paling penting bagi pengguna adalah jumlah usaha yang dikeluarkan untuk dikeluarkan dalam menggunakan suatu sistem. Kemudahan penggunaan adalah konsep yang telah mendapatkan perhatian dalam kepuasan pengguna dalam alirannya penelitian sistem informasi. Segala sesuatu yang sama, sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan niat untuk menggunakan sebagai kebaikan dari suatu sistem yang lebih mudah digunakan, Menurut (Davis 1989) Beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu:

1. Mudah digunakan
2. Fleksibel
3. Dapat mengontrol pekerjaan

c. *Lifestyle*

Gaya hidup adalah salah satu faktor yang memengaruhi seseorang dalam membuat keputusan pembelian. Gaya hidup dapat diartikan sebagai cara dan pola hidup yang tercermin dari perilaku, aktivitas, minat, dan pandangan seseorang tentang dirinya sendiri, yang membedakannya dari orang lain serta lingkungannya. Gaya hidup memengaruhi berbagai aspek perilaku individu, termasuk pola

konsumsi mereka. Gaya hidup sebagaimana dijelaskan oleh Mowen dan Minor menjelaskan bahwa “gaya hidup adalah gaya hidup yang dimiliki seseorang dan dapat dilihat dari aktivitas, minat dan kebiasaan individu dalam mengeluarkan uang serta cara individu tersebut mengalokasikan waktunya”. Menurut asisi 2020 dalam penelitian yang dikutip oleh (Arrezqi 2024) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opini. Secara umum, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutinnnya, pandangannya terhadap hal-hal di sekitarnya, sejauh mana dia peduli terhadap hal-hal tersebut, serta apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan dunia luar. Menurut mandey 2009 dalam penelitian yang dikutip (Dea Ananda, R.Taufiq Nur Muftiyanto, & Agus Suyatno 2024) Beberapa indikator yang dapat mengukur *lifestyle* yaitu:

1. Aktivitas
2. Minat
3. Opini

d. Kelengkapan Fitur

Menurut Kotler & Amstrong (2006) fitur merupakan alat bersaing yang dapat membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Menurut Ainschought dan Luckett dalam penelitian (Natalia & Br Ginting, 2018) menjelaskan bahwa fitur merupakan perlengkapan aktivitas untuk konsumen dan juga kriteria penting yang menarik perhatian konsumen di dalam penyampaian jasa internet. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa fitur merupakan salah satu poin yang sangat diperhatikan oleh konsumen dalam memilih suatu produk. Kelengkapan fitur layanan adalah persepsi pengguna aplikasi yang telah disediakan. Adapun indikator variabel kelengkapan fitur ini antara lain adalah kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan, keamanan fasilitas dari virus komputer, dan biaya penggunaan fasilitas (Amijaya 2010).

Adapun indikator variabel kelengkapan fitur ini antara lain adalah :

1. kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan
2. keamanan dari aplikasi
3. dan biaya penggunaan fasilitas (Amijaya, 2010)

e. Minat

Niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi adalah keinginan atau minat mereka untuk terlibat dalam perilaku tertentu. Menurut Davis, minat seseorang dalam melakukan suatu tindakan dapat diprediksi oleh sikapnya terhadap tindakan tersebut dan bagaimana ia berpikir orang lain akan memandangnya jika ia terlibat dalam aktivitas tersebut. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan pikiran untuk terus fokus dan mengingat suatu tindakan atau aktivitas tertentu. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki ketertarikan pada sesuatu dan memperhatikannya biasanya terdorong oleh rasa kesenangan, dan jika mereka merasakan kesenangan tersebut, mereka cenderung akan terus menggunakan atau melakukannya. Minat sangat erat kaitannya dengan pikiran dan perasaan ketika melakukan suatu tugas. Secara umum, manusia cenderung mempertimbangkan pilihan dan menentukan sikap sebelum membuat keputusan, kemudian memberikan penilaian. Ketertarikan yang kuat terhadap sesuatu, baik disadari maupun tidak, yang muncul dari kebutuhan atau keinginan disebut sebagai minat (mufarih, jayadi, and sugandi 2020). Dari sini dapat disimpulkan bahwa minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya jika mereka memiliki kebebasan untuk memilih, dan setiap minat cenderung memenuhi suatu kebutuhan.

Menurut (Davis 1989) indikator-indikator yang menggambarkan minat penggunaan (*behavioral intention*) meliputi:

1. keinginan untuk bertransaksi
2. memberikan rekomendasi

3. berkomitmen untuk terus menggunakan

C. Landasan Teologis

Landasan teologis dalam penelitian ini didasarkan pada ajaran islam yang menekankan pentingnya manfaat, kemudahan, dan keseimbangan dalam kehidupan manusia, termasuk dalam penggunaan teknologi. persepsi terhadap manfaat teknologi sejalan dengan ajaran Islam. Dalam QS. Al-Maidah [5]: 2, Allah SWT berfirman

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقُلُودَ وَلَا ءَامِينَ
الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا
نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا
عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Berdasarkan *Technology Acceptance Model (TAM)*, minat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan. Aplikasi digital seperti SeaBank, jika dirancang dan dimanfaatkan dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah, dapat memberikan kemanfaatan besar dalam membantu umat mengelola keuangan secara bijak dan sesuai nilai-nilai Islam. Hal ini sejalan dengan pentingnya kerja sama dalam kebajikan dan ketakwaan (ta'āwun 'ala al-birr wa al-taqwā), di mana penggunaan teknologi diarahkan untuk mendukung gaya hidup yang lebih islami, bertanggung jawab, dan bermanfaat bagi sesama. Hal ini diperkuat oleh hadits Rasulullah SAW:

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya" (HR. Ahmad), yang menegaskan bahwa inovasi yang membawa manfaat luas adalah hal yang dianjurkan. Selanjutnya Islam juga mengutamakan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam QS. Al-Baqarah [2]: 185, Allah SWT berfirman,

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ۝ ١٨٥

"Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Alquran, sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barang siapa di antara kamu mendapati bulan itu, maka berpuasalah. Dan barang siapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur".

Ayat ini menegaskan bahwa Islam memberikan solusi praktis untuk kebutuhan hidup, termasuk dalam memanfaatkan teknologi yang memudahkan transaksi keuangan tanpa memberatkan umat. Dalam konteks gaya hidup Islami, prinsip wasathiyah atau keseimbangan menjadi landasan utama, di mana umat didorong untuk menggunakan fasilitas duniawi secara bijak dan proporsional, termasuk dalam penggunaan teknologi keuangan digital seperti SeaBank. Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah dua faktor kunci yang memengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi. Ketika sebuah aplikasi digital mampu menawarkan kemudahan sekaligus manfaat nyata, seperti membantu mengelola keuangan secara efisien dan sesuai syariah, maka pengguna khususnya yang menjunjung gaya hidup Islami akan cenderung menerima dan memanfaatkannya. Dengan demikian,

penerapan teknologi dalam kehidupan muslim harus tetap berpijak pada prinsip keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan nilai-nilai spiritual. Kemudian dalam gaya hidup Islami atau *lifestyle* berlandaskan prinsip *wasathiyah* (keseimbangan), sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Baqarah [2]: 143, Allah SWT berfirman

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۖ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعِ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَىٰ عَقِبَيْهِ ۗ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِلَّ إِيْمَانَكُمْ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرءُوفٌ رَحِيمٌ ١٤٣

“Dan demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) "umat pertengahan" agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Kami tidak menjadikan kiblat yang (dahulu) kamu (berkiblat) kepadanya melainkan agar kami mengetahui siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang berbalik ke belakang. Sungguh, (pemindahan kiblat) itu sangat berat, kecuali bagi orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah. Dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sungguh, Allah Maha Pengasih, Maha Penyayang kepada manusia”.

Umat Islam disebut sebagai "*ummatan wasathan*" (QS. Al-Baqarah: 143), yakni umat yang adil dan seimbang. Pemanfaatan teknologi seperti perbankan digital merupakan bentuk adaptasi positif jika digunakan secara produktif dan sesuai syariah. Gaya hidup Islami yang menekankan efisiensi dan tanggung jawab sejalan dengan Teori TAM, di mana persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan memengaruhi minat terhadap teknologi. Kelengkapan fitur mencerminkan nilai ihsan, yang mendorong penggunaan teknologi secara optimal, bermanfaat, dan berkah.. Sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nahl [16]: 90, Allah SWT berfirman

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ ۚ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan)

perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

Prinsip keadilan dan etika menjadi dasar dalam pelayanan ekonomi syariah. Ketertarikan terhadap teknologi keuangan digital mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan zaman, namun penggunaannya harus tetap sesuai syariah, bebas dari riba, gharar, dan maysir. Dalam kerangka Teori TAM, minat terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kemanfaatan, yang dalam konteks syariah juga mencakup nilai moral dan kepatuhan terhadap prinsip Islam. Dalam QS. Al-Mulk [67]: 15, Allah SWT berfirman,

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ
١٥

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya."

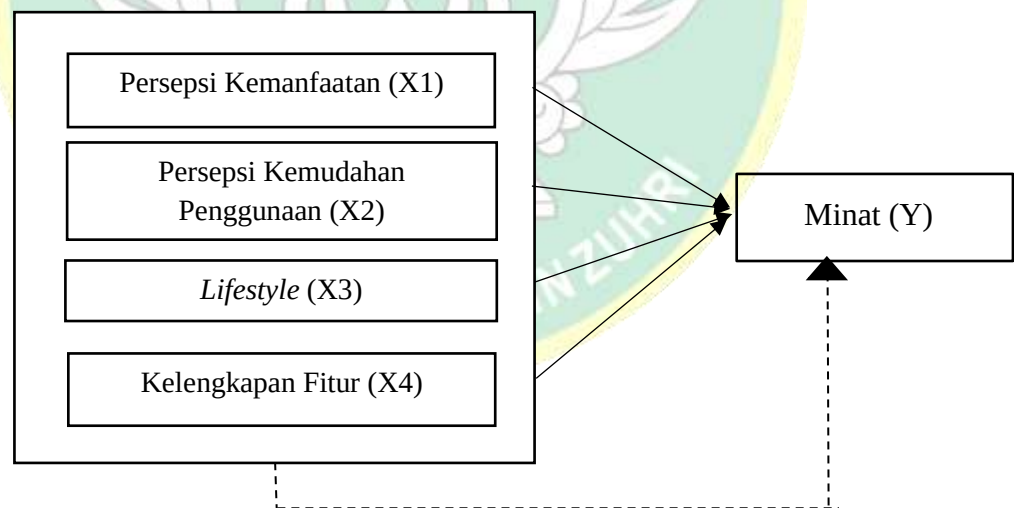
Ayat ini menunjukkan bahwa manusia dianjurkan untuk memanfaatkan segala kemudahan yang diciptakan Allah, termasuk inovasi teknologi, guna mendukung kehidupan. Dengan demikian, penggunaan bank digital seperti SeaBank dapat membantu umat Islam memenuhi kebutuhan keuangan mereka dengan cara yang efisien, aman, dan tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan bebas dari unsur riba.

D. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan representasi sistematis yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel dalam sebuah penelitian. Kerangka ini berperan sebagai pedoman logis yang mengintegrasikan teori-teori relevan dengan fenomena yang menjadi fokus penelitian, sehingga menciptakan alur analisis yang terstruktur untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penyusunan kerangka berpikir didasarkan pada tinjauan literatur, penelitian sebelumnya, dan teori-teori yang mendukung topik yang diteliti. Tujuan kerangka berpikir adalah

memberikan panduan yang jelas dalam memahami dan menganalisis hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan adanya kerangka berpikir, peneliti dapat merumuskan asumsi-asumsi yang akan diuji secara empiris. Selain itu, kerangka berpikir membantu menjelaskan hipotesis yang diajukan, sehingga penelitian menjadi lebih fokus dan terarah. Secara keseluruhan, kerangka berpikir memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan pendekatan sistematis dan berbasis teori yang kokoh, serta memberikan kontribusi ilmiah yang relevan terhadap isu yang dikaji.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank“ (studi kasus Generasi Z di Kabupaten Banyumas). Dalam penelitian yang akan dilakukan, hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut:



Keterangan : -----> :Berpengaruh secara simultan
 -----> :Berpengaruh secara parsial

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori yang relevan belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, akan disajikan hipotesis atau dugaan sementara peneliti berdasarkan penelitian yang akan dilakukan

1. Pengaruh persepsi pemanfaatan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

Menurut Jogiyanto 2008 Persepsi kemanfaatan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan definisi ini, pemanfaatan sistem teknologi informasi diyakini mampu meningkatkan kinerja pengguna, dan mereka akan menggunakannya jika terbukti memberikan manfaat dalam pekerjaannya. Persepsi kemanfaatan adalah faktor yang paling signifikan dan penting dalam mempengaruhi sikap, minat, serta perilaku penggunaan teknologi dibandingkan faktor lainnya.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah salah satu faktor utama yang menentukan apakah seseorang akan menerima atau menggunakan teknologi tertentu. Menurut TAM, persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Ketika pengguna merasa bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat atau membantu mereka bekerja lebih efisien, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi itu. Secara khusus, TAM menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat dan sikap pengguna terhadap teknologi. Jika pengguna melihat

teknologi sebagai sesuatu yang bermanfaat, mereka akan lebih tertarik dan termotivasi untuk menggunakannya.

berdasarkan pada penelitian (Rangkuti, 2021) menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan QRIS secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap efisiensi pembayaran digital. Sedangkan pada penelitian (Safitri 2020) menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO di Jakarta utara. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : persepsi kemanfaatan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

Menurut Davis (1989) dalam penelitian yang dikutip oleh (Krisnaresanti et al. 2022) Penggunaan sistem nampak mudah, digunakan, dipahami, dan dalam pengoperasian jika sering sekali dipakai. Inovasi teknologi akan menilai bagaimana teknologi baru dapat memberikan kemudahanyangsebelumnya belum dirasakan. Kemudahan penggunaan merupakan suatu bagian dari TAM. TAM merupakan suatu teori yang menggunakan pendekatan dengan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan dalam mengkaji proses adopsi sistem informasi.

berdasarkan pada penelitian (Nizar & Yusuf, 2022) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital Link Aja. Sedangkan pada penelitian (Umah & Siswahyudianto, 2022) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan sehingga menunjukkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan tidak dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan suatu produk. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

3. Pengaruh *lifestyle* terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

Salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk menggunakan dompet digital adalah gaya hidup. Gaya hidup memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan teknologi dan zaman. Gaya hidup mencerminkan upaya seseorang untuk menonjolkan eksistensinya dengan cara tertentu yang berbeda dari kelompok lain. Menurut pernyataan (Surmawan, 2004) bahwa Gaya hidup seseorang biasanya tidak tetap dan cenderung berubah dengan cepat. Menurut Kotler dan Armstrong dalam penelitian yang dikutip (Kusnandar, D.L., & Kurniawan, D., 2020) gaya hidup adalah pola perilaku seseorang sehari-hari yang tercermin melalui minat, aktivitas, dan opininya. *Technology Acceptance Model* (TAM), gaya hidup memengaruhi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi. Misalnya, orang dengan gaya hidup yang akrab dengan teknologi akan lebih cenderung merasa teknologi itu mudah dan bermanfaat, sehingga lebih mungkin mengadopsinya. Singkatnya, gaya hidup yang mendukung teknologi memperkuat penerimaan teknologi sesuai prinsip TAM.

berdasarkan pada penelitian (Dayan, 2020) menyimpulkan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi pembayaran digital. Sedangkan pada penelitian (Hardiyanti, 2022) menyimpulkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *lifestyle* secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

4. Pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

Menurut wijaya 2018 yang dikutip oleh (Ramadayani, Chamidah, & Wahyuningsih 2022) Kelengkapan fitur adalah aspek penting dalam

sebuah produk yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dalam penggunaan layanan berbasis internet. Fitur diartikan sebagai elemen dari atribut atau komponen produk yang dianggap unik dan menarik. Secara umum, fitur dirancang untuk menyempurnakan produk, sehingga konsumen merasa tertarik untuk menggunakannya. Jika fitur produk dirancang dengan buruk, konsumen berpotensi untuk berpindah ke produk lain yang lebih baik. Sebaliknya, jika fitur dirancang dengan baik dan lengkap, konsumen akan merasa nyaman, puas, dan cenderung terus memilih produk tersebut (Ramadayani, Chamidah, dan Wahyuningsih 2022).

Berdasarkan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) Fitur yang lengkap dan mudah diakses membuat pengguna merasa produk lebih mudah digunakan, sementara fitur yang bermanfaat meningkatkan pandangan bahwa produk tersebut berguna. Sesuai dengan teori TAM, mendorong minat dan penerimaan pengguna terhadap teknologi atau layanan digital.

Berdasarkan pada penelitian (Putra 2020) menyimpulkan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian (Wahyu Prastiwi Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani, 2020) menyimpulkan bahwa kelengkapan fitur tidak memiliki pengaruh. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

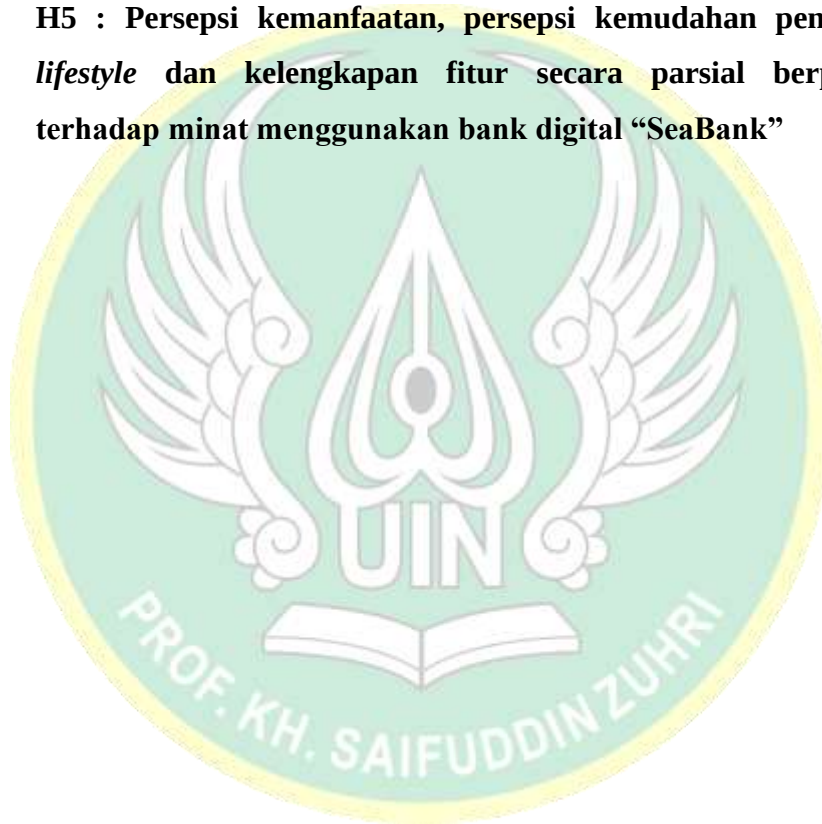
H4 : kelengkapan fitur secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

5. Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

berdasarkan penelitian pada (Rodiah & Melati, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-money*, berdasarkan pada penelitian (Lestari et al. 2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank digital SeaBank pada masyarakat Karawang Timur, berdasarkan pada penelitian (Lastari 2023) bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived value pada konsumen Oppo di Kota Medan, kemudian berdasarkan penelitian pada (Widianingrum, 2021) menyimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap aplikasi mobile banking BNI Syariah. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono 2020) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode 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 yang terdapat pada penelitian ini yaitu pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank“ (Studi kasus pada generasi Z di Kabupaten Banyumas). Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu proses memerlukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai hal yang ingin diketahui berdasarkan hipotesis pada penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuisioner secara online yang nantinya akan di sebarkan kepada masyarakat generasi Z yang bertempat tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas.

2. Waktu

Penelitian ini dimulai dari tanggal 29 Agustus 2024 sampai tanggal 25 Maret 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut (Sugiyono 2020) adalah keseluruhan objek penelitian yang menjadi target pengamatan dalam suatu penelitian. Populasi mencakup semua elemen atau unit yang memiliki karakteristik serupa dan relevan dengan topik penelitian dalam penelitian ini, yang

akan jadi objek adalah Generasi Z di Kabupaten Banyumas usia 18-27 tahun. Mereka dipilih karena jumlah Generasi Z adalah generasi terbanyak di Kabupaten Banyumas. Menurut BPS statistik Banyumas pada tahun 2023 berjumlah 409.464 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi yang akan diteliti (Sugiyono 2020). Untuk menghemat tenaga, waktu, dan biaya, peneliti memilih sampel yang bisa mewakili populasi yang ingin diteliti di generasi Z Kabupaten Banyumas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling, dengan teknik purposive sampling jadi tidak semua orang di populasi punya kesempatan yang sama untuk jadi sampel (Sugiyono 2020). Penelitian ini memiliki kriteria yang digunakan pada sampel, yaitu:

- 1) Generasi Z berusia 18 hingga 27 tahun
- 2) Berdomisili di Kabupaten Banyumas
- 3) Mengetahui SeaBank sebagai bank digital, fitur-fitur SeaBank dan cara akses atau penggunaan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{N}{1 + Ne^2} \right)$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi (409.464)

e : tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditolerir (5%= 0,05)

sehingga dilakukan perhitungan sebagai berikut :

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

$$n = \frac{409.464}{1 + 409.464 (0,05^2)}$$

$$n = 399,61$$

Karena minimal pengambilan sampel yang digunakan adalah 399,61 maka dibulatkan menjadi 400 sampel / responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Variabel penelitian adalah ciri, karakteristik, atau nilai dari individu, benda, organisasi, atau kegiatan yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki guna mendapatkan kesimpulan. Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis variabel: variabel independen dan variabel dependen. "Variabel independen" adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen, menyebabkan perubahan keduanya, atau memengaruhi cara kemunculannya. Dalam konteks statistik penelitian ini, variabel X adalah variabel independen. Ada empat variabel X yang digunakan dalam penelitian ini: persepsi kemanfaatan sebagai X1, persepsi kemudahan penggunaan sebagai X2, *lifestyle* sebagai X3, dan kelengkapan fitur sebagai X4. Sebaliknya, variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam statistik penelitian, variabel ini disebut sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini, variabel Y yang digunakan adalah minat menggunakan “ (Sari et al. 2022).

2. Indikator Penelitian

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Konsep	Indikator
1.	Persepsi kemanfaatan	Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis 1989)	1. Mempercepat pekerjaan 2. Mempermudah pekerjaan 3. Meningkatkan produktivitas (Davis 1989)
2.	Persepsi kemudahan penggunaan	Tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang	1. Mudah digunakan. 2. Fleksibel. 3. Dapat mengontrol pekerjaan. (Davis 1989)

		mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. (Davis 1989)	
3.	<i>Lifestyle</i>	gaya hidup adalah cara seseorang hidup, membelanjakan uang, dan mengalokasikan waktu menurut sunarto dalam (Mandey 2009)	1. Aktivitas: Apa saja yang dilakukan individu, produk apa yang digunakan, dan kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang 2. Minat: Kesukaan, prioritas, dan kegemaran dalam hidup setiap individu 3. Opini: Pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi, dan sosial Menurut Sunarto dalam (Mandey 2009)
4.	Kelengkapan fitur	Kelengkapan fitur layanan adalah persepsi pengguna aplikasi yang telah disediakan. Adapun indikator variablekelengkapan fitur ini antara lain adalah kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan, keamanan fasilitas dari virus computer, dan biaya penggunaan fasilitas (Amijaya 2010)	1. kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan. 2. keamanan fasilitas dari virus Komputer. 3. biaya penggunaan fasilitas (Amijaya 2010)
5.	Minat	Minat adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan suatu	1. Kepuasan setelah menggunakan aplikasi SeaBank 2. Merekomendasikan penggunaan aplikasi SeaBank

		teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut dan memotivasi pengguna lain (Davis 1989)	3. Keinginan menggunakan. (Davis 1989)
--	--	---	---

Sumber : Data sekunder yang diolah oleh penulis

E. Teknik Pengumpulan Data

1) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis berbagai jenis dokumen, baik dokumentasi tertulis, gambar, maupun elektronik. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan, memperkuat argumen dalam penelitian, dan mendukung analisis dengan data yang sudah ada terkait penelitian yang dilakukan.

2) Kuisioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah berupa kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan google form guna meminimalisir biaya dan waktu. Jenis responden yaitu generasi Z yang berusia 18-27 tahun, yang mengetahui bank digital SeaBank dan bertempat tinggal di kabupaten banyumas. Peneliti menggunakan skala Likert, Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuisioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia Sanaky (2021).

Dengan pedoman sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Sangat Setuju	(SS)	5
Setuju	(S)	4
Netral	(N)	3
Tidak Setuju	(TS)	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

F. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan benar-bener dapat mengukur apa yang dimaksud atau tidak. Tujuanya agar data yang diperoleh relevan dengan maksud penelitian. salah satu cara yang digunakan dalam uji validitas adalah dengan memeriksa hubungan antara skor dari setiap pertanyaan dengan skor keseluruhan dari konstruk yang diukur (Devita and Cakra 2021).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum_{xy}$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum_x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum_y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum_x^2)$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum_y^2)$ = Jumlah nilai y kemudian di kuadratkan

Adapun kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka penelitian tersebut dikatakan valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka penelitian tersebut dikatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (mesurment error). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat Tangguh (Fadila et al. 2022).

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = Varians total

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka kuisioner dikatakan reliabel
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka kuisioner dikatakan tidak reliabel

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov dan PP plot standardized residual (Syamsuriana, Anggerwati, and Hikma 2022). Untuk mengetahui normalitas distribusi data dapat dilakukan dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
- b. Jika sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dalam model regresi kolinear atau berkorelasi.

Interkorelasi dalam model regresi mengacu pada hubungan linier atau signifikan antara dua variabel independen atau variabel prediktor. Nilai koefisien korelasi antara variabel independen, nilai VIF dan toleransi, nilai eigenvalue dan indeks kondisi, nilai standar error, koefisien beta, atau koefisien regresi parsial dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dengan *Glejser SPSS* . Uji ini pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterogenitas (Nasution et al. 2024). Penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Dasar pengambilan Keputusan uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikanya $> \alpha = 0.05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikanya $< \alpha = 0.05$ maka terjadi heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Digunakan model regresi berganda sesuai rumus untuk mengetahui bagaimana variabel independen (persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur) berhubungan dengan variabel dependen (minat menggunakan)

$$\text{yaitu : } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Persepsi Kemanfaatan

X_2 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

$X_3 = Lifestyle$

$X_4 =$ Kelengkapan Fitur

$e =$ Error

H. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial adalah uji untuk melihat tingkat signifikan efek atau pengaruh yang diberikan oleh suatu variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (terikat) (Baithal et al. 2023). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t table, dengan ketentuan sebagai berikut : Pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu:

a. Rumus Hipotesis

H_01 = Persepsi kemanfaatan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_{a1} = Persepsi kemanfaatan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_02 = Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_{a2} = Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_03 = *Lifestyle* secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_{a3} = *Lifestyle* secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_04 = Kelengkapan fitur secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_{a4} = Kelengkapan fitur secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

- b. Tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan tingkat kebenaran sebesar 95%
- c. Mencari nilai t_{hitung} menggunakan rumus :

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial
 r = Koefisien korelasi
 n = Banyaknya data

- d. Menghitung nilai t tabel dengan df. Nilai df dengan rumus $df = n - k$, di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel.
- e. Menentukan kriteria penelitian hipotesis, yaitu jika $t_{penelitian} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $t_{penelitian} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- f. Membuat kesimpulan

Pengambilan keputusan uji t didasari pada dua kriteria sebagai berikut (Sugiyono 2020) :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya dari hasil tersebut terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya dari hasil tersebut variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur apakah variabel independen yang digunakan dapat menerangkan perubahan nilai variabel dependen atau tidak (Kartiningrum et al. 2022). Pelaksanaan uji F dengan membandingkan nilai F hitung bersama F tabel. Pemeriksaan probabilitas signifikansi dari nilai F pada tingkat signifikansi sebesar 5% adalah metode untuk uji F.

Berikut adalah langkah-langkahnya (Sugiyono, 2016):

a. Menentukan hipotesis

H_0 = Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

H_a = Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”

b. Tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan tingkat kebenaran sebesar 95%

c. mencari nilai F_{hitung} dengan rumus :

$$\frac{r^2}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independen

d. mencari nilai F_{tabel} menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= a; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 (4 ; 400-4-1) \\ &= 0,05 (4 ; 395) \\ &= 2,395 \end{aligned}$$

Keterangan :

a = Nilai probabilitas

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen (bebas)

Maka nilai F_{tabel} nya adalah sebesar 2,395 (lampiran F_{tabel})

e. Kriteria penerima hipotesis penelitian

apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2011). Koefisien determinasi merupakan ukuran yang dapat dipergunakan untuk mengetahui besarnya variabel tidak bebas. Bila koefisien determinasi $R^2 = 0$, berarti variabel bebas tidak mempunyai pengaruh sama sekali (0%) terhadap variabel tidak bebas. Sebaliknya, bila koefisien determinasi $R^2 = 1$, berarti variabel terikat 100% dipengaruhi oleh variabel bebas. Karena letak R^2 berada dalam interval antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) (Ghozali 2011).

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat SeaBank

Sebelum diakuisisi oleh induk perusahaan Shopee, PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) awalnya bernama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE). Setelah akuisisi, nama perusahaan resmi diubah menjadi SeaBank pada 10 Februari 2021. Perubahan nama ini telah memperoleh izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan diresmikan melalui Keputusan No. KEP-12/PB.1/2021 yang dikeluarkan oleh Deputy Komisioner Pengawasan Perbankan I OJK, yang menetapkan perubahan izin usaha dari PT Bank Kesejahteraan Ekonomi menjadi PT Bank SeaBank Indonesia. Selain perubahan nama, manajemen, dan logo, pihak SeaBank Indonesia juga menginformasikan perubahan tersebut kepada pemegang saham, nasabah, serta mitra bisnis Bank Kesejahteraan Ekonomi (Alfi 2021).

Sejak tahun 2015, Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) telah memiliki Sentra Kredit Konsumer (SKK), yang berfungsi sebagai pabrik kredit untuk pengembangan produk dengan dukungan infrastruktur Teknologi Informasi. Kerja sama dengan Telkom Indonesia melalui e-Koperasi menyediakan layanan PPOB (Payment Point Online Bank), yang memungkinkan anggota koperasi melakukan transaksi seperti pembayaran listrik, telepon, PDAM, serta rencana pengadaan ATM dan EDC (Electronic Data Capture) di masa depan. Selain itu, BKE juga merencanakan untuk menawarkan produk bancassurance, seperti asuransi mikro (Wikipedia, n.d.).

Modal dasar Bank BKE tercatat sebesar Rp 5 triliun, terbagi atas 500 juta saham dengan nominal Rp 10.000 per saham. Sebanyak 41,56% dari modal tersebut telah ditempatkan dan disetorkan, dengan total Rp 2,078 triliun yang terdiri dari 207.812.949 lembar saham. Pada

akhir 2020, BKE mencatatkan pertumbuhan aset sebesar Rp 3,469 triliun dan penambahan pegawai sebanyak 337 orang. Bank BKE juga memiliki 12 kantor layanan, termasuk 8 kantor cabang dan 4 cabang pembantu, serta 22 unit ATM yang tersebar di kantor cabang dan area publik, didukung oleh jaringan ATM Bersama. Selain itu, BKE telah mengembangkan layanan SMS Banking untuk mempermudah transaksi nasabah(Wikipedia, n.d.).

Namun, karena BKE masih merupakan bank kecil dengan aset hanya sekitar Rp 4 triliun, mereka membutuhkan perubahan kepemilikan untuk memperkuat modal. Pada 2019, BKE dimiliki oleh Induk Koperasi Pegawai Republik Indonesia (IKP-RI) dan PT Reliance Sekuritas Indonesia Tbk. (25% dan 19%), ditambah pemegang saham lainnya. Pada awal 2020, PT Danadipa Artha Indonesia (milik Setiawan Ichlas) yang telah menjadi pemegang saham sejak 2018, meningkatkan kepemilikannya dari 21% menjadi 92,6%. Dalam proses ini, Danadipa memperoleh pendanaan dari Turbo Cash, anak perusahaan Sea Group, yang kemudian menguasai 82,19% saham Danadipa. Akhirnya, kepemilikan BKE sepenuhnya berpindah ke Sea Group, dengan Danadipa memegang 95% saham dan sisanya dimiliki oleh PT Koin Investama Nusantara, yang juga dikuasai oleh Turbo Cash (Wikipedia, n.d.).

Setelah akuisisi, pada 15 Januari 2021, Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia mengeluarkan Surat Keputusan No. AHU-0002728.Ah.01.02, yang menetapkan perubahan nama Bank Kesejahteraan Ekonomi menjadi PT SeaBank Indonesia. Perubahan ini berlaku efektif pada 10 Februari 2021, dengan pengumuman perubahan nama dan logo yang baru. Saat ini, SeaBank menjalin kemitraan dengan Shopee untuk menarik lebih banyak nasabah, terutama mereka yang aktif berbelanja online. Pengguna Shopee kini dapat dengan mudah membuka rekening SeaBank melalui aplikasi Shopee, dengan berbagai promo menarik yang ditawarkan oleh kedua platform. Selain itu, Sea

Group juga telah memperoleh lisensi untuk beroperasi sebagai bank digital di Singapura pada Desember 2020 (Wikipedia, n.d.).



Gambar 4. 1 Seabank

1. Visi dan Misi SeaBank

Setiap institusi atau perusahaan umumnya memiliki tujuan dan arah yang ditetapkan melalui visi dan misi sebagai panduan dalam menjalankan operasionalnya. Berikut adalah visi dan misi PT. SeaBank Indonesia:

a) **Visi**

Mengenai visi pada PT. Bank SeaBank Indonesia yaitu “Memberi terobosan pengalaman perbankan untuk melayani yang belum terlayani dan memajukan kehidupan masyarakat Indonesia”

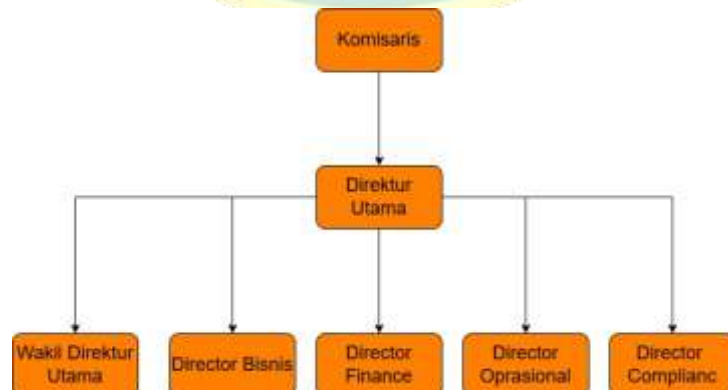
b) **Misi**

Misi dari PT. Bank SeaBank Indonesia ialah “Kemudahan perbankan bagi semua”.

2. Struktur organisasi SeaBank

Berikut adalah struktur organisasi utama SeaBank tahun 2024 yang berlaku di kantor pusat, sesuai dengan Surat Keputusan Direksi No. 017/2024/SK tertanggal 17 Mei 2024.

Sumber (www.SeaBank.co.id)



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Utama SeaBank 2024

a. Dewan Komisaris *SeaBank*

Komisaris Utama	: Dono Boestami
Komisaris	: Hans Kurniadi Saleh
Komisaris Independen	: Joice Farida Rosandi
Komisaris	: Tianyi Wang (Tiger Wang)

b. Dewan Direksi *SeaBank*

<i>President Director</i>	: Sasmaya Tuhuleley
<i>Deputi Main Director</i>	: Junedi Liu
<i>Business Director</i>	: Michael Salam
<i>Director of Operations</i>	: Evangeline Sintawati
<i>Director of Finance</i>	: Lindawati Octaviani
Direktur Kepatuhan	: Anti Deisnasari

B. Deskripsi Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini mengambil dari populasi Generasi Z yang ada di Kabupaten Banyumas dengan jumlah populasi sebanyak 409.464 orang. Penentuan Sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dimana dalam menentukan sampel dalam penelitian harus sesuai kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu :

1. Generasi Z berusia 18 hingga 27 tahun
2. Berdomisili di Kabupaten Banyumas
3. Mengetahui *SeaBank* sebagai bank digital, fitur-fitur *SeaBank* dan cara akses atau penggunaan.

Kuisisioner disebarkan pada responden dalam bentuk Google Forms pada tanggal 24 Desember 2024 sampai dengan tanggal 2 Februari 2025. Dari kuisisioner yang sudah di sebar, didapatkan 400 responden sesuai dengan jumlah sampel yang sudah di tentukan.

Berikut disajikan hasil analisis karakteristik responden berdasarkan data kuisisioner yang telah dikumpulkan. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang mengetahui *SeaBank*, karena penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis serta memahami pengaruh minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Oleh karena itu, responden dalam penelitian ini merupakan generasi Z di Kabupaten banyumas yang mengetahui SeaBank. karakteristik responden tersebut adalah sebagai berikut :

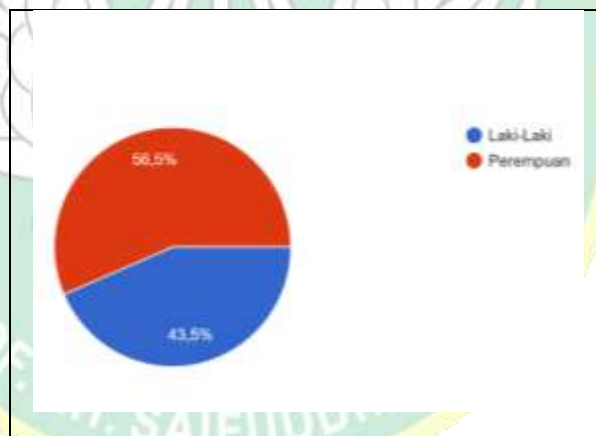
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	174
Perempuan	226
Total Responden	400

Sumber : Dari data primer 2025 (diolah)



Gambar 4. 3 Presentasi Responden Berdasarkan pada jenis kelamin

Sumber : Dari data primer 2025 (diolah)

Berdasarkan tabel dan gambar di atas hasil uji karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah responden laki-laki lebih sedikit dibandingkan dengan perempuan, dengan 174 responden laki-laki dengan presentase 43,5% dan 226 responden perempuan dengan presentase sebesar 56,5%. Dapat disimpulkan responden Generasi Z yang ada di kabupaten Banyumas yang mengetahui bank

digital SeaBank didominasi oleh Generasi Z dengan jenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 56,5%.

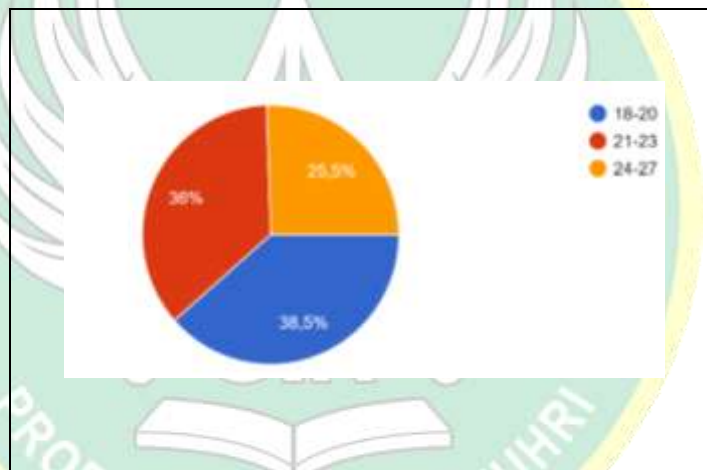
2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah
18-20	154
21-23	144
24-27	102
Total responden	400

Sumber : Dari data primer, 2025 (diolah)



Gambar 4. 4 Presentasi Responden Berdasarkan Dari Usia

Sumber : Dari data primer, 2025 (diolah)

Berdasarkan tabel dan gambar di atas hasil uji karakteristik responden berdasarkan usia yang tercantum dalam tabel 4.2 dan gambar 4.4, responden dengan usia 18-20 tahun yaitu sebanyak 38,5%, responden berdasarkan usia 21-23 tahun yaitu sebanyak 36% dan responden berdasarkan usia 24-27 tahun sebanyak 25,5%.

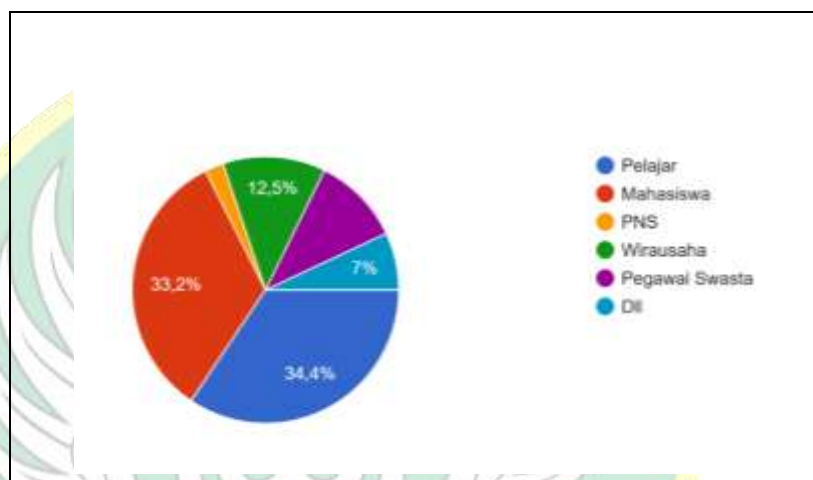
3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
Pelajar	137
Mahasiswa	133
PNS	9
Wirausaha	50
Pegawai Swasta	43
Dll	28
Total responden	400

Sumber : dari data primer 2025 (diolah)

**Gambar 4. 5 presentasi responden berdasarkan dari pekerjaan**

Sumber : dari data primer 2025 (diolah)

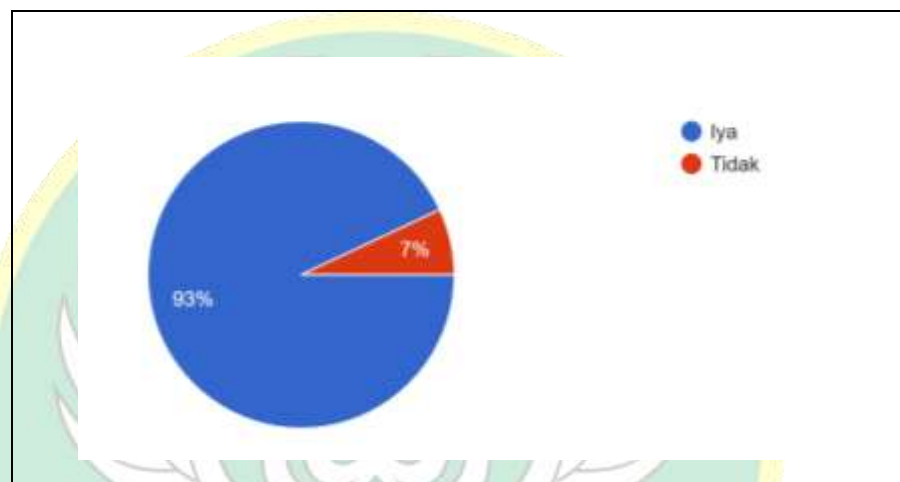
Berdasarkan tabel dan gambar di atas hasil uji karakteristik responden berdasarkan dari pekerjaan yang tercantum dalam tabel 4.3 dan gambar 4.5, pelajar sebanyak 34,4%, mahasiwa sebanyak 33,2%, PNS sebanyak 2,2%, wirausaha sebanyak 12,5%,pegawai swasta 10,7% dan yang memilih dll sebanyak 7%. dapat disimpulkan jumlah terendah dengan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling rendah jumlah nya adalah PNS dengan total 9 dengan presentase sebanyak 2,2%.

- Karakteristik responden berdasarkan yang memilih mengetahui bank digital SeaBank

Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan memilih mengetahui bank digital SeaBank

Apakah anda mengetahui bank digital SeaBank	Jumlah
YA	373
TIDAK	27
Total responden	400

Sumber : dari data primer 2025 (diolah)



Gambar 4. 6 presentasi responden berdasarkan yang memilih mengetahui bank digital SeaBank

berdasarkan tabel dan gambar di atas yang memilih mengetahui bank digital SeaBank “YA” adalah sebanyak 93% dan yang memilih “TIDAK” adalah sebanyak 7%.

C. Hasil Uji Instrumen Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan metode untuk mengukur keakuratan data dalam suatu penelitian hingga dinyatakan valid. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan $sig < 0,05$, maka pernyataan dianggap valid, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ pernyataan dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, uji validitas bertujuan untuk menentukan nilai r_{tabel} dan r_{hitung} . Untuk menurunkan nilai r tabel pada penelitian ini dengan rumus $df = n - 2$ yang hasilnya $400 - 2 = 398$. Maka nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0,098.

Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 22 dengan uji 400 responden. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 5 Uji Validitas

Variabel	No item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	1	0,890	0,098	Valid
	2	0,867	0,098	Valid
	3	0,859	0,098	Valid
	4	0,831	0,098	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	1	0,872	0,098	Valid
	2	0,834	0,098	Valid
	3	0,854	0,098	Valid
	4	0,850	0,098	Valid
Lifestyle (X3)	1	0,774	0,098	Valid
	2	0,769	0,098	Valid
	3	0,772	0,098	Valid
	4	0,802	0,098	Valid
	5	0,782	0,098	Valid
Kelengkapan Fitur (X4)	1	0,878	0,098	Valid
	2	0,855	0,098	Valid
	3	0,846	0,098	Valid
	4	0,848	0,098	Valid
Minat Menggunakan (Y)	1	0,888	0,098	Valid
	2	0,853	0,098	Valid
	3	0,870	0,098	Valid
	4	0,876	0,098	Valid

Sumber : olah data IBM SPSS 22 (2025)

Berdasarkan dari hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dianggap valid dan memenuhi kriteria aturan dalam pengukuran. Hal tersebut dikatakan karena nilai dari r hitung untuk setiap item pernyataan melebihi nilai r tabel yaitu 0,098.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana kuesioner mampu memberikan hasil yang konsisten dan akurat. Dalam penelitian ini, reliabilitas kuesioner dianalisis menggunakan nilai Cronbach's Alpha, di mana nilai di atas 0,60 menunjukkan bahwa kuesioner bersifat reliabel atau memadai. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha kurang

dari 0,60, maka kuesioner dianggap kurang reliabel. Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{\text{kritis}} = 0,60$	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	0,885	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,874	0,60	Reliabel
<i>Lifestyle</i> (X3)	0,839	0,60	Reliabel
Kelengkapan Fitur (X4)	0,879	0,60	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,895	0,60	Reliabel

Sumber : Olah data IBM SPSS 22 (2025)

Berdasarkan tabel di atas uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dikatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

D. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data dalam suatu kelompok atau variabel mengikuti pola distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melakukan uji Kolmogorov smirnov. Data dikatakan normal apabila hasil pengujian diperoleh nilai $\text{Asymp sig} > \alpha$ (0,05) Uji ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 sebagai dasar pengambilan keputusan. Pedoman yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Berikut hasil uji normalitas di bawah ini :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp.sig	0,065	Normal

Sumber : olah data IBM spss 22 (2025)

Dari hasil pengujian yang terdapat pada tabel di atas diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,065. Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Untuk melihat adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance nya. Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Mardiatmoko 2020). Hasil dari uji multikolinearitas tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan	0,175	5,730	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,222	4,498	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Lifestyle</i>	0,291	3,435	Tidak terjadi multikolinearitas
Kelengkapan Fitur	0,167	5,972	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Olah data IBM SPSS 22 (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai tolerance dan VIF pada variabel pada variabel persepsi kemanfaatan sebesar $0,175 > 0,10$ dan $5,730 < 10$, pada variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar $0,222 > 0,10$ dan $4,498 < 10$, kemudian variabel *lifestyle* adalah sebesar $0,291 > 0,10$ dan $3,435 < 10$ pada variabel kelengkapan fitur sebesar $0,167 > 0,10$ dan $5,972 < 10$. Kesimpulan nya adalah bawa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan

kelengkapan fitur yaitu dibuktikan dengan nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 .

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat perbedaan variasi residual dalam model regresi dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik harus bebas dari gejala heteroskedastisitas. Suatu model dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansi (sig) lebih dari 0,05. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel independen. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan	0,575	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,551	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Lifestyle</i>	0,306	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kelengkapan Fitur	0,198	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Olah data IBM SPSS 22 (2025)

Dari table diatas hasil uji heteroskedastisitas diketahui nilai sig pada variabel persepsi kemanfaatan adalah sebesar $0,575 > 0,05$, pada variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar $0,551 > 0,05$, pada variabel *lifestyle* adalah sebesar $0,306 > 0,05$ dan variabel kelengkapan fitur adalah sebesar $0,198 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Uji Analisi Data

1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menerapkan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk menganalisis data dengan lebih dari satu variabel independen atau bersifat *multivariat*. Metode ini digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Hasil analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 10 Analisi Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,039	0,411		-0,095	0,924
	Persepsi Kemanfaatan	0,262	0,052	0,257	4,991	0,000
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,083	0,047	0,080	1,763	0,079
	<i>Lifestyle</i>	0,151	0,035	0,173	4,348	0,000
	Kelengkapan Fitur	0,460	0,054	0,446	8,490	0,000

Dari tabel di atas maka didapatkan persamaan sebagai berikut $Y = -$

$$0,039 + 0,262$$

$(X_1) + 0,083 (X_2) + 0,151 (X_3) + 0,460 (X_4) + e$. persamaan tersebut memiliki arti bahwa nilai variabel minat menggunakan Y dipengaruhi oleh nilai variabel persepsi kemanfaatan X_1 , persepsi kemudahan penggunaan X_2 , *lifestyle* X_3 dan kelengkapan fitur X_4 . Rincian makna tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai dari koefisien konstanta sebesar -0.039 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai 0, maka nilai minat

menggunakan akan sebesar -0,039. Namun, nilai ini tidak signifikan (Sig.=0,924).

- 2) Nilai koefisien regresi variabel X1 (persepsi kemanfaatan) memiliki koefisien 0.262, dan sig. = 0.000 berarti signifikan dan berpengaruh positif.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel X2 (persepsi kemudahan penggunaan) memiliki koefisien 0.083, tetapi dengan sig. = 0.079 (>0.05), sehingga tidak signifikan secara statistik.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel X3 (*lifestyle*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dengan nilai koefisien 0.151. setiap peningkatan 1 satuan *lifestyle* meningkatkan minat menggunakan sebesar 0.151. nilai sig. = 0.000 (<0.05), artinya signifikan.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel X4 (kelengkapan fitur) memiliki pengaruh paling besar dengan koefisien 0.460 dan sig. = 0.000, menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

Pada hasil pengujian memperlihatkan bahwa variabel kelengkapan fitur memiliki hasil output yang paling tinggi di antara variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kelengkapan fitur memiliki pengaruh yang paling dominan karena tinggi rendahnya kelengkapan fitur berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”.

F. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk mengukur uji t yaitu dengan membandingkan t hitung dan ttabel untuk mencari ttabel yaitu dengan cara:

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

$$n = \frac{409.464}{1 + 409.464 (0,05^2)}$$

$$n = 399,61$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi (409.464)

e : tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditolerir (5%= 0,05)

Dengan tingkat signifikansi 0,05. Maka dapat ditentukan t_{tabel} sebesar 0,196 (lampiran tabel t). Hasil dari uji t tersaji dalam tabel berikut ini :

Tabel 4. 11 Hasil uji parsial (t)

Model		t	sig
1	(Constant)	-.095	0,924
	Persepsi Kemanfaatan	4.991	0,000
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	1.763	0,079
	<i>Lifestyle</i>	4.348	0,000
	Kelengkapan Fitur	8.490	0,000

Sumber : olah data IBM spss 22 (2025)

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa :

- 1) Variabel persepsi kemanfaatan (X1) dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ artinya hipotesis diterima. Dengan nilai t hitung yakni $4,991 > 0,196$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima. Artinya variabel persepsi kemanfaatan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y) bank digital “SeaBank”.
- 2) Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) dengan nilai signifikansinya sebesar $0,079 > 0,05$ Artinya hipotesis ditolak. Dengan nilai t hitung yakni $1,763 > 0,196$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak. Artinya variabel

persepsi kemudahan penggunaan (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan (Y) bank digital “SeaBank”.

- 3) Variabel *lifestyle* (X3) dengan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$ artinya hipotesis diterima. Dengan nilai t hitung yakni $4,348 > 0,196$ (t tabel). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya variabel *lifestyle* (X3) berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan (Y) bank digital “SeaBank”.
- 4) Variabel kelengkapan fitur (X4) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya hipotesis diterima. Dengan nilai t hitung $8,490 > 0,196$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dapat diterima. Artinya variabel kelengkapan fitur (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y) bank digital “SeaBank”.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian hipotesis didasarkan pada kriteria : jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai f_{tabel} dalam penelitian ini di tentukan menggunakan rumus berikut :

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= \\
 a; (k ; n-k-1) &= 0,05 (4 ; 400-4-1) \\
 &= 0,05 (4 ; 395) \\
 &= 2,395
 \end{aligned}$$

Maka nilai f tabel pada penelitian ini adalah 2,395 Berikut di bawah ini hasil dari uji f.

Tabel 4. 12 Hasil Uji F

	F hitung	Nilai Sig.
Regression	443,060	0,000

Sumber : olah data IBM spss 22 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh F_{hitung} sebesar 443,060. Untuk F_{tabel} diperoleh 2,395. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($443,060 > 2,395$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen yaitu, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan.

3. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen, dilakukan uji r . dalam proses ini , digunakan koefisien determinasi (R^2) yang memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 kecil, berarti variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 1, maka variabel independen mampu memberikan sebagian besar informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 13 Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

	R	R square	Adjusted R Squsre
Minat Menggunakan	0,904 ^a	0,818	0,816

Sumber : olah data IBM spss 22 (2025)

Berdasarkan data pada table di atas, didapatkan bahwa nilai koefisien R adalah 0,904 (90,4%) yang berarti variabel bebas yaitu e , persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu minat menggunakan. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,818 (81,8%) artinya variabel persepsi kemanfaatan ,persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur dapat mempengaruhi minat menggunakan bank

digital “SeaBank” sebesar 81,8% sedangkan sisanya 18,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

G. Pembahasan hasil penelitian

1. Pengaruh persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan hasil uji simultan pada penelitian ini bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” dengan nilai t hitung $4,991 > 0,196$ (t tabel) dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hasil uji parsial pada hipotesis ketiga dinyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan. Artinya variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Dengan demikian hipotesis (H3) persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi z di kabupaten banyumas **diterima** sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak.

Selain Persepsi kemanfaatan sebagai faktor generasi z berminat dalam menggunakan bank digital “ Seabank “ faktor lainnya yaitu kemudahan penggunaan yang dimiliki generasi z. Menurut davis (2017) yang dikutip dari jurnal (Gebriila 2024) Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna . Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan mengacu pada proses yang tidak membebani atau

memerlukan kemampuan tinggi saat mengoperasikan sistem tersebut.

Dari hasil penelitian disimpulkan mayoritas responden merasa fitur Seabank sudah cukup lengkap, namun masih ada beberapa harapan untuk peningkatan. Pengguna menginginkan ringkasan pengeluaran otomatis, transparansi biaya, simulasi perencanaan keuangan, serta edukasi finansial interaktif. Keamanan juga menjadi perhatian, dengan permintaan terhadap autentikasi biometrik lebih canggih, notifikasi keamanan real-time, dan kartu debit fisik/virtual. Selain itu, pengguna berharap adanya integrasi lebih luas dengan e-wallet serta promo khusus. Secara keseluruhan, Seabank telah memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi masih ada ruang untuk pengembangan fitur guna meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan, khususnya di kalangan Generasi Z.

Dalam teori *Technology acceptance model* (TAM) persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) adalah salah satu faktor utama yang menentukan apakah seseorang akan menerima atau menggunakan teknologi tertentu. Menurut TAM, persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Ketika pengguna merasa bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat atau membantu mereka bekerja lebih efisien, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi itu. Secara khusus, TAM menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat dan sikap pengguna terhadap teknologi. Jika pengguna melihat teknologi sebagai sesuatu yang bermanfaat, mereka akan lebih tertarik dan termotivasi untuk menggunakannya.

Dari kesimpulan diatas, penelitian ini sesuai dan sejalan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Devita and Cakra 2021) yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan

Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember dengan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking, Persepsi Risiko berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkelanjutan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Secara teologis, persepsi kemanfaatan berhubungan dengan Q.S An-Nahl ayat 90 yang memiliki arti “ *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”. Ayat tersebut memiliki makna pentingnya kerja sama dalam kebajikan dan ketakwaan. Teknologi seperti aplikasi SeaBank dapat memberikan manfaat besar jika membantu umat mengelola keuangan dengan bijak dan sesuai syariah. Hal ini diperkuat oleh hadits Rasulullah SAW: "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya" (HR. Ahmad), yang menegaskan bahwa inovasi yang membawa manfaat luas adalah hal yang dianjurkan. Selain itu, kelengkapan fitur dalam sebuah aplikasi mencerminkan konsep *ihsan* (kesempurnaan).

2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di kabupaten Banyumas dengan nilai t hitung yaitu $1,763 > 0,196$ (t tabel) dan nilai signifikansinya sebesar 0,079

$< 0,05$. Hasil uji parsial pada hipotesis kedua dinyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel minat menggunakan. Artinya variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” dikalangan generasi Z di kabupaten banyumas **ditolak** sedangkan hipotesis nol (H0) diterima.

Kemudahan penggunaan yang dimiliki Generasi Z menurut davis (2017) yang dikutip dari jurnal (Gebriila 2024) Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna . Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan mengacu pada proses yang tidak membebani atau memerlukan kemampuan tinggi saat mengoperasikan sistem tersebut. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa beberapa kendala seperti gangguan sistem, keterlambatan verifikasi akun, dan kekhawatiran terhadap keamanan data masih menjadi perhatian. Oleh karena itu, untuk semakin meningkatkan minat pengguna, SeaBank perlu memperbaiki stabilitas aplikasi, meningkatkan edukasi terkait fitur-fitur yang tersedia, menambahkan layanan inovatif seperti program loyalitas atau *cashback*, serta memperkuat sistem keamanan agar pengguna lebih percaya dalam melakukan transaksi. Dalam berita (Burhan 2024) mengatakan bahwa “ketika akan memeriksa mutasi karena ada transaksi yang masuk ke rekening tersebut, namun dari pihak CS mengatakan bahwa akan melaporkan ke tim tersebut dan menunggu selama 3 hari. Dan ketika menanyakan kemungkinan

adanya transaksi masuk dan jawaban dari pihak CS sangat tidak jelas. Padahal uang tersebut terjebak di aplikasi seabank puluhan juta”. Dari kejadian tersebut SeaBank sebaiknya meningkatkan kualitas layanan pelanggan dengan memberikan respons yang lebih jelas dan solutif terhadap permasalahan nasabah. Proses verifikasi identitas juga perlu disederhanakan agar tidak menyulitkan pengguna. Selain itu, transparansi dalam penyampaian informasi, terutama terkait transaksi dan pemblokiran rekening, harus lebih ditingkatkan agar nasabah merasa lebih aman dan percaya terhadap layanan SeaBank.

Dalam teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dicetuskan yaitu penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Dalam konteks penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana Generasi Z merasa bahwa SeaBank mudah diakses dan digunakan; semakin praktis penggunaannya, semakin besar minat mereka untuk menggunakannya. Di sisi lain, persepsi kemanfaatan mengacu pada keyakinan bahwa SeaBank memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu dan kemudahan dalam transaksi, yang dapat meningkatkan minat mereka terhadap layanan ini.

Dari kesimpulan diatas, penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Umah & Siswahyudianto, 2022) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan sehingga menunjukkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan tidak dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan suatu produk.

Secara teologis, persepsi kemudahan penggunaan berhubungan dengan Q.S al-baqarah ayat 185 yang memiliki arti “ *Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan*

Alquran, sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barang siapa di antara kamu mendapati bulan itu, maka berpuasalah. Dan barang siapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur". Ayat ini tersebut memiliki makna yang berarti Islam memberikan solusi praktis untuk kebutuhan hidup, termasuk teknologi yang memudahkan transaksi keuangan tanpa memberatkan.

3. Pengaruh *lifestyle* berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di kabupaten Banyumas dengan nilai t hitung yaitu $4.348 > 0,196$ (t tabel) dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji parsial pada hipotesis pertama dinyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel minat menggunakan. Artinya variabel *lifestyle* memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) *lifestyle* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas **diterima** sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak.

Gaya hidup merupakan seseorang kebiasaan dalam menggunakan uang, yang dapat berdampak pada sikap konsumtif

dan buruknya pengelolaan keuangan. Faktor lain yang mempengaruhi dalam penggunaan teknologi adalah gaya hidup atau *lifestyle*. Saat ini gaya hidup mahasiswa berada pada kategori tinggi yang artinya mereka dapat menggunakan uang dan waktu dalam melakukan aktivasi transaksi secara bijak (nirmala nirmala, Munasiron miftah 2020). Gaya hidup ini juga dapat tercermin dari perilaku seseorang dalam 151 menggunakan system yang berpotensi mempengaruhi gaya hidupnya. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang dimasyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, metropolis, dan lain sebagainya.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa gaya hidup modern yang mengutamakan kemudahan, kepraktisan, dan efisiensi dalam bertransaksi mendorong mereka untuk lebih tertarik menggunakan layanan perbankan digital seperti SeaBank. Banyak responden yang menekankan bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya penggunaan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari, mereka merasa lebih nyaman menggunakan SeaBank dibandingkan layanan perbankan konvensional. Beberapa faktor utama yang mendukung temuan ini antara lain kemudahan akses, fitur yang inovatif, serta biaya transaksi yang lebih hemat, terutama dengan adanya promosi seperti gratis biaya transfer.

Dalam teori *technology acceptance model* (TAM) juga memungkinkan adanya variabel eksternal, seperti gaya hidup atau *Lifestyle*, yang dalam hal ini mencerminkan preferensi Generasi Z terhadap layanan digital yang fleksibel dan sesuai dengan aktivitas modern mereka. Secara keseluruhan, TAM memberikan penjelasan tentang bagaimana gaya hidup, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan kelengkapan fitur memengaruhi minat Generasi Z di Banyumas untuk memilih SeaBank sebagai layanan perbankan digital mereka.

Dari kesimpulan diatas, penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu oleh (Frialyani, Mulyadi, and Sandi 2023) yang mengatakan bahwa Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan gaya hidup, baik secara simultan maupun parsial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z menggunakan aplikasi BCA Mobile.

Secara teologis, *lifestyle* berhubungan dengan Q.S al-baqarah ayat 143 yang memiliki arti “ Dan demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) "umat pertengahan"¹ agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Kami tidak menjadikan kiblat yang (dahulu) kamu (berkiblat) kepadanya melainkan agar kami mengetahui siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang berbalik ke belakang. Sungguh, (pemindahan kiblat) itu sangat berat, kecuali bagi orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah. Dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sungguh, Allah Maha Pengasih, Maha Penyayang kepada manusia”. yang menyebut umat Islam sebagai umat yang adil dan terbaik. Gaya hidup yang mendukung pemanfaatan teknologi, seperti perbankan digital, dianggap positif selama digunakan secara produktif dan sesuai dengan syariah.

4. Pengaruh kelengkapan fitur berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kelengkapan fitur berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi z di kabupaten banyumas dengan nilai t hitung sebesar $8,490 > 0,196$ (t tabel) dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji parsial pada hipotesis keempat dinyatakan bahwa kelengkapan fitur

berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan. Artinya variabel kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Dengan demikian hipotesis keempat (H4) variabel kelengkapan fitur minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada kalangan generasi Z di kabupaten banyumas **diterima** sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak.

Kelengkapan fitur layanan internet banking merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan teller/customer service dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui online banking. berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan aplikasi-aplikasi yang disediakan oleh penyedia untuk mempermudah pengguna dalam melakukan kegiatan yang telah ditawarkan oleh penyedia jasa layanan. Generasi Z yang terbiasa menggunakan teknologi yang cepat, fleksibilitas dalam bertransaksi. Generasi yang merupakan generasi yang tumbuh dengan teknologi digital, lebih terbiasa dengan penggunaan aplikasi mobile dan platform digital dalam kehidupan sehari-hari. Mereka cenderung mencari solusi keuangan yang praktis, mudah diakses, dan menawarkan fitur-fitur yang sesuai dengan gaya hidup mereka, seperti transfer cepat, pembayaran tanpa kontrak, dan integrasi dengan berbagai layanan digital lainnya.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa bahwa mayoritas responden merasa SeaBank sudah cukup memenuhi kebutuhan mereka dalam transaksi keuangan digital. Kemudahan penggunaan, fitur transfer, pembayaran QRIS, serta setor dan tarik tunai menjadi faktor utama yang menarik minat pengguna. Sebagian besar responden menilai aplikasi ini praktis dan bermanfaat, meskipun ada yang menginginkan peningkatan stabilitas, tampilan antarmuka

yang lebih intuitif, serta fitur tambahan seperti pengingat tagihan, analisis pengeluaran, dan investasi. Secara keseluruhan, SeaBank telah memenuhi kebutuhan generasi Z, namun masih ada ruang untuk inovasi guna meningkatkan kenyamanan dan keamanan pengguna.

Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang berkaitan dengan kelengkapan fitur pada minat menggunakan bank digital, fitur dirancang untuk menyempurnakan produk, sehingga konsumen merasa tertarik untuk menggunakannya. Jika fitur produk dirancang dengan buruk, konsumen berpotensi untuk berpindah ke produk lain yang lebih baik. Sebaliknya, jika fitur dirancang dengan baik dan lengkap, konsumen akan merasa nyaman, puas, dan cenderung terus memilih produk tersebut. Berdasarkan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) Fitur yang lengkap dan mudah diakses membuat pengguna merasa produk lebih mudah digunakan, sementara fitur yang bermanfaat meningkatkan pandangan bahwa produk tersebut berguna. sesuai dengan teori TAM, mendorong minat dan penerimaan pengguna terhadap teknologi atau layanan digital.

Dari kesimpulan diatas, penelitian ini Selaras dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Nafra Veraniazzahra 2023) yang mengatakan bahwa Hasil Penelitian ini menunjukkan *perceived usefulness*, *perceived credibility*, dan *features* secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank, sehingga hipotesis keempat dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan akan keamanan privasi dan transaksi serta adanya fitur tambahan yang membantu untuk mengelola keuangan, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan bank digital SeaBank.

Secara teologis, kelengkapan fitur berhubungan dengan Q.S An-Nahl ayat 90 yang memiliki “*arti Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”. Ayat tersebut memiliki makna yaitu menekankan pentingnya berbuat adil dan baik dalam memberikan pelayanan. Ketertarikan terhadap teknologi keuangan digital juga dapat dianggap sebagai bentuk adaptasi dengan perkembangan zaman, selama penggunaannya tetap sesuai dengan prinsip syariah.

5. Pengaruh simultan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” di kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas

Hasil uji simultan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di kabupaten Banyumas dengan nilai $t_{hitung} 443,060 > 2,70$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”. Dengan demikian hipotesis kelima (H5), persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di kabupaten Banyumas **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Kemajuan teknologi yang pesat telah mendorong industri perbankan untuk terus berinovasi, salah satunya melalui layanan

bank digital. Bank digital memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara praktis tanpa harus mengunjungi kantor bank fisik, sehingga memberikan kemudahan dan efisiensi bagi penggunaannya. SeaBank, sebagai salah satu penyedia layanan bank digital di Indonesia semakin diminati terutama pada kalangan generasi Z yang dikenal dengan akrab dengan teknologi serta lebih memilih layanan berbasis digital dalam keuangan mereka. Namun tidak perlu khawatir karena SeaBank telah mendapatkan izin atau diawasi oleh otoritas jasa keuangan (OJK). Dengan demikian, setiap layanan yang diberikan semakin tinggi, semakin tinggi pula minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z yang ada di kabupaten banyumas.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa mayoritas menyatakan faktor utama yang mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan SeaBank adalah kemudahan akses, fitur lengkap, dan bebas biaya administrasi. Banyak responden juga menyebutkan bahwa promo menarik, suku bunga tabungan yang kompetitif, serta integrasi dengan e-commerce seperti Shopee menjadi daya tarik utama. Keamanan transaksi, layanan pelanggan yang responsif, dan fleksibilitas dalam pengelolaan dana juga menjadi pertimbangan penting. Namun, beberapa responden masih merasa ragu atau belum mencoba SeaBank, menunjukkan adanya peluang peningkatan dalam edukasi dan promosi layanan.

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Jika Generasi Z di Kabupaten Banyumas merasa bahwa Seabank memberikan manfaat nyata, seperti transaksi cepat dan bebas biaya, serta mudah digunakan dengan tampilan yang intuitif, maka minat mereka untuk menggunakannya akan meningkat. Selain itu, *lifestyle* dan kelengkapan fitur juga berperan sebagai faktor tambahan. Generasi

Z yang terbiasa dengan layanan digital lebih cenderung menggunakan Seabank jika sesuai dengan gaya hidup mereka. Sementara itu, fitur yang lengkap, seperti transfer gratis, investasi digital, dan cashback, juga dapat meningkatkan daya tarik layanan ini. Secara keseluruhan, semakin tinggi persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kesesuaian dengan gaya hidup, dan kelengkapan fitur, maka semakin besar minat Generasi Z untuk menggunakan Seabank.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rodiah & Melati, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-money*, berdasarkan pada penelitian (Lestari et al. 2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank Digital Seabank pada masyarakat Karawang Timur, berdasarkan pada penelitian (Lastari 2023) bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived value pada konsumen Oppo di Kota Medan, Kemudian berdasarkan penelitian pada (Widianingrum, 2021) menyimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap aplikasi mobile banking BNI Syariah.

Secara teologis, minat menggunakan berhubungan dengan Q.S Al-Mulk ayat 15 yang memiliki arti *“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya.”* Ayat ini memiliki makna yang berarti menunjukkan bahwa manusia dianjurkan untuk memanfaatkan segala kemudahan yang diciptakan Allah, termasuk inovasi teknologi, guna mendukung kehidupan. Dengan demikian, penggunaan bank digital seperti SeaBank dapat membantu umat Islam memenuhi kebutuhan keuangan mereka dengan cara yang efisien, aman, dan tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan bebas dari unsur riba.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle* dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Kuisioner yang disebarluaskan oleh peneliti melalui Google Formulir. dengan responden pada penelitian ini sebanyak 400 responden generasi Z di Kabupaten Banyumas yang berminat menggunakan SeaBank. Data kuisioner yang dapat digunakan diolah menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS statistic versi 22. Adapun hasil penelitian yang di simpulkan adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai t hitung yakni $4,991 > 0,196$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
2. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” dengan nilai signifikansinya sebesar $0,079 > 0,05$. Dengan nilai t hitung yakni $1,763 > 0,196$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
3. *Lifestyle* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” dengan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai t hitung yakni $4,348 > 0,196$ (t tabel). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *Lifestyle* (X1) berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.

4. Kelengkapan fitur berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan nilai t hitung $8,490 > 0,196$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
5. Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *Lifestyle* dan kelengkapan fitur berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank” pada generasi Z di kabupaten Banyumas dengan nilai f hitung $443,060 > 2,395$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, *lifestyle*, dan kelengkapan fitur berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan bank digital “SeaBank”.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan dan pengalaman pengguna, untuk memahami lebih dalam faktor yang memengaruhi penggunaan SeaBank.
2. Bagi peneliti selanjutnya, juga dapat dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kemudahan penggunaan aplikasi Seabank, seperti sistem keamanan, dan pengalaman pengguna. Selain itu, perbandingan dengan bank digital lain juga bisa menjadi bahan kajian untuk mengetahui aspek mana yang perlu ditingkatkan agar SeaBank lebih kompetitif di pasar bank digital.
3. Seabank diharapkan dapat meningkatkan keamanan sistem dan memberikan edukasi kepada pengguna tentang cara melindungi akun para pengguna SeaBank.

DAFTAR PUSTAKA

- Nur, A. A., 2021. "Resmi Diakuisisi Sea Group, Bank BKE Kini Berganti Nama Jadi Seabank." di akses 14 April 2025 dari detikfinance.com, 2025 di akses pukul 17.00.
- Rizky, A. G., 2010. "Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). Laporan penelitian individual. Jerman: *Universitas Stuttgart*.
- Ananda, Defa, A., & Puspitasari, E., 2024. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan dan Persepsi Risiko Penggunaan Dompot Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pengguna Jasa Pengurusan Transportasi Laut. dalam " *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8 (1): 1498–1516. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3853>.
- Fitriyani, A., Gunawan, R., & Andari, T T., 2021. "Analisis Pengaruh Keputusan Nasabah Berdasarkan Dampak Persepsi Teknologi Informasi, Fitur Layanan, dan Kemudahan Memakai Internet Banking pada Bni Syariah Analysis. dalam " *Jurnal Agrotek Indonesia* 2 (7): 118–19. <http://ir.nmapo.edu.ua:8080/bitstream/lib/3610/1>
- Arrezqi & Misbakhul. 2024. "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Misbakhul. dalam " *Journal Syntax Idea* 4 (1): 1–23.
- Ashary, Aini, Pradhanawati, A., & Dewi. R. S., 2022. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Alodokter Selama Pandemi Covid-19. dalam" *Ilmiah Indonesia* 7 (7): 9520–34.
- Baithal, Muhammad, Zigari, M., Malik, A. J., & Marjiana, V., 2023. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Di Kota Makassar Analysis of the Factors Influencing Purchase Decisions Using Paylater for Students in Makassar. dalam " *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)* 4 (2): 171–82. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.1727>.
- Burhan. 2024. "SeaBank Memblokir Rekening Sepihak, CS Tidak Dapat Membantu." diakses 14 April 2025 dari mediakonsumen 2024, diakses pada pukul 17.52 <https://mediakonsumen.com/2024/12/01/surat-pembaca/seabank-memblokir-rekening-sepihak-cs-tidak-dapat-membantu>.
- Cakra, & Putri, S.D., 2021. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember.", Dalam *jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 5, No 6.
- Darma, Angelina, L., & Japarianto, E., 2024. "Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya."

Jurnal Manajemen Pemasaran 8 (2): 80–89.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.80-89>.

Davis, & Fred D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” In *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13:319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.

Dayan & Trecia, M., 2020. “Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital.” Dalam *Jurnal Transaksi* 12 (1): 40–50.

Ananda D., Muftiyanto, R. T. N., & Suyatno, A., 2024. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Peningkatan Gaya Konsumtif Di Kalangan Generasi Z Kota Solo.” Dalam *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi* 1 (3): 182–91. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.286>.

Devita, Sonia, & Cakra 2021. “Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember.” *PERFORMA: Dalam Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 5 (6).

Efendi & Riyanto. 2020. “The Factors of Intention To Buy Halal-Labeled Food on Muslim Students Yogyakarta, Indonesia. dalam ” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.514>.

Ernawati, N., & Noersanti, L., 2020. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi Ovo. dalam *Jurnal impresi indonesia*”

Evimalia, Rika, N. K., & Wati, N. A. W. E., 2022. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Regulasi Untuk Melakukan Transaksi Pinjaman Dana Menggunakan Platform Financial Teknologi (Fintech) Peer To Peer (P2P) Lending Danamas Di Kota Denpasar. dalam ” *Hita Akuntansi Dan Keuangan* 3 (1): 1–10. <https://doi.org/10.32795/hak.v3i1.2279>.

Fadila, Nur, Goso, Hamid, R. S., & Ukkas, I., 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. dalam ” *Owner* 6 (2): 1633–43. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>.

Frialyani, Zakiyyah, S., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. 2023. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. dalam ” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Fricticarani, Ade, Hayati, A., Ramdani, R., Hoirunisa, R., & Rosdalina, G. M. 2023. “Strategi Pendidikan Untuk Sukses Di Era Teknologi 5.0. dalam ” *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Teknologi Informasi (JIPTI)* 4 (1): 56–68. <https://doi.org/10.52060/pti.v4i1.1173>.

Fungky, Tiana, Sari, T. P. & Sanjaya, V. F. 2021. “Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa

- Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). dalam ” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 1 (1): 82–98.
- Gading & Samuel. 2024. “Hasil Survei: Bank Digital RI Tumbuh Pesat Gegara Gen Z.” Diakses 14 April 2025 dari Detik Finance. 2024, diakses pukul 18.19.
- Gebriila & Mariza. 2024. “Pengaruh Persepsi Manfaat , Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Penerapan Penggunaan Rekam Medis Elektronik Di RSIA X.” Dalam *Journal of Hospital Management* 7 (02).
- Ghozali, Imam. 2011. *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.Pdf*.
- Sugiyono 2013. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss23.”
- Hardiyanti, 2022. “Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking Di Kudus.” Dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8 (1): 335. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4596>.
- Harminingtyas, Rudika, & Susetyarsi, TH., 2023. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pengguna E-Wallet pada Masyarakat Di Kota Semarang.” Dalam *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* 1 (3): 390–95. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i3.641>.
- Hilmawan, Abiyyuta, & Yanti, H. B., 2023. “Faktor Determinan Loyalitas Pelanggan Studi pada Bank Digital Seabank.” Dalam *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3 (2): 2831–40. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16981>.
- Inayah & Romadhotul. 2020. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Masyarakat.” Dalam *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. IAIN PURWOKERTO.
- Iskandar & Azizah, N., 2022. “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia Menggunakan Layanan Mobile Banking.” .PALOPO : IAIN PALOPO.
- Kartiningrum, Diah, K., Basuki, H., Bambang, N., Otok, W., Nurul, E., & K Yuswatiningsih, K. E., 2022. *Penerbit STIKES Majapahit Mojokerto Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Hasil Penelitian*. Edited by et al. 2022. Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Kartiningrum and Hasil Penelitian. Mojokerto: STIKes Majapahit. Mojokerto.
- Kesuma, Puja, & Nurbaiti, N., 2023. “Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan.” *Jesya* 6 (1): 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. 2015. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*.
- Krisnaresanti, Aldila, Naufalin, R. F. Indrayanto, A. & Sukoco, H. 2022. “Pengaruh

- Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. dalam ” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6 (3): 1063–73. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2453>.
- Kusnandar, Lestary, D. & Kurniawan, D. 2020. “Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Di Tasikmalaya. dalam ” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 13 (1): 123. <https://doi.org/10.35448/jmb.v13i1.7920>.
- Lastari. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen OPPO Pada Warga Kota Medan).” skripsi. Sumatra: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Laturette, Kazia, Widianingsih, L. P. & Subandi, L. 2021. “Literasi Keuangan pada Generasi Z. dalam ” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9 (1): 131–39. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>.
- Lestari, Widia, & Fauji, R., “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). dalam ” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)* 12 (04): 1140–54.
- Mandey, Silvy L. 2009. “Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. dalam ” *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Mufarih, Muhammad, Jayadi, R., & Sugandi, Y. 2020. “Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia. dalam ” *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7 (10): 897–908. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.897>.
- Nadia A, & Ramaditya M. 2020. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Fintech Dana.” skripsi. Jakarta: STEI jakarta.
- Veraniazzahra, N. 2023. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, Features Terhadap Minat Menggunakan Sea Bank Di Jabotabek. skripsi. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta.
- Natalia, Jenny, & Ginting, D. B. 2018. “Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. dalam ” *Media Informatika* 17 (3): 148–64. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>.
- Nenandha, & Nesha. 2020. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital pada Mahasiswa Akuntansi. dalam ” *Jurnal Ekonomi Trisakti* 2 (2): 611–76. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>.
- nirmala, miftah, M., & murtatik, S. 2020. “Analisis Gaya Hidup Dan Literasi

Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Cashless Society.”

Nizar, Maulana, A. & Yusuf, A. 2022. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. dalam ” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 7 (2): 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>.

payment jurnal, 2019. “Inilah Pengaruh Penggunaan Cashless Pada Generasi Z.” di akses 15 april 2025. dari kompasiana.com. 2019, diakses pukul 18.00

Pranoto, Oktavia, M., & Setianegara, R. G. 2020. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). dalam ” *Keunis* 8 (1): 1. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>.

Octa, P. & R. 2020. “Pengaruh Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Biaya Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Aplikasi Online Trading pada PT FAC Sekuritas Indonesia. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rahmawati, Anggun, & Murtanto. 2023. “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) pada Mahasiswa Akuntansi. dalam ” *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3 (1): 1247–56. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>.

Ramadayani, Fitriya, Chamidah, S. & Wahyuningsih, D. W. 2022. “Pengaruh Complete Features, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna Zoom Meeting pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. dalam ” *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management* 2 (3): 633–47. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.86>.

Rangkuti, & Vionita, F. 2021. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Qris dan Kemudahan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital pada Mahasiswa Uinsu.” *Perbankan Syariah* 140 (1): 6.

Kurnia, R., & Pepey, & Sitio, R. P., 2023. “Exploring the Dynamics of Pay Later in E-Commerce: Trust, Security, Satisfaction, and Continuance Intent. dalam ” *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)* 4 (2): 58. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>.

Rismalia, Rismalia, & Sugiyanto. 2022. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. dalam ” *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi* 1 (3): 561–88. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>.

Rodiah, Rodiah, S., & Melati, I. S., 2020. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan,

- Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. dalam ” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1 (2): 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>.
- Safitri, & Diah Ayu. 2020. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan OVO.”
- Sanaky, & Mardiani, F. 2021. “Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah.” *Jurnal Simetrik* 11 (1): 432–39. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.
- Sapitri, Meti, & Maulina, A. 2021. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital Ovo Di Janji Jiwa Citywalk. dalam ” *Jurnal Administrasi Bisnis* 1 (1): 25–31.
- Sari, R. W.W., N. Jamarun, Arief, R. Pazla, G. Yanti, & Ikhlas, G. 2022. “Nutritional Analysis of Mangrove Leaves (*Rhizophora Apiculata*) Soaking with Lime Water for Ruminants Feed. dalam ” *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 1020 (1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1020/1/012010>.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edited by Dr. Ir. S.pd MTP Sutopo. bandung.
- Syamsuriana, Nur, A. Anggerwati, I., & Hikma, N. 2022. “Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa. dalam ” *YUME : Journal of Management* 5 (3): 452–62. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3067>.
- Tumsifu, Elly, & Gekombe, C. 2020. “Small and Medium Enterprises and Social Media Usage: A Fashion Industry Perspective. dalam ” *University of Dar Es Salaam Library Journal* 15 (1): 101–24.
- Umah, Nadirotul, U., & Siswahyudianto. 2022. “Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital ShopeePay pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. dalam ” *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10 (2): 329–39.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. 2020. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. dalam ” *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, no. 21, 113–19. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>.
- Widianingrum, Karina. 2021. “Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah. skripsi. Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wijaya, & Krisna. 2021. “Digital Banking VS Digital Bank.” *Serial Berbagi* 1 (1): 1–5.

Wikipedia. n.d. “Seabank.” di akses pada 15 april 2025 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Seabank>. di akses pukul 18.20

Witono, Cahyaningtyas, A. W. & Banu. 2022. “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking Oleh : dalam ” *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10 (1): 149–59.

Wiyono, Puguh, M. R., Rafiqoh, W., Putri, S., & Handayani, S. P. 2024. “Pengaruh Pelayanan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan Bank Digital (Seabank) Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan PBS” 4 (2): 816–27.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGUNAAN, *LIFESTYLE* DAN KELENGKAPAN FITUR TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL “ SEABANK “ (studi kasus generasi Z di Kabupaten Banyumas).

A. Sambutan Pembuka

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden yang terhormat.

Perkenalkan saya Ulinida Atunnisa Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Berkenaan dengan penyelesaian skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, *Lifestyle* dan Kelengkapan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital “SeaBank” (Studi Kasus Generasi Z Di Kabupaten Banyumas)”.

Dengan ini saya memohon saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Generasi Z berusia 18 hingga 27 tahun.
2. Bertempat tinggal di Kabupaten Banyumas.
3. Mengetahui SeaBank sebagai bank digital, fitur-fitur SeaBank dan cara akses atau penggunaan.

Oleh karena itu, Saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Adapun tujuan dari penelitian ini semata - mata digunakan untuk kepentingan akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian, dan kerjasama saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah petunjuk pengisian.
2. Mengisi identitas responden dengan benar.
3. Berilah tanda check list (✓) pada jawaban yang paling tepat sesuai dengan pengalaman anda.
4. Penilaian dari kuisioner dapat dilakukan menurut skala berikut:

Sangat Setuju	(SS)	5
Setuju	(S)	4
Netral	(N)	3
Tidak Setuju	(TS)	2
Setuju	(STS)	1

B. Identitas Responden

1. Nama :

2. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

3. Usia

- ☐ 18-20
- ☐ 21-23
- ☐ 24-27

4. Pekerjaan

- ☐ Pelajar
- ☐ Mahasiswa
- ☐ PNS
- ☐ Wirausaha
- ☐ Pegawai Swasta
- ☐ Lainnya

5. Apakah anda mengetahui bank digital “SeaBank”

- ☐ iya
- ☐ tidak

A. Persepsi Kemanfaatan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa aplikasi/sistem ini membantu saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.					
2.	Aplikasi/sistem ini mempermudah saya dalam menyelesaikan tugas sehari-hari.					
3.	Dengan menggunakan aplikasi ini, saya bisa menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dalam waktu yang sama.					
4.	Saya merasa bahwa SeaBank menyediakan panduan yang jelas untuk melakukan berbagai jenis transaksi.					

Apakah ada informasi tertentu yang anda harapkan ada di SeaBank tetapi belum tersedia?
:

B. Persepsi Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Aplikasi SeaBank sangat mudah digunakan					
2.	Aplikasi SeaBank dapat digunakan kapan saja sesuai dengan kebutuhan saya					
3.	Saya dapat memantau dan mengelola pengeluaran saya melalui fitur-fitur yang ada di aplikasi SeaBank					
4.	Saya merasa lebih terorganisir dalam mengelola keuangan pribadi setelah menggunakan SeaBank					

Apakah ada kendala atau kesulitan yang Anda alami saat mencoba mengakses aplikasi SeaBank?
:

C. Lifestyle

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sering menggunakan smartphone untuk melakukan transaksi keuangan.					
2.	Saya sangat tertarik menggunakan aplikasi pembayaran digital karena fitur-fitur yang ditawarkan.					
3.	Aplikasi <i>Cashless</i> membantu meningkatkan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari.					

4.	Saya lebih memilih menggunakan Seabank karena sesuai dengan gaya hidup modern yang serba cepat dan praktis.					
5.	Saya merasa SeaBank membantu saya mengelola uang dengan lebih baik."					

Apakah lifestyle berpengaruh terhadap minat anda menggunakan bank digital "SeaBank"?
:

D. Kelengkapan Fitur

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa fitur-fitur dalam aplikasi SeaBank ini memadai untuk memenuhi kebutuhan saya.					
2.	Aplikasi/sistem ini memiliki fitur perlindungan yang baik terhadap virus atau ancaman keamanan lainnya.					
3.	Aplikasi/sistem ini memberikan banyak manfaat dengan biaya yang relatif murah.					
4.	Saya merasa bahwa informasi mengenai biaya penggunaan fasilitas di SeaBank mudah diakses dan dimengerti					

Apakah ada pembaruan atau fitur baru yang menurut Anda sangat berguna ?
:

E. Minat Menggunakan Bank Digital

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan pengalaman saya menggunakan aplikasi SeaBank					
2.	Saya akan merekomendasikan SeaBank kepada teman-teman dan keluarga saya					
3.	saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi SeaBank di masa depan					
4.	Saya merasa sangat tertarik untuk menggunakan fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh SeaBank					

Apakah ada faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan anda untuk terus menggunakan Seabank ?

Lampiran 1 Hasil Tabulasi Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1)

PERSEPSI KEMANFAATAN					
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
1	2	2	3	4	11
2	5	5	4	4	18
3	4	4	4	4	16
4	4	4	3	5	16
5	5	5	4	4	18
6	4	3	3	3	13
7	3	4	5	5	17
8	3	3	2	3	11
9	4	4	4	4	16
10	5	4	5	4	18
11	3	3	3	3	12
12	5	4	4	5	18
13	4	3	5	3	15
14	3	3	3	3	12
15	4	4	3	4	15
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	12
20	3	3	4	4	14
21	1	3	3	4	11
22	3	2	3	3	11
23	4	3	3	4	14
24	3	3	4	4	14
25	4	4	3	4	15
26	3	3	3	3	12
27	4	5	4	4	17
28	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	16
30	3	4	4	5	16
31	4	4	4	4	16
32	3	3	3	3	12
33	3	3	3	3	12
34	4	3	5	2	14
35	4	4	3	4	15
36	5	4	3	3	15
37	3	4	3	4	14
38	3	3	3	4	13
39	3	3	3	3	12
40	3	3	3	4	13
41	4	3	3	3	13

42	4	3	5	5	17
43	5	5	5	5	20
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	1	1	1	1	4
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	4	4	3	4	15
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	2	2	2	2	8
53	4	4	3	4	15
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	1	1	2	2	6
57	4	5	4	5	18
58	4	4	5	5	18
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	3	15
61	5	5	5	5	20
62	3	4	4	3	14
63	3	3	3	3	12
64	3	3	3	4	13
65	4	3	4	3	14
66	4	4	4	3	15
67	3	4	4	4	15
68	4	4	3	4	15
69	4	4	4	4	16
70	4	3	3	3	13
71	4	4	4	3	15
72	4	4	4	4	16
73	4	5	4	4	17
74	5	4	3	5	17
75	3	3	3	4	13
76	4	4	5	5	18
77	3	3	3	3	12
78	4	4	5	5	18
79	5	5	4	4	18
80	5	5	5	5	20
81	5	4	4	3	16
82	3	3	3	4	13
83	5	5	5	5	20
84	3	3	5	4	15
85	3	3	4	4	14

86	4	4	4	4	16
87	5	5	5	5	20
88	5	5	4	4	18
89	5	4	5	4	18
90	5	5	4	5	19
91	5	5	4	4	18
92	4	5	5	3	17
93	4	5	5	4	18
94	4	5	4	3	16
95	5	4	5	4	18
96	5	5	4	5	19
97	4	5	5	5	19
98	4	5	5	4	18
99	4	4	4	4	16
100	3	3	5	5	16
101	4	5	5	4	18
102	4	5	5	5	19
103	5	4	5	5	19
104	5	5	4	4	18
105	5	4	4	3	16
106	4	5	5	4	18
107	4	4	5	4	17
108	5	3	4	4	16
109	5	4	5	3	17
110	5	5	3	4	17
111	5	4	4	4	17
112	5	4	3	3	15
113	5	4	5	4	18
114	5	4	3	3	15
115	5	4	5	4	18
116	5	4	5	4	18
117	4	5	4	4	17
118	4	4	4	5	17
119	5	5	4	5	19
120	5	4	4	4	17
121	5	4	4	4	17
122	5	4	5	4	18
123	3	3	3	3	12
124	5	4	4	4	17
125	5	4	5	5	19
126	5	4	3	4	16
127	5	4	5	5	19
128	5	5	5	5	20
129	5	4	5	4	18

130	5	5	4	5	19
131	5	4	5	4	18
132	5	4	4	5	18
133	5	4	3	4	16
134	4	5	4	4	17
135	5	4	4	5	18
136	5	4	5	5	19
137	5	4	4	5	18
138	4	4	4	5	17
139	5	4	4	5	18
140	5	4	4	5	18
141	5	4	5	5	19
142	5	4	4	5	18
143	5	5	4	5	19
144	5	5	5	5	20
145	5	4	4	4	17
146	4	5	5	5	19
147	4	4	5	4	17
148	5	4	5	5	19
149	4	5	5	4	18
150	5	4	5	4	18
151	4	4	4	4	16
152	4	5	4	5	18
153	5	5	4	4	18
154	4	4	4	4	16
155	4	4	4	5	17
156	4	4	5	4	17
157	5	4	4	4	17
158	5	4	4	5	18
159	3	3	4	4	14
160	4	4	4	3	15
161	5	5	4	4	18
162	4	5	5	4	18
163	5	4	5	4	18
164	5	5	4	4	18
165	5	5	4	5	19
166	5	5	4	5	19
167	5	4	4	5	18
168	5	4	5	5	19
169	5	4	5	4	18
170	5	4	5	5	19
171	3	4	3	4	14
172	3	5	4	3	15
173	3	5	4	4	16

174	4	4	5	4	17
175	4	4	3	3	14
176	4	4	5	3	16
177	4	5	4	5	18
178	4	5	3	4	16
179	5	4	5	4	18
180	3	4	3	4	14
181	5	5	5	5	20
182	4	4	3	3	14
183	4	5	4	5	18
184	4	4	3	3	14
185	4	4	4	3	15
186	3	3	3	3	12
187	3	3	3	3	12
188	3	4	3	3	13
189	3	2	3	4	12
190	3	2	3	4	12
191	4	3	4	5	16
192	5	5	5	5	20
193	2	2	2	2	8
194	4	4	4	4	16
195	3	5	3	5	16
196	3	3	3	3	12
197	3	3	4	3	13
198	4	4	3	4	15
199	3	3	3	4	13
200	4	3	4	4	15
201	4	3	4	4	15
202	3	3	3	3	12
203	3	3	3	3	12
204	3	3	3	3	12
205	3	3	3	3	12
206	3	3	3	3	12
207	5	4	4	4	17
208	4	4	4	4	16
209	3	3	3	3	12
210	5	5	5	5	20
211	3	3	3	3	12
212	4	4	3	3	14
213	4	3	3	3	13
214	3	3	3	3	12
215	3	3	3	3	12
216	5	5	5	5	20
217	3	4	5	3	15

218	4	5	3	4	16
219	4	3	4	4	15
220	4	4	4	5	17
221	4	3	3	3	13
222	3	4	4	3	14
223	4	4	4	4	16
224	4	5	4	4	17
225	3	3	3	3	12
226	3	3	3	4	13
227	4	4	4	4	16
228	4	4	4	4	16
229	4	4	4	4	16
230	5	5	5	5	20
231	3	3	3	3	12
232	4	4	4	4	16
233	3	3	2	3	11
234	5	5	5	3	18
235	4	4	4	4	16
236	3	3	3	3	12
237	5	4	5	5	19
238	5	5	5	4	19
239	3	3	3	3	12
240	4	4	4	4	16
241	2	2	2	4	10
242	3	3	2	4	12
243	2	2	2	4	10
244	4	3	3	4	14
245	1	5	3	2	11
246	4	4	4	4	16
247	5	5	4	5	19
248	4	3	2	4	13
249	3	3	3	3	12
250	3	3	3	4	13
251	3	3	4	3	13
252	5	2	3	3	13
253	4	3	3	4	14
254	4	4	4	5	17
255	3	3	3	3	12
256	2	2	2	2	8
257	3	3	3	4	13
258	3	3	4	3	13
259	3	4	3	4	14
260	2	2	2	2	8
261	3	3	3	3	12

262	4	4	4	4	16
263	4	4	4	4	16
264	4	4	4	4	16
265	3	3	3	3	12
266	3	3	3	3	12
267	4	4	4	4	16
268	4	3	3	4	14
269	3	3	3	3	12
270	3	1	2	4	10
271	5	5	5	5	20
272	3	3	3	3	12
273	3	3	3	3	12
274	4	4	4	4	16
275	5	4	4	5	18
276	1	3	2	1	7
277	3	3	3	3	12
278	5	5	5	5	20
279	4	3	4	4	15
280	5	5	5	4	19
281	3	3	3	3	12
282	5	5	5	5	20
283	5	4	5	4	18
284	5	5	4	5	19
285	5	4	5	5	19
286	5	4	5	4	18
287	5	4	5	5	19
288	4	5	5	5	19
289	5	5	4	5	19
290	5	4	5	5	19
291	5	4	4	4	17
292	5	4	5	5	19
293	5	5	4	5	19
294	5	5	5	4	19
295	5	5	5	4	19
296	5	5	5	4	19
297	5	5	4	4	18
298	5	4	4	5	18
299	5	5	4	4	18
300	5	4	5	5	19
301	5	5	5	4	19
302	5	5	5	5	20
303	4	3	4	4	15
304	5	5	4	4	18
305	5	4	5	5	19

306	5	5	5	4	19
307	5	5	5	5	20
308	5	5	5	5	20
309	3	3	3	3	12
310	5	5	5	5	20
311	5	5	5	5	20
312	5	5	4	5	19
313	5	4	4	4	17
314	5	5	4	5	19
315	5	5	5	5	20
316	5	5	4	4	18
317	5	5	4	5	19
318	5	5	5	5	20
319	4	5	5	5	19
320	5	5	5	5	20
321	5	5	5	5	20
322	4	5	5	5	19
323	5	5	5	5	20
324	5	5	5	5	20
325	5	4	4	5	18
326	5	5	4	5	19
327	5	4	5	4	18
328	5	5	5	5	20
329	5	5	5	5	20
330	4	5	5	5	19
331	5	5	5	5	20
332	5	5	5	5	20
333	5	5	5	5	20
334	5	5	5	5	20
335	5	5	5	5	20
336	5	5	5	5	20
337	5	5	5	5	20
338	5	5	5	5	20
339	5	5	5	5	20
340	5	5	5	5	20
341	5	5	5	5	20
342	5	5	5	5	20
343	5	5	5	5	20
344	5	5	5	5	20
345	5	5	5	5	20
346	5	5	4	4	18
347	5	5	5	5	20
348	5	5	5	5	20
349	5	5	5	5	20

350	5	5	4	5	19
351	5	5	4	5	19
352	5	5	4	4	18
353	5	5	5	5	20
354	5	5	4	4	18
355	5	4	4	5	18
356	5	5	5	4	19
357	5	4	5	4	18
358	4	4	4	5	17
359	5	4	5	5	19
360	5	5	4	5	19
361	5	5	4	4	18
362	5	4	5	5	19
363	5	5	4	4	18
364	5	5	4	4	18
365	5	5	4	5	19
366	5	4	5	5	19
367	5	5	4	5	19
368	5	5	4	5	19
369	5	5	4	5	19
370	5	4	5	4	18
371	5	4	4	5	18
372	5	5	4	5	19
373	5	5	4	5	19
374	5	5	5	4	19
375	5	5	5	4	19
376	5	5	5	5	20
377	5	5	5	4	19
378	5	5	4	5	19
379	5	5	4	5	19
380	5	5	5	5	20
381	5	4	5	5	19
382	5	5	5	5	20
383	5	4	5	4	18
384	5	4	5	4	18
385	5	4	5	4	18
386	4	5	4	5	18
387	4	4	5	5	18
388	4	4	4	5	17
389	5	5	5	5	20
390	5	5	5	5	20
391	5	5	4	4	18
392	5	4	4	5	18
393	5	5	4	4	18

394	5	5	5	4	19
395	5	4	5	5	19
396	5	4	5	4	18
397	5	5	5	5	20
398	5	5	4	5	19
399	5	5	4	5	19
400	5	5	5	5	20



Lampiran 2 Hasil Tabulasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN					
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
1	4	4	3	3	14
2	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
4	5	5	4	3	17
5	5	5	5	5	20
6	4	3	3	3	13
7	5	5	4	4	18
8	3	3	3	3	12
9	4	4	4	4	16
10	5	5	3	4	17
11	5	4	3	3	15
12	5	5	5	5	20
13	4	5	5	3	17
14	3	3	3	3	12
15	4	4	4	3	15
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	12
20	5	5	5	3	18
21	1	1	1	2	5
22	4	3	3	2	12
23	4	4	4	3	15
24	4	4	4	3	15
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	12
27	5	5	5	5	20
28	3	3	3	3	12
29	4	3	4	4	15
30	4	5	4	2	15
31	5	5	4	4	18
32	3	2	3	3	11
33	4	4	4	4	16
34	4	5	3	3	15
35	5	5	5	4	19
36	4	5	3	3	15
37	5	4	4	3	16
38	3	4	3	3	13
39	4	4	3	3	14
40	4	5	4	3	16
41	4	5	5	2	16

42	5	4	4	5	18
43	5	5	5	5	20
44	5	3	2	3	13
45	3	4	4	3	14
46	1	1	1	1	4
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	5	5	4	4	18
50	4	4	4	4	16
51	4	3	3	3	13
52	4	4	3	3	14
53	3	4	4	3	14
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	1	1	1	1	4
57	4	4	4	5	17
58	5	5	5	4	19
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	5	20
62	5	4	4	3	16
63	3	5	3	3	14
64	4	4	4	3	15
65	3	3	3	2	11
66	4	4	4	2	14
67	3	4	4	3	14
68	4	4	5	3	16
69	4	4	4	4	16
70	2	3	3	2	10
71	4	4	3	3	14
72	4	4	4	4	16
73	4	4	5	4	17
74	5	4	3	3	15
75	4	4	3	3	14
76	4	5	5	4	18
77	3	3	3	3	12
78	4	4	4	5	17
79	4	4	4	4	16
80	5	5	5	5	20
81	3	4	3	4	14
82	4	4	4	3	15
83	5	5	5	5	20
84	4	4	5	3	16
85	4	4	4	4	16

86	4	4	4	4	16
87	5	5	5	5	20
88	5	3	4	5	17
89	4	5	3	5	17
90	4	5	5	4	18
91	5	5	4	4	18
92	5	5	4	4	18
93	5	4	4	5	18
94	5	5	4	5	19
95	4	5	4	4	17
96	4	5	4	5	18
97	5	4	4	5	18
98	4	5	4	5	18
99	4	5	5	4	18
100	5	4	4	5	18
101	5	4	5	5	19
102	4	5	5	4	18
103	5	4	4	5	18
104	5	5	4	4	18
105	5	4	4	5	18
106	5	4	4	5	18
107	5	4	4	5	18
108	5	4	5	5	19
109	5	4	4	4	17
110	4	4	5	5	18
111	4	4	5	4	17
112	4	4	5	4	17
113	5	4	4	4	17
114	5	4	4	4	17
115	4	4	3	3	14
116	5	4	3	3	15
117	4	5	5	5	19
118	4	5	5	4	18
119	5	4	4	5	18
120	5	4	4	3	16
121	5	5	4	4	18
122	5	4	5	4	18
123	3	3	2	2	10
124	4	4	5	4	17
125	4	4	5	4	17
126	5	3	5	5	18
127	3	3	4	5	15
128	5	5	5	5	20
129	5	4	4	5	18

130	5	4	5	5	19
131	4	5	4	4	17
132	5	4	5	4	18
133	5	5	4	4	18
134	4	5	4	5	18
135	4	5	4	5	18
136	5	4	4	5	18
137	5	4	4	3	16
138	5	5	4	4	18
139	5	4	4	5	18
140	5	4	3	4	16
141	5	4	4	5	18
142	5	4	4	5	18
143	5	5	5	5	20
144	4	5	4	4	17
145	5	5	4	4	18
146	5	5	4	4	18
147	4	5	4	5	18
148	5	4	4	5	18
149	5	4	4	5	18
150	5	4	5	4	18
151	4	4	4	4	16
152	5	5	5	4	19
153	5	5	4	4	18
154	4	5	4	4	17
155	5	4	5	5	19
156	4	5	4	5	18
157	5	4	4	5	18
158	5	4	4	5	18
159	5	3	2	4	14
160	4	4	4	3	15
161	5	4	4	5	18
162	4	5	5	5	19
163	5	5	4	5	19
164	4	4	4	4	16
165	5	4	4	5	18
166	5	4	5	4	18
167	5	4	5	4	18
168	5	4	5	4	18
169	5	4	4	4	17
170	5	4	5	4	18
171	4	4	4	3	15
172	3	4	5	3	15
173	4	5	3	5	17

174	5	5	5	4	19
175	5	4	5	4	18
176	5	3	5	4	17
177	3	4	3	4	14
178	4	5	3	4	16
179	5	4	5	3	17
180	4	4	5	3	16
181	4	4	4	4	16
182	4	5	4	3	16
183	4	4	1	1	10
184	5	4	3	3	15
185	4	5	4	3	16
186	2	2	3	3	10
187	3	3	3	3	12
188	3	4	3	3	13
189	3	4	4	3	14
190	3	4	4	3	14
191	5	5	5	3	18
192	4	5	2	3	14
193	2	1	1	2	6
194	4	4	4	4	16
195	5	3	5	5	18
196	3	3	3	3	12
197	4	4	3	3	14
198	4	4	4	3	15
199	3	3	3	3	12
200	4	4	3	3	14
201	4	4	3	5	16
202	3	3	3	3	12
203	3	3	3	3	12
204	3	4	3	3	13
205	3	3	3	3	12
206	3	4	5	3	15
207	5	4	4	4	17
208	5	4	4	4	17
209	3	3	3	3	12
210	5	5	3	4	17
211	3	3	3	3	12
212	3	4	3	4	14
213	3	4	4	4	15
214	3	4	3	3	13
215	4	4	3	3	14
216	5	5	5	5	20
217	3	4	4	3	14

218	5	4	4	3	16
219	4	4	4	4	16
220	4	4	4	4	16
221	4	4	3	3	14
222	3	4	3	3	13
223	5	5	5	5	20
224	5	4	4	4	17
225	3	4	4	3	14
226	4	5	4	4	17
227	4	4	4	4	16
228	4	4	4	4	16
229	3	4	4	4	15
230	4	4	4	4	16
231	3	3	3	3	12
232	4	4	4	4	16
233	3	2	2	2	9
234	5	5	3	3	16
235	4	4	3	3	14
236	3	3	3	3	12
237	4	5	4	5	18
238	5	5	4	4	18
239	3	3	3	3	12
240	4	4	4	4	16
241	3	4	4	3	14
242	4	4	2	2	12
243	4	4	4	4	16
244	4	4	3	4	15
245	1	1	2	3	7
246	4	4	4	4	16
247	5	5	5	5	20
248	4	4	4	3	15
249	3	3	3	3	12
250	4	5	3	4	16
251	3	4	3	3	13
252	2	2	2	4	10
253	4	4	4	4	16
254	4	4	4	5	17
255	3	4	3	3	13
256	4	2	2	2	10
257	4	4	3	3	14
258	3	4	3	4	14
259	3	5	4	3	15
260	2	2	3	3	10
261	4	4	4	3	15

262	4	4	4	4	16
263	5	4	4	4	17
264	4	4	4	4	16
265	3	4	4	4	15
266	3	3	3	3	12
267	4	4	4	4	16
268	4	4	4	3	15
269	3	3	3	3	12
270	4	4	4	3	15
271	5	5	5	5	20
272	4	3	3	4	14
273	4	4	3	4	15
274	5	5	5	5	20
275	4	4	5	4	17
276	1	1	1	1	4
277	3	4	3	3	13
278	5	5	5	5	20
279	4	4	4	3	15
280	4	4	4	4	16
281	3	3	3	3	12
282	5	5	5	5	20
283	5	5	4	5	19
284	5	5	5	5	20
285	5	5	4	5	19
286	5	4	5	5	19
287	5	5	4	5	19
288	5	4	5	5	19
289	5	5	4	5	19
290	5	5	4	5	19
291	5	4	4	5	18
292	5	5	4	5	19
293	5	4	5	5	19
294	5	5	5	5	20
295	5	5	5	4	19
296	5	5	4	5	19
297	5	5	4	5	19
298	5	5	4	5	19
299	4	5	5	5	19
300	5	5	4	5	19
301	5	5	5	5	20
302	5	4	5	4	18
303	4	5	4	4	17
304	5	5	5	5	20
305	5	5	5	5	20

306	5	5	5	5	20
307	5	5	5	5	20
308	5	5	5	5	20
309	3	3	3	3	12
310	5	4	5	5	19
311	5	5	5	5	20
312	5	5	5	5	20
313	5	5	4	4	18
314	5	5	5	4	19
315	4	4	3	5	16
316	5	5	4	5	19
317	5	5	4	5	19
318	4	4	4	5	17
319	5	5	4	4	18
320	4	5	5	5	19
321	5	5	5	5	20
322	5	5	5	5	20
323	5	5	5	5	20
324	5	5	5	5	20
325	5	5	5	5	20
326	5	5	5	5	20
327	5	5	5	5	20
328	5	5	5	5	20
329	5	5	5	5	20
330	5	5	4	5	19
331	5	5	5	5	20
332	5	5	5	5	20
333	5	5	5	5	20
334	5	5	5	5	20
335	5	5	5	5	20
336	5	5	5	5	20
337	5	5	5	5	20
338	5	5	5	5	20
339	5	5	5	5	20
340	5	5	5	5	20
341	5	5	5	5	20
342	5	5	5	5	20
343	5	5	5	5	20
344	5	5	5	4	19
345	5	5	5	5	20
346	5	5	5	5	20
347	5	5	5	5	20
348	5	5	5	5	20
349	5	5	5	4	19

350	5	5	5	5	20
351	5	5	5	5	20
352	5	5	5	5	20
353	4	5	5	5	19
354	4	4	4	5	17
355	5	4	4	5	18
356	4	5	5	5	19
357	4	5	5	4	18
358	5	4	5	4	18
359	5	5	4	5	19
360	5	5	4	5	19
361	5	4	5	5	19
362	4	4	4	4	16
363	5	5	5	4	19
364	5	5	5	4	19
365	5	5	5	4	19
366	5	5	4	4	18
367	5	4	5	5	19
368	5	5	4	5	19
369	5	5	5	5	20
370	5	5	5	4	19
371	5	5	5	5	20
372	5	5	4	5	19
373	5	5	4	5	19
374	5	5	4	5	19
375	5	5	4	5	19
376	5	5	5	5	20
377	5	5	4	5	19
378	5	4	5	5	19
379	5	5	4	5	19
380	5	4	5	5	19
381	5	5	5	4	19
382	5	5	4	4	18
383	5	4	5	4	18
384	5	5	4	5	19
385	5	4	5	4	18
386	4	5	5	4	18
387	4	5	4	4	17
388	4	4	5	5	18
389	5	5	4	4	18
390	5	4	5	5	19
391	5	4	4	5	18
392	4	4	4	5	17
393	5	5	5	4	19

394	5	5	5	5	20
395	5	4	5	5	19
396	5	4	4	5	18
397	5	4	5	5	19
398	5	5	4	4	18
399	5	5	4	5	19
400	5	5	4	5	19

Lampiran 3 Hasil Tabulasi Variabel *Lifestyle* (X3)

<i>LIFESTYLE</i>						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	2	3	3	3	3	14
2	2	4	5	3	3	17
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	3	3	3	17
7	4	4	3	3	3	17
8	4	3	2	2	2	13
9	5	4	4	4	4	21
10	1	2	5	5	5	18
11	5	5	4	4	4	22
12	5	5	5	3	4	22
13	4	4	4	3	4	19
14	4	4	4	2	3	17
15	4	3	4	3	3	17
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	3	3	15
20	5	5	3	3	5	21
21	1	4	5	3	1	14
22	4	5	5	3	3	20
23	5	5	5	4	3	22
24	4	4	4	3	3	18
25	5	4	4	4	4	21
26	3	3	3	3	3	15
27	5	4	4	4	5	22
28	5	5	5	2	2	19
29	5	4	4	3	4	20
30	5	4	4	3	4	20
31	5	5	3	4	4	21
32	3	3	3	3	3	15
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	3	3	4	18
35	5	4	5	4	5	23
36	5	5	5	3	4	22
37	4	3	4	4	5	20
38	5	5	4	3	3	20
39	3	4	4	3	3	17
40	5	4	4	4	4	21
41	5	3	5	3	3	19

42	4	4	4	3	5	20
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	4	4	3	3	19
46	1	1	1	1	1	5
47	4	4	4	3	3	18
48	5	5	5	4	4	23
49	5	5	5	5	4	24
50	5	5	5	5	4	24
51	4	4	3	3	4	18
52	4	3	2	2	2	13
53	4	3	5	3	3	18
54	4	4	3	4	3	18
55	4	4	4	5	5	22
56	4	3	3	1	1	12
57	5	5	5	5	4	24
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	4	4	4	20
60	3	3	3	4	4	17
61	5	5	5	5	5	25
62	2	2	3	4	4	15
63	5	5	5	3	1	19
64	5	4	3	3	4	19
65	4	4	4	3	4	19
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	3	4	19
68	5	4	3	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	2	2	4	2	1	11
71	5	5	4	3	3	20
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	4	3	3	20
74	5	4	5	4	3	21
75	4	4	3	3	4	18
76	4	4	5	5	2	20
77	3	3	3	3	3	15
78	4	4	5	4	4	21
79	4	4	4	4	5	21
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	3	3	21
82	4	4	3	4	3	18
83	4	4	4	5	5	22
84	5	4	5	3	3	20
85	4	1	5	4	4	18

86	5	4	4	4	4	21
87	5	5	5	4	4	23
88	4	5	4	4	5	22
89	4	5	5	5	4	23
90	5	5	4	3	4	21
91	4	5	5	4	3	21
92	4	5	5	4	5	23
93	4	5	5	4	5	23
94	4	5	5	4	5	23
95	3	4	5	5	5	22
96	4	5	5	5	3	22
97	4	5	5	4	5	23
98	5	4	5	4	5	23
99	5	4	4	4	4	21
100	4	4	5	3	5	21
101	4	5	5	4	5	23
102	4	5	5	5	4	23
103	5	4	4	5	5	23
104	4	5	5	4	5	23
105	4	5	5	5	5	24
106	4	5	4	5	4	22
107	5	4	4	4	5	22
108	5	4	4	5	4	22
109	4	5	4	4	4	21
110	4	4	3	5	5	21
111	5	4	5	4	3	21
112	4	5	4	5	4	22
113	5	4	4	4	5	22
114	5	4	4	5	4	22
115	5	4	4	4	4	21
116	4	5	4	5	5	23
117	4	5	4	5	3	21
118	5	4	4	3	3	19
119	5	4	4	4	5	22
120	4	5	4	4	5	22
121	5	4	4	4	5	22
122	5	4	5	4	5	23
123	5	5	5	3	3	21
124	4	5	5	5	5	24
125	4	5	2	4	5	20
126	5	4	4	3	4	20
127	5	4	3	5	5	22
128	5	5	5	5	5	25
129	3	4	4	5	5	21

130	5	4	5	4	5	23
131	5	4	5	4	5	23
132	4	5	5	4	5	23
133	4	4	3	4	4	19
134	4	5	5	4	5	23
135	4	5	4	5	4	22
136	4	5	4	5	4	22
137	5	4	4	4	4	21
138	5	4	4	4	3	20
139	5	4	5	5	3	22
140	5	4	4	4	5	22
141	4	3	4	4	5	20
142	5	4	5	4	5	23
143	5	5	5	5	5	25
144	5	4	4	5	5	23
145	4	5	5	5	4	23
146	5	4	4	4	4	21
147	4	5	4	5	5	23
148	4	5	5	5	4	23
149	5	4	4	4	5	22
150	4	5	5	4	4	22
151	4	4	5	4	4	21
152	4	5	4	5	4	22
153	4	5	5	4	5	23
154	4	5	5	4	5	23
155	4	5	5	4	4	22
156	5	5	4	4	4	22
157	4	5	5	4	4	22
158	5	5	4	4	4	22
159	4	4	5	5	4	22
160	4	4	3	3	4	18
161	4	5	5	5	4	23
162	4	4	5	5	4	22
163	5	4	4	5	5	23
164	5	5	5	4	4	23
165	5	4	5	4	5	23
166	5	4	5	4	5	23
167	5	4	4	4	4	21
168	5	5	4	4	5	23
169	5	5	4	5	4	23
170	5	4	5	4	4	22
171	4	4	4	3	4	19
172	3	4	4	4	5	20
173	4	5	4	4	4	21

174	4	5	4	4	4	21
175	4	5	4	5	4	22
176	4	4	4	4	4	20
177	4	3	4	5	5	21
178	4	5	4	3	3	19
179	4	4	5	3	4	20
180	4	5	3	3	3	18
181	5	5	5	3	3	21
182	3	4	3	4	5	19
183	5	4	5	5	5	24
184	3	3	3	3	3	15
185	3	3	4	3	4	17
186	5	5	3	3	3	19
187	4	4	3	3	3	17
188	3	3	3	2	3	14
189	3	3	3	3	3	15
190	3	3	3	3	3	15
191	3	4	5	4	5	21
192	2	5	3	2	3	15
193	1	1	1	2	3	8
194	4	4	4	4	4	20
195	5	3	3	5	5	21
196	3	3	3	3	3	15
197	3	4	2	2	3	14
198	4	4	3	3	4	18
199	3	3	4	3	4	17
200	3	3	3	3	3	15
201	3	3	3	3	3	15
202	3	3	3	3	3	15
203	3	3	3	3	3	15
204	3	3	4	3	3	16
205	3	3	3	3	3	15
206	5	5	5	5	5	25
207	4	4	4	4	4	20
208	4	3	3	5	5	20
209	3	3	3	3	3	15
210	5	5	3	5	4	22
211	3	3	3	3	3	15
212	4	3	4	3	4	18
213	3	3	2	2	2	12
214	3	3	3	3	3	15
215	3	4	4	3	4	18
216	5	5	5	5	5	25
217	3	4	3	3	3	16

218	3	4	4	3	4	18
219	3	3	3	4	4	17
220	4	4	5	4	5	22
221	2	3	5	4	3	17
222	3	4	4	3	2	16
223	4	4	5	4	5	22
224	5	5	5	4	4	23
225	4	4	3	3	3	17
226	4	3	5	4	4	20
227	5	4	4	2	4	19
228	5	5	5	3	3	21
229	4	4	3	4	4	19
230	3	4	5	4	5	21
231	5	5	3	2	3	18
232	4	4	4	4	4	20
233	1	1	3	2	3	10
234	3	5	3	3	5	19
235	3	4	5	3	4	19
236	5	4	4	3	4	20
237	4	5	4	5	4	22
238	3	4	4	4	5	20
239	4	3	4	3	3	17
240	3	4	5	4	4	20
241	3	4	3	3	4	17
242	2	4	4	4	4	18
243	4	4	4	3	4	19
244	3	4	4	3	4	18
245	2	3	4	3	2	14
246	4	4	4	4	4	20
247	5	5	5	5	5	25
248	3	4	3	3	4	17
249	4	2	3	2	2	13
250	4	5	3	5	5	22
251	3	4	3	5	4	19
252	2	3	3	2	4	14
253	4	3	4	4	4	19
254	4	4	3	4	4	19
255	3	4	4	3	3	17
256	5	5	5	5	5	25
257	3	3	2	3	4	15
258	4	4	5	2	4	19
259	3	4	4	3	3	17
260	2	3	2	2	1	10
261	3	4	3	3	3	16

262	3	4	3	4	3	17
263	5	5	5	4	5	24
264	4	4	4	4	4	20
265	4	4	3	3	4	18
266	5	3	3	3	3	17
267	3	4	4	4	4	19
268	4	3	4	3	3	17
269	3	3	3	3	3	15
270	4	3	4	4	4	19
271	5	5	5	4	5	24
272	5	5	4	5	5	24
273	3	3	4	4	3	17
274	1	1	3	5	5	15
275	5	5	5	2	3	20
276	1	1	1	1	1	5
277	3	4	3	2	3	15
278	4	4	4	5	5	22
279	2	1	3	4	2	12
280	5	5	5	5	5	25
281	5	5	5	2	2	19
282	5	5	5	5	5	25
283	5	4	5	5	4	23
284	5	4	5	5	4	23
285	4	5	5	5	5	24
286	5	4	5	5	4	23
287	4	5	5	4	5	23
288	5	5	4	5	5	24
289	5	4	5	5	4	23
290	5	4	5	4	5	23
291	5	4	5	4	5	23
292	5	5	5	5	4	24
293	5	4	5	4	5	23
294	4	5	5	5	5	24
295	4	5	5	5	4	23
296	5	4	5	4	4	22
297	5	4	5	5	5	24
298	5	4	5	4	5	23
299	5	4	5	5	4	23
300	5	4	5	5	5	24
301	5	4	5	4	5	23
302	4	5	5	5	5	24
303	4	4	4	5	3	20
304	5	5	4	5	5	24
305	5	5	5	5	5	25

306	5	4	5	5	5	24
307	5	3	5	5	5	23
308	5	5	5	4	5	24
309	4	4	4	3	3	18
310	5	5	5	5	5	25
311	5	5	5	1	5	21
312	5	5	4	5	5	24
313	5	4	4	5	4	22
314	5	4	4	5	4	22
315	5	5	5	5	4	24
316	4	5	5	5	4	23
317	5	5	4	4	5	23
318	5	5	5	4	5	24
319	5	4	5	5	4	23
320	5	5	4	5	5	24
321	5	5	5	5	5	25
322	5	5	5	5	5	25
323	5	5	5	5	5	25
324	5	5	5	5	5	25
325	5	5	5	5	5	25
326	5	5	5	5	4	24
327	5	4	5	5	5	24
328	5	5	5	5	5	25
329	5	5	5	4	5	24
330	5	4	5	5	4	23
331	5	5	5	5	5	25
332	5	5	5	5	5	25
333	5	5	5	5	5	25
334	5	5	5	5	5	25
335	5	5	5	5	5	25
336	5	5	5	5	5	25
337	5	5	5	5	5	25
338	5	5	5	5	5	25
339	5	5	5	5	5	25
340	5	5	5	5	5	25
341	5	5	5	5	5	25
342	5	5	5	5	5	25
343	5	5	5	5	5	25
344	4	5	5	5	5	24
345	5	5	5	5	5	25
346	5	5	5	5	5	25
347	5	5	5	5	5	25
348	5	5	5	5	5	25
349	5	5	5	5	5	25

350	4	5	5	5	5	24
351	5	5	5	4	5	24
352	5	5	5	5	5	25
353	5	5	4	5	5	24
354	5	5	5	5	4	24
355	5	5	5	4	4	23
356	5	5	4	4	5	23
357	5	5	5	4	5	24
358	5	5	5	4	4	23
359	5	5	5	5	4	24
360	5	4	5	4	4	22
361	4	4	5	4	5	22
362	4	5	5	5	5	24
363	5	4	4	4	5	22
364	4	5	5	5	5	24
365	5	4	5	4	5	23
366	5	5	5	4	4	23
367	5	4	5	5	5	24
368	5	4	5	5	4	23
369	5	4	5	5	4	23
370	5	5	4	5	5	24
371	4	4	4	4	5	21
372	4	5	5	5	4	23
373	4	5	4	5	4	22
374	5	5	4	5	5	24
375	5	4	4	4	4	21
376	4	5	5	5	4	23
377	5	5	5	5	5	25
378	5	5	4	5	5	24
379	5	4	5	5	4	23
380	5	5	4	5	5	24
381	5	5	5	5	5	25
382	5	4	4	5	5	23
383	5	4	5	5	5	24
384	5	4	5	5	5	24
385	5	5	5	5	5	25
386	4	5	5	4	5	23
387	5	5	4	5	5	24
388	5	4	5	4	4	22
389	4	5	5	5	5	24
390	4	4	5	5	5	23
391	4	4	5	5	4	22
392	5	4	4	5	5	23
393	5	4	5	5	5	24

394	5	5	5	5	5	25
395	5	4	5	5	5	24
396	5	5	4	5	5	24
397	5	5	4	4	4	22
398	5	4	5	5	4	23
399	5	5	4	5	5	24
400	5	4	5	5	4	23



Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel Kelengkapan Fitur (X4)

KELENGKAPAN FITUR (X4)					
No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total
1	3	3	3	3	12
2	5	5	5	4	19
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	5	4	4	5	18
6	4	4	4	4	16
7	3	3	5	5	16
8	3	4	3	3	13
9	4	4	3	4	15
10	4	1	4	4	13
11	3	3	3	4	13
12	5	3	5	5	18
13	4	4	3	4	15
14	3	3	3	3	12
15	4	3	5	4	16
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	12
20	3	3	4	4	14
21	1	1	3	3	8
22	4	3	4	3	14
23	4	3	5	4	16
24	4	3	3	3	13
25	4	3	5	5	17
26	3	3	3	3	12
27	5	5	5	4	19
28	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	16
30	4	4	3	4	15
31	4	4	3	4	15
32	3	3	3	3	12
33	3	3	3	3	12
34	3	4	5	3	15
35	4	4	3	4	15
36	4	3	3	3	13
37	5	3	4	4	16
38	4	3	4	3	14
39	3	3	4	4	14
40	3	4	4	4	15
41	3	3	4	4	14

42	5	4	5	4	18
43	5	5	5	5	20
44	4	4	4	4	16
45	4	4	3	4	15
46	1	1	1	1	4
47	4	3	4	4	15
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	4	19
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	2	2	2	2	8
53	4	4	3	4	15
54	4	4	3	4	15
55	5	5	5	5	20
56	2	2	2	2	8
57	4	4	3	5	16
58	5	5	5	5	20
59	4	2	3	4	13
60	3	3	3	3	12
61	5	5	5	5	20
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	3	3	3	4	13
65	4	4	4	4	16
66	3	2	3	3	11
67	4	3	4	4	15
68	4	5	4	4	17
69	3	3	4	4	14
70	3	2	3	4	12
71	4	4	3	5	16
72	4	3	4	4	15
73	4	4	3	4	15
74	4	5	5	5	19
75	4	4	3	4	15
76	5	5	4	4	18
77	3	3	3	3	12
78	5	4	5	5	19
79	4	5	4	5	18
80	5	5	5	5	20
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	5	5	18
84	5	4	5	4	18
85	4	4	3	4	15

86	4	4	4	4	16
87	5	5	5	5	20
88	4	4	3	5	16
89	3	5	5	5	18
90	5	5	4	4	18
91	5	4	5	5	19
92	4	5	3	4	16
93	4	5	4	5	18
94	5	4	3	5	17
95	5	5	4	5	19
96	4	5	5	4	18
97	5	5	5	4	19
98	5	4	4	5	18
99	5	4	3	5	17
100	4	4	5	5	18
101	4	5	5	5	19
102	5	4	5	4	18
103	5	4	4	4	17
104	4	4	5	4	17
105	4	3	4	5	16
106	5	5	4	4	18
107	5	5	4	4	18
108	3	4	5	4	16
109	5	4	4	4	17
110	4	5	5	4	18
111	5	4	5	4	18
112	5	4	3	5	17
113	5	4	5	4	18
114	4	5	5	4	18
115	5	4	5	4	18
116	5	4	5	3	17
117	5	4	4	4	17
118	4	4	3	4	15
119	4	5	5	4	18
120	4	5	5	5	19
121	5	4	4	4	17
122	5	4	4	4	17
123	3	3	3	3	12
124	4	4	4	4	16
125	5	4	3	2	14
126	5	4	5	4	18
127	5	4	5	5	19
128	5	5	5	5	20
129	5	4	5	4	18

130	5	4	5	5	19
131	5	4	5	4	18
132	4	5	5	4	18
133	5	4	4	4	17
134	5	5	3	3	16
135	5	4	4	5	18
136	4	5	4	4	17
137	5	4	5	5	19
138	5	4	5	4	18
139	4	4	5	5	18
140	5	5	4	3	17
141	5	4	5	3	17
142	5	4	5	4	18
143	5	4	5	5	19
144	4	5	5	4	18
145	5	5	4	4	18
146	4	5	5	4	18
147	4	5	5	4	18
148	5	4	5	4	18
149	5	4	4	5	18
150	4	5	5	4	18
151	4	4	4	4	16
152	5	4	4	5	18
153	4	4	5	5	18
154	4	5	5	5	19
155	5	4	4	5	18
156	5	5	5	4	19
157	4	4	5	5	18
158	5	5	4	5	19
159	4	5	5	4	18
160	3	4	4	4	15
161	5	5	4	4	18
162	5	5	4	4	18
163	5	5	4	4	18
164	5	4	5	4	18
165	5	4	4	5	18
166	5	4	5	4	18
167	5	4	4	4	17
168	4	5	5	4	18
169	4	4	5	5	18
170	5	4	5	5	19
171	4	3	4	3	14
172	3	5	3	4	15
173	4	5	5	4	18

174	4	5	4	5	18
175	3	4	5	4	16
176	4	3	5	3	15
177	5	3	5	3	16
178	3	4	5	4	16
179	5	4	4	5	18
180	3	5	3	4	15
181	5	5	5	5	20
182	4	3	3	3	13
183	5	5	5	5	20
184	4	3	3	3	13
185	4	4	3	4	15
186	3	3	3	3	12
187	3	3	3	3	12
188	3	3	3	3	12
189	3	3	3	4	13
190	4	4	3	4	15
191	4	5	4	5	18
192	3	3	3	3	12
193	2	1	2	2	7
194	4	4	4	4	16
195	5	5	3	5	18
196	3	3	3	3	12
197	3	4	3	4	14
198	4	3	4	4	15
199	3	4	3	4	14
200	3	3	4	4	14
201	3	3	4	4	14
202	3	3	3	3	12
203	3	4	3	3	13
204	3	3	3	3	12
205	3	3	3	3	12
206	3	3	3	3	12
207	3	3	3	4	13
208	4	4	4	4	16
209	3	3	3	3	12
210	5	5	5	5	20
211	3	3	3	3	12
212	3	3	3	3	12
213	3	4	3	3	13
214	4	3	3	3	13
215	4	4	3	3	14
216	5	5	5	5	20
217	4	3	3	2	12

218	5	3	4	4	16
219	3	2	3	4	12
220	4	4	4	4	16
221	4	4	4	4	16
222	4	3	3	3	13
223	5	4	4	4	17
224	5	5	5	5	20
225	3	3	4	3	13
226	4	4	3	3	14
227	4	4	4	4	16
228	4	4	4	4	16
229	3	3	3	3	12
230	5	5	5	5	20
231	3	3	3	3	12
232	4	4	4	4	16
233	3	4	3	2	12
234	4	2	5	4	15
235	4	4	4	4	16
236	3	3	3	3	12
237	5	4	5	5	19
238	5	4	5	4	18
239	3	3	3	3	12
240	4	4	4	4	16
241	2	4	4	4	14
242	3	3	3	3	12
243	3	3	4	4	14
244	5	3	4	4	16
245	3	4	1	5	13
246	4	4	4	4	16
247	5	5	5	5	20
248	4	3	5	5	17
249	4	4	4	4	16
250	4	5	4	4	17
251	3	3	5	4	15
252	3	2	4	3	12
253	4	4	4	4	16
254	4	4	3	4	15
255	4	3	3	4	14
256	2	2	2	2	8
257	4	4	3	4	15
258	3	4	3	4	14
259	4	4	4	4	16
260	2	3	3	2	10
261	4	3	4	3	14

262	4	4	4	4	16
263	4	4	4	4	16
264	4	4	5	4	17
265	3	3	3	3	12
266	3	3	3	3	12
267	4	4	4	4	16
268	4	3	4	3	14
269	3	3	3	3	12
270	2	3	3	4	12
271	5	5	5	5	20
272	3	3	3	3	12
273	3	3	4	3	13
274	4	4	4	4	16
275	4	4	4	5	17
276	1	1	1	1	4
277	3	3	3	3	12
278	5	5	5	5	20
279	4	3	4	4	15
280	5	5	4	4	18
281	3	3	3	3	12
282	5	5	5	5	20
283	5	5	5	5	20
284	5	5	4	5	19
285	5	4	5	5	19
286	5	4	5	5	19
287	5	4	5	5	19
288	5	5	5	4	19
289	5	4	5	5	19
290	5	5	4	5	19
291	5	5	4	5	19
292	5	5	4	5	19
293	5	4	5	5	19
294	5	4	5	5	19
295	5	5	5	4	19
296	4	4	5	5	18
297	5	4	5	5	19
298	5	4	5	5	19
299	5	4	5	4	18
300	5	5	5	4	19
301	5	5	5	4	19
302	5	5	4	5	19
303	4	3	2	3	12
304	5	5	4	5	19
305	5	5	5	5	20

306	5	5	5	5	20
307	5	5	5	5	20
308	5	5	5	5	20
309	3	3	3	3	12
310	5	5	5	5	20
311	5	5	5	5	20
312	5	5	5	5	20
313	5	5	5	5	20
314	5	4	4	5	18
315	4	5	5	4	18
316	5	5	5	5	20
317	5	4	5	5	19
318	5	5	5	4	19
319	5	5	5	5	20
320	5	5	5	5	20
321	5	3	5	5	18
322	5	5	5	5	20
323	5	5	5	5	20
324	5	5	5	5	20
325	5	5	5	5	20
326	5	5	5	5	20
327	5	4	5	5	19
328	5	5	5	5	20
329	5	5	5	5	20
330	5	5	4	5	19
331	5	5	5	5	20
332	5	5	5	5	20
333	5	5	5	5	20
334	5	5	5	5	20
335	5	5	5	5	20
336	5	5	5	5	20
337	5	5	5	5	20
338	5	5	5	5	20
339	5	5	5	5	20
340	5	5	5	5	20
341	5	5	5	5	20
342	5	5	5	5	20
343	5	5	5	5	20
344	5	5	5	5	20
345	5	5	5	5	20
346	5	5	5	5	20
347	5	5	5	5	20
348	5	5	5	5	20
349	5	5	5	4	19

350	5	5	4	5	19
351	5	5	5	5	20
352	5	5	4	4	18
353	5	5	5	4	19
354	5	4	4	4	17
355	5	5	5	4	19
356	5	5	5	4	19
357	5	5	4	4	18
358	4	4	5	5	18
359	4	5	5	5	19
360	5	5	5	4	19
361	5	4	5	4	18
362	4	4	4	4	16
363	4	5	5	5	19
364	5	4	5	5	19
365	5	4	5	5	19
366	5	5	4	4	18
367	5	5	5	4	19
368	5	5	5	4	19
369	5	4	4	5	18
370	4	5	4	5	18
371	5	5	4	5	19
372	5	5	5	4	19
373	5	5	5	5	20
374	5	5	5	4	19
375	5	5	5	4	19
376	5	5	5	4	19
377	5	5	5	5	20
378	5	4	5	5	19
379	5	4	5	5	19
380	5	5	5	4	19
381	5	4	5	5	19
382	4	5	5	5	19
383	5	5	4	5	19
384	5	5	5	5	20
385	4	5	5	5	19
386	5	5	4	5	19
387	5	5	5	5	20
388	5	4	4	5	18
389	5	5	5	5	20
390	5	5	4	4	18
391	4	4	5	5	18
392	4	5	5	5	19
393	5	4	5	4	18

394	5	5	4	5	19
395	5	5	4	5	19
396	5	5	4	4	18
397	5	5	4	5	19
398	5	4	5	5	19
399	5	5	4	5	19
400	5	5	5	4	19



Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel Minat Menggunakan (Y)

MINAT MENGGUNAKAN (Y)					
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
1	3	4	4	4	15
2	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	3	3	3	4	13
7	5	5	3	4	17
8	3	3	3	3	12
9	4	4	3	4	15
10	5	4	4	4	17
11	3	3	3	3	12
12	4	4	4	4	16
13	4	4	5	5	18
14	3	3	3	3	12
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	3	5	5	5	18
18	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	12
20	3	3	3	3	12
21	3	3	4	4	14
22	4	4	3	3	14
23	3	2	2	3	10
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	12
27	5	5	5	5	20
28	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	16
30	4	4	3	2	13
31	3	3	3	3	12
32	3	3	3	3	12
33	4	4	4	4	16
34	4	3	3	4	14
35	5	3	4	4	16
36	4	4	3	4	15
37	5	5	3	3	16
38	3	4	3	4	14
39	4	3	3	4	14
40	5	4	4	4	17
41	4	4	3	3	14

42	5	5	4	5	19
43	5	5	5	5	20
44	4	4	5	4	17
45	4	4	3	3	14
46	1	1	1	1	4
47	4	3	3	4	14
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	4	3	3	13
52	2	2	2	2	8
53	4	3	3	4	14
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	3	3	3	2	11
57	4	5	4	5	18
58	5	5	5	5	20
59	3	3	3	4	13
60	3	3	2	1	9
61	5	5	5	5	20
62	3	3	3	4	13
63	3	3	3	3	12
64	4	3	3	3	13
65	4	4	4	4	16
66	3	3	3	3	12
67	3	3	3	3	12
68	4	4	4	3	15
69	4	4	4	4	16
70	2	2	2	2	8
71	4	3	5	4	16
72	4	4	4	4	16
73	5	5	3	4	17
74	5	5	5	3	18
75	4	3	3	3	13
76	5	3	4	4	16
77	3	3	3	3	12
78	5	4	4	4	17
79	4	4	5	4	17
80	5	5	5	5	20
81	3	4	3	3	13
82	4	4	4	4	16
83	5	5	4	4	18
84	3	3	3	3	12
85	4	3	4	3	14

86	4	5	3	4	16
87	5	4	4	5	18
88	5	4	5	5	19
89	5	4	5	5	19
90	5	5	5	4	19
91	4	5	5	4	18
92	4	5	5	4	18
93	4	5	4	4	17
94	5	4	3	5	17
95	5	5	4	4	18
96	5	4	4	5	18
97	5	4	5	4	18
98	5	4	4	4	17
99	4	3	3	4	14
100	4	5	4	4	17
101	5	5	4	4	18
102	5	4	5	4	18
103	5	4	5	4	18
104	5	4	4	4	17
105	5	4	5	5	19
106	4	4	3	5	16
107	5	4	4	5	18
108	4	5	4	5	18
109	4	4	4	3	15
110	5	4	4	5	18
111	4	4	4	4	16
112	5	4	4	4	17
113	4	4	4	4	16
114	5	4	4	4	17
115	5	4	5	4	18
116	4	4	4	5	17
117	5	5	4	4	18
118	5	4	4	4	17
119	4	5	4	5	18
120	4	5	4	4	17
121	5	4	4	5	18
122	5	5	5	4	19
123	3	3	3	3	12
124	4	4	4	4	16
125	5	4	5	3	17
126	5	3	4	4	16
127	5	4	3	4	16
128	5	5	5	5	20
129	5	4	5	3	17

130	5	5	4	5	19
131	5	4	5	4	18
132	5	4	4	5	18
133	5	4	5	4	18
134	5	4	5	4	18
135	5	5	5	4	19
136	5	4	4	5	18
137	4	5	5	5	19
138	5	4	4	3	16
139	5	4	4	5	18
140	5	5	3	4	17
141	4	5	4	3	16
142	5	4	4	3	16
143	5	5	4	5	19
144	4	5	5	5	19
145	4	4	5	5	18
146	5	4	4	4	17
147	4	5	5	5	19
148	5	4	5	4	18
149	4	5	4	5	18
150	4	5	4	5	18
151	4	4	4	4	16
152	5	5	4	4	18
153	4	5	4	4	17
154	5	4	4	5	18
155	5	4	5	4	18
156	5	4	4	4	17
157	4	5	5	4	18
158	4	5	5	4	18
159	4	2	5	5	16
160	4	4	3	4	15
161	5	5	4	5	19
162	5	4	5	4	18
163	5	4	5	4	18
164	5	5	4	4	18
165	5	4	4	5	18
166	4	5	4	5	18
167	4	4	5	4	17
168	5	4	4	5	18
169	5	4	4	5	18
170	4	5	4	5	18
171	4	3	4	4	15
172	4	3	4	3	14
173	3	4	3	5	15

174	5	3	5	4	17
175	5	4	5	4	18
176	4	5	3	5	17
177	4	5	4	4	17
178	2	3	4	3	12
179	5	2	3	5	15
180	2	4	3	4	13
181	4	4	4	4	16
182	3	4	4	3	14
183	5	5	5	5	20
184	4	4	5	3	16
185	3	3	3	3	12
186	3	3	3	3	12
187	3	3	3	3	12
188	2	3	2	3	10
189	3	3	3	4	13
190	3	3	3	3	12
191	4	5	4	5	18
192	3	3	3	3	12
193	2	2	2	2	8
194	4	4	4	4	16
195	5	5	5	5	20
196	3	3	3	3	12
197	2	3	3	3	11
198	4	3	4	4	15
199	3	3	3	3	12
200	3	4	3	3	13
201	3	4	3	3	13
202	3	3	3	3	12
203	3	3	3	3	12
204	3	3	3	3	12
205	3	3	3	3	12
206	3	3	3	3	12
207	4	3	4	4	15
208	4	4	4	4	16
209	3	3	3	3	12
210	5	5	5	5	20
211	3	3	3	3	12
212	3	3	3	3	12
213	3	3	3	4	13
214	3	3	3	3	12
215	3	3	4	3	13
216	5	5	5	5	20
217	3	3	5	3	14

218	3	2	2	3	10
219	3	4	3	3	13
220	4	4	5	4	17
221	3	5	3	3	14
222	4	4	3	4	15
223	5	4	4	4	17
224	5	4	5	5	19
225	3	3	3	4	13
226	4	3	3	3	13
227	4	4	4	4	16
228	3	3	3	3	12
229	3	4	4	3	14
230	5	5	5	5	20
231	3	3	3	3	12
232	4	4	4	4	16
233	1	5	3	4	13
234	4	3	3	3	13
235	4	4	4	4	16
236	5	3	4	3	15
237	5	5	4	5	19
238	5	5	5	5	20
239	3	3	3	3	12
240	4	4	4	4	16
241	4	3	3	3	13
242	2	2	2	3	9
243	4	3	3	3	13
244	4	4	3	3	14
245	4	2	5	3	14
246	4	4	4	4	16
247	5	5	5	5	20
248	5	3	4	4	16
249	4	4	3	3	14
250	3	3	4	4	14
251	3	3	4	3	13
252	1	3	4	3	11
253	4	5	3	4	16
254	4	4	3	5	16
255	3	4	4	3	14
256	2	2	2	2	8
257	4	4	3	3	14
258	3	4	3	4	14
259	4	4	4	4	16
260	3	2	3	3	11
261	3	3	4	4	14

262	4	4	4	4	16
263	4	4	4	4	16
264	4	4	4	4	16
265	3	3	4	4	14
266	3	3	3	3	12
267	4	4	4	4	16
268	3	4	3	4	14
269	3	3	3	3	12
270	3	4	2	3	12
271	5	5	5	5	20
272	3	4	4	4	15
273	3	3	3	3	12
274	3	3	3	4	13
275	3	4	3	3	13
276	1	1	1	1	4
277	3	3	3	3	12
278	5	5	5	5	20
279	3	4	4	4	15
280	5	4	5	4	18
281	3	3	3	3	12
282	5	5	5	5	20
283	5	5	5	4	19
284	5	5	4	5	19
285	5	4	5	5	19
286	5	4	5	4	18
287	5	5	4	5	19
288	5	5	5	4	19
289	5	4	5	5	19
290	5	4	5	4	18
291	5	5	4	5	19
292	5	5	4	5	19
293	5	4	5	5	19
294	5	5	4	5	19
295	5	4	5	5	19
296	5	4	5	4	18
297	5	3	5	4	17
298	5	4	4	5	18
299	5	4	4	4	17
300	5	4	5	5	19
301	5	4	5	5	19
302	4	5	5	5	19
303	4	4	4	4	16
304	5	5	5	5	20
305	5	5	5	4	19

306	5	4	5	5	19
307	5	5	5	5	20
308	5	5	5	5	20
309	3	3	3	3	12
310	5	5	5	5	20
311	5	5	5	5	20
312	5	5	5	5	20
313	4	5	4	5	18
314	5	5	5	5	20
315	5	5	5	5	20
316	5	5	5	4	19
317	5	5	5	4	19
318	5	5	4	5	19
319	5	5	5	5	20
320	5	5	5	5	20
321	5	5	5	5	20
322	5	5	5	5	20
323	5	5	5	5	20
324	5	5	5	5	20
325	5	5	5	5	20
326	5	5	5	5	20
327	5	5	5	5	20
328	5	5	5	5	20
329	5	5	5	5	20
330	5	5	5	5	20
331	5	5	5	5	20
332	5	5	5	5	20
333	5	5	5	5	20
334	5	5	5	5	20
335	5	5	5	5	20
336	5	5	5	5	20
337	5	5	5	5	20
338	5	5	5	5	20
339	5	5	5	5	20
340	5	5	5	5	20
341	5	5	5	5	20
342	5	5	5	5	20
343	5	4	4	4	17
344	5	5	5	5	20
345	5	5	5	5	20
346	5	5	5	5	20
347	5	5	5	5	20
348	5	5	5	5	20
349	5	5	5	4	19

350	5	5	5	5	20
351	5	5	5	5	20
352	4	4	5	5	18
353	5	5	5	4	19
354	5	5	4	4	18
355	5	4	4	5	18
356	4	4	5	5	18
357	5	5	4	4	18
358	5	5	5	5	20
359	5	5	4	4	18
360	5	5	4	5	19
361	5	4	4	5	18
362	5	5	4	5	19
363	5	5	5	4	19
364	5	4	5	5	19
365	5	4	5	5	19
366	5	4	5	5	19
367	5	5	5	5	20
368	4	5	4	4	17
369	5	5	4	4	18
370	5	4	4	5	18
371	5	4	5	5	19
372	5	4	5	5	19
373	5	5	5	5	20
374	5	5	5	4	19
375	5	5	4	5	19
376	5	5	4	5	19
377	5	5	5	4	19
378	5	5	4	5	19
379	5	4	5	5	19
380	5	5	5	4	19
381	5	5	5	4	19
382	5	5	4	5	19
383	5	5	5	5	20
384	5	4	5	5	19
385	5	5	5	5	20
386	5	4	5	5	19
387	5	5	4	5	19
388	5	5	4	5	19
389	5	4	4	5	18
390	4	5	4	5	18
391	5	5	4	5	19
392	5	5	4	4	18
393	5	4	4	4	17

394	5	4	4	5	18
395	5	4	4	4	17
396	5	4	5	4	18
397	5	5	5	5	20
398	5	5	5	5	20
399	5	5	4	5	19
400	5	5	5	5	20



Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.712**	.690**	.653**	.890**
	Sig.(2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X1.2	Pearson Correlation	.712**	1	.656**	.618**	.867**
	Sig.(2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X1.3	Pearson Correlation	.690**	.656**	1	.615**	.859**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X1.4	Pearson Correlation	.653**	.618**	.615**	1	.831**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
Total	Pearson Correlation	.890**	.867**	.859**	.831**	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400

**Correlation is significant 0.01 level (2-tailed)

Reliability Statistic

Cronbach' Alpha	N of items
.885	4

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.675**	.641**	.665**	.872**
	Sig.(2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X2.2	Pearson Correlation	.675**	1	.630**	.567**	.834**
	Sig.(2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X2.3	Pearson Correlation	.641**	.630**	1	.638**	.854**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X2.4	Pearson Correlation	.665**	.567**	.638**	1	.850**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
Total	Pearson Correlation	.872**	.834**	.854**	.850**	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.00	.000	
	N	400	400	400	400	400
**.Correlation is significant 0.01 level (2-tailed)						

Reliability Statistic

Cronbach' Alpha	N of items
.874	4

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.602**	.519**	.449**	.455*	.774**
	Sig.(2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N		400	400	400	400	400
X3.2	Pearson Correlation	.602*	1	.535**	.455**	.445*	.769**
	Sig.(2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X3.3	Pearson Correlation	.519*	.535**	1	.528**	.458*	.772**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X3.4	Pearson Correlation	.449*	.455**	.528**	1	.661*	.802**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X3.5	Pearson Correlation	.455*	.445*	.458*	.661*	1	.782*
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400
		.000	.000	.000	.000	.000	
		400	400	400	400	400	400

**Correlation is significant 0.01 level (2-tailed)

Reliability Statistic

Cronbach' Alpha	N of items
.839	5

Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.687**	.662**	.658**	.878**
	Sig.(2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X4.2	Pearson Correlation	.687**	1	.596**	.635**	.855**
	Sig.(2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X4.3	Pearson Correlation	.662**	.596**	1	.637**	.846**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X4.4	Pearson Correlation	.658**	.635**	.637**	1	.848**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
Total	Pearson Correlation	.878**	.855**	.846**	.848**	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400

**Correlation is significant 0.01 level (2-tailed)

Reliability Statistic

Cronbach' Alpha	N of items
-----------------	------------

.879	4
------	---

Lampiran 10 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.662**	.721**	.701**	.888**
	Sig.(2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.2	Pearson Correlation	.662**	1	.635**	.683**	.853**
	Sig.(2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.3	Pearson Correlation	.721**	.635**	1	.678**	.870**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.4	Pearson Correlation	.701**	.683**	.678**	1	.876**
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
Total	Pearson Correlation	.888**	.853**	.870**	.876**	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400
**.Correlation is significant 0.01 level (2-tailed)						

Reliability Statistic

Cronbach' Alpha	N of items
.895	4

Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas

One-Sampel Kolmogorof-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	400
	Std. Deviation	0.334731
Most Extreme Differences		1.89802708
	Absolute	.044
	Positive	.040
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Kemanfaatan	.291	3.435
	Persepi Kemudahan Penggunaan	.222	4.498
	<i>Lifestyle</i>	.175	5.730
	Kelengkapan Fitur	.167	5.972
a. Dependent Variable : Minat Menggunakan			

Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisita

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
Model		B	Std. Error		t	Sig.
1	(Constant)	2.226	.290		7.682	.000
	Persepsi Kemanfaatan	.021	.037	.066	.561	.575
	Persepsi Kemudahan penggunaan	-.020	.033	-.062	-.597	.551
	Lifestyle	-.025	.024	-.093	-1.026	.306
	Kelengkapan Fitur	-.049	.038	-.154	-1.288	.198
a. Dependent Variable : ABS_RES						

Lampiran 14 Hasil Uji Analisi Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
Model		B	Std. Error		t	Sig.
1	(Constant)	-.039	.411		-.095	.924
	Persepsi Kemanfaatan	.262	.052	.257	4.991	.000
	Persepsi Kemudahan penggunaan	.083	.047	.080	1.763	.079
	Lifestyle	.151	.035	.173	4.348	.000

	Kelengkapan Fitur	.460	.054	.446	8.490	.000
a. Dependent Variable : Minat Menggunakan						

Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
Model		B	Std. Error		t	Sig.
1	(Constant)	-.039	.411		-.095	.924
	Persepsi Kemanfaatan	.262	.052	.257	4.991	.000
	Persepsi Kemudahan penggunaan	.083	.047	.080	1.763	.079
	<i>Lifestyle</i>	.151	.035	.173	4.348	.000
	Kelengkapan Fitur	.460	.054	.446	8.490	.000

a. Dependent Variable : Minat Menggunakan

Lampiran 16 Hasil Uji Hipotesis (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3020.715	4	755.179	443.060	.000 ^b
	Residual	673.263	395	1.704		
	Total	3693.978	399			

a. Dependent Variable : Minat Menggunakan

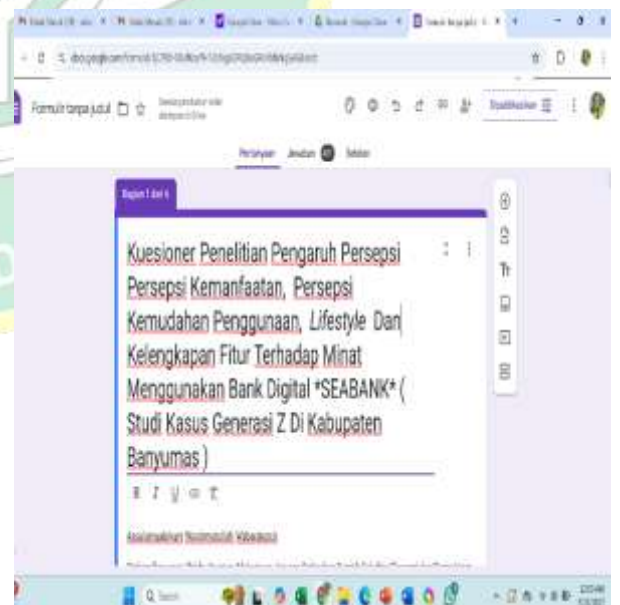
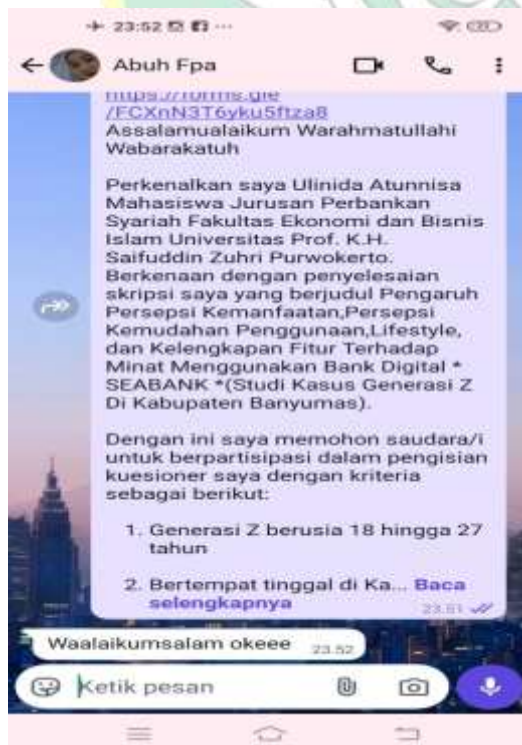
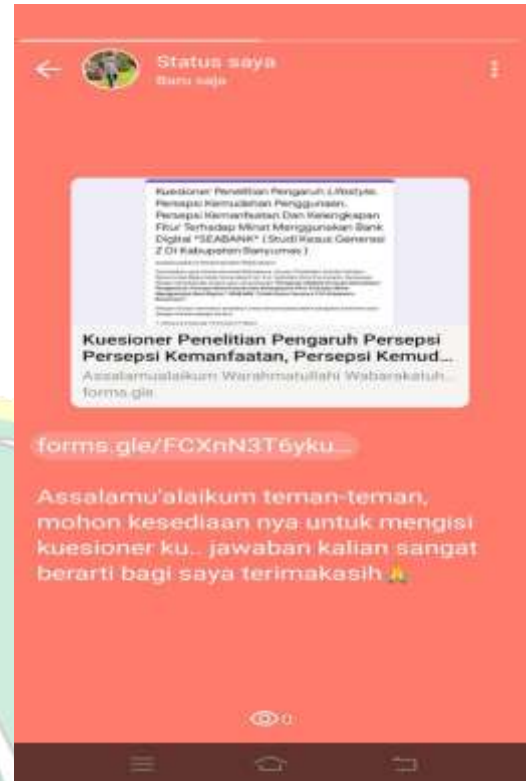
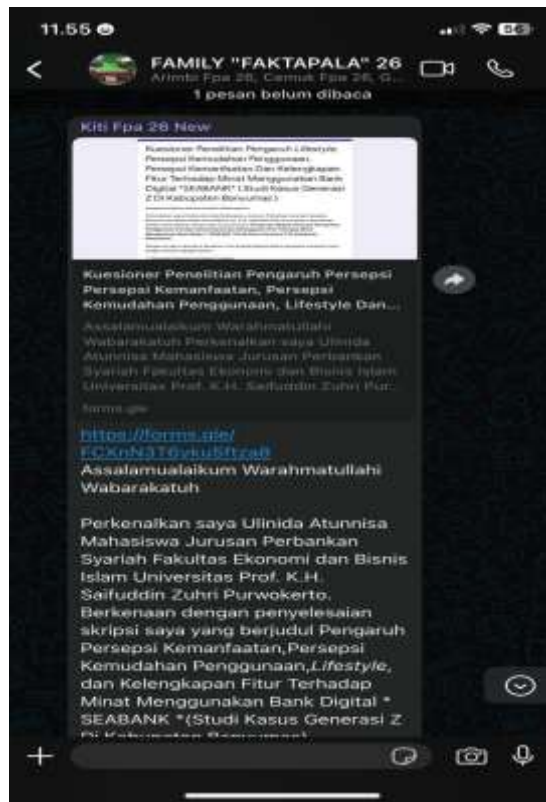
b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, *Lifestyle*, dan Kelengkapan Fitur

Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis (Uji Koefisien Determinasi R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.818	.816	1.30555
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, <i>Lifestyle</i> , dan Kelengkapan Fitur				



Lampiran 18 distribusi kuesioner



Lampiran 19 r tabel, t tabel,f tabel

R tabel

N	The Level of Significance			N	The Level of	
	5%	1%			5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413	
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408	
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403	
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398	
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393	
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389	
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384	
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380	
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376	
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372	
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368	
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364	
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361	
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345	
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330	
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317	
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306	
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296	
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286	
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278	
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267	
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263	
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256	
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230	
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210	
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194	
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181	
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148	
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128	
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115	
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105	
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097	
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091	
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086	
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081	

T tabel

df (N-2)		Tabel Distribusi t				
		Tingkat Signifikansi				
	One Tail	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Two Tail	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
370		1.6489823	1.9663962	2.3364684	2.5891820	3.3170152
371		1.6489712	1.9663788	2.3364410	2.5891459	3.3169433
372		1.6489601	1.9663615	2.3364137	2.5891099	3.3168718
373		1.6489490	1.9663443	2.3363866	2.5890741	3.3168007
374		1.6489380	1.9663272	2.3363597	2.5890385	3.3167299
375		1.6489271	1.9663102	2.3363329	2.5890032	3.3166595
376		1.6489163	1.9662932	2.3363062	2.5889679	3.3165895
377		1.6489055	1.9662764	2.3362797	2.5889329	3.3165199
378		1.6488947	1.9662596	2.3362533	2.5888981	3.3164506
379		1.6488840	1.9662430	2.3362271	2.5888635	3.3163818
380		1.6488734	1.9662264	2.3362010	2.5888290	3.3163132
381		1.6488628	1.9662099	2.3361750	2.5887947	3.3162451
382		1.6488523	1.9661935	2.3361492	2.5887606	3.3161773
383		1.6488418	1.9661772	2.3361235	2.5887267	3.3161098
384		1.6488314	1.9661610	2.3360979	2.5886929	3.3160427
385		1.6488211	1.9661448	2.3360725	2.5886594	3.3159760
386		1.6488108	1.9661288	2.3360472	2.5886260	3.3159096
387		1.6488005	1.9661128	2.3360220	2.5885928	3.3158436
388		1.6487903	1.9660969	2.3359970	2.5885597	3.3157779
389		1.6487802	1.9660811	2.3359721	2.5885268	3.3157125
390		1.6487701	1.9660653	2.3359473	2.5884941	3.3156475
391		1.6487600	1.9660497	2.3359227	2.5884616	3.3155828
392		1.6487501	1.9660341	2.3358982	2.5884292	3.3155184
393		1.6487401	1.9660186	2.3358738	2.5883970	3.3154544
394		1.6487302	1.9660032	2.3358495	2.5883650	3.3153907
395		1.6487204	1.9659879	2.3358253	2.5883331	3.3153273
396		1.6487106	1.9659726	2.3358013	2.5883014	3.3152643
397		1.6487009	1.9659574	2.3357774	2.5882698	3.3152015
398		1.6486912	1.9659423	2.3357536	2.5882384	3.3151391
399		1.6486815	1.9659273	2.3357300	2.5882072	3.3150770
400		1.6486719	1.9659123	2.3357064	2.5881761	3.3150152

F tabel

DF	1	2	3	4	5	6	7
370	3.866714	3.020119	2.629033	2.396069	2.238382	2.123097	2.034346
371	3.866646	3.020053	2.628968	2.396003	2.238316	2.123030	2.034279
372	3.866578	3.019987	2.628903	2.395938	2.238251	2.122964	2.034212
373	3.866510	3.019922	2.628838	2.395873	2.238186	2.122899	2.034145
374	3.866443	3.019857	2.628774	2.395809	2.238121	2.122833	2.034079
375	3.866376	3.019792	2.628710	2.395745	2.238056	2.122768	2.034014
376	3.866309	3.019728	2.628646	2.395681	2.237992	2.122704	2.033949
377	3.866243	3.019664	2.628583	2.395618	2.237929	2.122639	2.033884
378	3.866177	3.019600	2.628520	2.395555	2.237865	2.122575	2.033819
379	3.866111	3.019537	2.628457	2.395492	2.237802	2.122512	2.033755
380	3.866046	3.019474	2.628395	2.395430	2.237739	2.122449	2.033691
381	3.865981	3.019411	2.628333	2.395368	2.237677	2.122386	2.033627
382	3.865917	3.019349	2.628271	2.395306	2.237615	2.122323	2.033564
383	3.865853	3.019287	2.628210	2.395245	2.237553	2.122261	2.033501
384	3.865789	3.019225	2.628149	2.395184	2.237492	2.122199	2.033439
385	3.865725	3.019164	2.628088	2.395123	2.237431	2.122137	2.033376
386	3.865662	3.019103	2.628028	2.395063	2.237370	2.122076	2.033314
387	3.865599	3.019042	2.627968	2.395003	2.237310	2.122015	2.033253
388	3.865537	3.018982	2.627908	2.394943	2.237249	2.121954	2.033191
389	3.865475	3.018922	2.627848	2.394883	2.237190	2.121894	2.033130
390	3.865413	3.018862	2.627789	2.394824	2.237130	2.121834	2.033070
391	3.865351	3.018802	2.627730	2.394765	2.237071	2.121774	2.033009
392	3.865290	3.018743	2.627672	2.394707	2.237012	2.121715	2.032949
393	3.865229	3.018684	2.627614	2.394649	2.236953	2.121656	2.032890
394	3.865169	3.018626	2.627556	2.394591	2.236895	2.121597	2.032830
395	3.865108	3.018568	2.627498	2.394533	2.236837	2.121538	2.032771
396	3.865048	3.018510	2.627441	2.394476	2.236779	2.121480	2.032712
397	3.864989	3.018452	2.627384	2.394418	2.236722	2.121422	2.032654
398	3.864929	3.018395	2.627327	2.394362	2.236665	2.121364	2.032596
399	3.864870	3.018338	2.627270	2.394305	2.236608	2.121307	2.032538
400	3.864811	3.018281	2.627214	2.394249	2.236551	2.121250	2.032480
401	3.864753	3.018224	2.627158	2.394193	2.236495	2.121193	2.032423
402	3.864695	3.018168	2.627103	2.394137	2.236439	2.121137	2.032366
403	3.864637	3.018112	2.627047	2.394082	2.236383	2.121081	2.032309
404	3.864579	3.018056	2.626992	2.394027	2.236328	2.121025	2.032252
405	3.864522	3.018001	2.626938	2.393972	2.236273	2.120969	2.032196
406	3.864465	3.017946	2.626883	2.393917	2.236218	2.120914	2.032140
407	3.864408	3.017891	2.626829	2.393863	2.236163	2.120858	2.032084
408	3.864351	3.017836	2.626775	2.393809	2.236109	2.120804	2.032029

Lampiran 20 surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.unsaiu.ac.id

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 1477/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/8/2024 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi atas nama:

Nama : Ulinida Atunnisa

NIM : 214110202177

Judul Skripsi : Pengaruh lifestyle, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital " SEABANK" (studi kasus generasi Z di kabupaten Banyumas)

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 28 Agustus 2024



H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.

Catatan: *Coret yang tidak perlu

Lampiran 21 surat keterangan lulus seminar proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1837/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Ulinida Atunnisa
NIM : 214110202177
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
Judul : Pengaruh Lifestyle, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan bank digital " Seabank " (Studi kasus generasi Z di kabupaten banyumas)

Pada tanggal 4 November 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 4 November 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 22 surat keterangan ujian komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Ulinida Atunnisa
NIM : 214110202177
Program Studi : Perbankan Syariah
Tanggal Ujian : 11 April 2025
Kesimpulan : LULUS

No	Aspek Penilaian	Rentang Skor	Nilai
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	
Total Nilai		0 - 100	78 / B+

Purwokerto, 14 April 2025

Penguji I,

Penguji II,



H. Sochimim, Lc., M.Si.

Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

Lampiran 23 sertifikat KKN



Sertifikat

Nomor Sertifikat : 1958/2588K.LPPM/KKN.54/08/2024

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **ULINIDA ATUNNISA**
NIM : **214110202177**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-54 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **96 (A)**.



Certificate Validation

lampiran 24 sertifikat pengembangan bahasa bahasa arab



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE

الشهادة

No.B-6092/Un.19/K.Bhs/PP.009/1/2022

This is to certify that
Name :
Place and Date of Birth
Has taken
with Computer Based Test,
organized by Language Development Unit on :
with obtained result as follows :

ULINIDA ATUNNISA :

Cilacap, 26 September 2001 :

IQLA :

10 Desember 2021 :

Listening Comprehension: 58
فهم المسموع

Structure and Written Expression: 60
فهم العبارات والتراكيب

Reading Comprehension: 55
فهم المقروء

Obtained Score :

577

المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.



Purwokerto, 24 Desember 2024

The Head of Language Development Unit,



EPTUS
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

IQLA
Inhibidit al-Qudrah 'ala al-Lughah al-'Arabiyyah



Lampiran 25 sertifikat pengembangan bahasa inggris


MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KHAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsu.ac.id | www.bahasa.uinsu.ac.id | +62 (281) 430024

CERTIFICATE
 الشهادة
 No.B-4786/Un.15/K.Bhs/PP.009/1/2022

This is to certify that
 Name : **ULINIDA ATUNNISA**
 Place and Date of Birth : **Cilacap, 26 September 2001**
 Has taken : **EFPIUS**
 with Computer Based Test,
 organized by Language Development Unit on : **11 Desember 2021**
 with obtained result as follows :

Listening Comprehension: **51** Structure and Written Expression: **54** Reading Comprehension: **47**
 فهم السموع فهم العبارات والتركيب فهم المقروء
 Obtained Score : **507** المجموع الكلي

The test was held in UIN Profesor Khai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيد الدين زهري الإسلامية الحكومية بـوروكرتو.
 Purwokerto, **24 Desember 2024**
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة اللغة

Maulidhan, S.S., M.Pd.
 NIP.198220923 200003 2 001




EFPIUS
 English Proficiency Test of UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
 UIN
 UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri
 English Proficiency Test of UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI



Lampiran 27 sertifikat PBM



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ulinida Atunnisa
NIM : 214110202177
Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 26 September 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Ayah : Fadholi
Nama Ibu : Umi Kulsum
Alamat : Jl Annur No 23, Rt 03/Rw 07, Desa Padangjaya, Kecamatan Majenang, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah
No HP : 085729424758
E-Mail : Ulinida2609@Gmail.Com

B. Riwayat Pendidikan

TK/PAUD : TK Masyitoh 02 Padangjaya
SD/MI, tahun lulus : MI Ma'arif 01 Cilopadang
SMP/MTS, tahun lulus : MTS Pon.Pes Cigaru Majenang
SMA/SMK, tahun lulus : SMK Komputama Majenang
S1 tahun masuk : UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto 2021

C. Pengalaman Organisasi

1. KMPA fakultas UIN SAIZU 2021-2022

Purwokerto, 24 Maret 2025
Saya yang menyatakan,



Ulinida Atunnisa
214110202177