

Pengaruh Fitur Layanan Transfer dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna Seabank

Rahma Gunawan¹, R. Elly Mirati²

Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta

¹rahma.gunawan.ak22@mhs.wpnj.ac.id, ²r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id

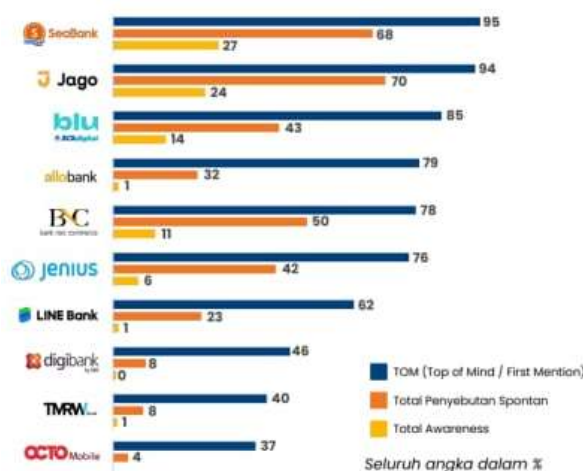
Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya penggunaan layanan bank digital di Indonesia. SeaBank menjadi salah satu bank digital yang berkembang pesat dengan menawarkan berbagai fitur layanan, terutama layanan transfer yang praktis dan bebas biaya administrasi. Namun, masih ditemukan berbagai permasalahan, seperti keterlambatan transfer, kegagalan transaksi, gangguan aplikasi, serta kekhawatiran pengguna terhadap keamanan data dan transaksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan transfer dan keamanan merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur layanan transfer dan keamanan terhadap keputusan pengguna SeaBank secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik **purposive sampling** terhadap 100 responden pengguna SeaBank yang berdomisili di Jabodetabek dan berusia minimal 17 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 26 dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel serta memenuhi asumsi klasik. Secara parsial, fitur layanan transfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna dengan nilai signifikansi 0,021, sedangkan keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna dengan nilai F hitung sebesar 13,692 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,220 menunjukkan bahwa fitur layanan transfer dan keamanan mampu menjelaskan 22,0% variasi keputusan pengguna, sedangkan 78,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi SeaBank dalam meningkatkan kualitas layanan transfer dan sistem keamanan guna memperkuat kepercayaan serta keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan bank digital.

Kata Kunci: Fitur Layanan Transfer; Keamanan; Keputusan Pengguna; SeaBank; Bank Digital.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi pada sektor perbankan di Indonesia, yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan layanan perbankan digital melalui aplikasi mobile banking dan berbagai platform digital. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi perbankan digital mengalami pertumbuhan lebih dari 45% secara tahunan pada 2025, yang mencerminkan tingginya tingkat adopsi masyarakat terhadap layanan keuangan digital.



Gambar 1 Pengguna Bank Digital 2025
Sumber: Polulix 2026

Di tengah perkembangan tersebut, SeaBank menjadi salah satu bank digital yang memiliki tingkat popularitas tinggi. Berdasarkan survei [1] SeaBank menempati posisi teratas sebagai bank digital yang paling dikenal masyarakat Indonesia dengan tingkat *top of mind* sebesar 95% dan penyebutan spontan sebesar 68%, yang menunjukkan kuatnya kesadaran merek di kalangan pengguna.

Tabel 1 Jumlah Tabungan SeaBank

Tahun	Jumlah Tabungan	Persentase Kenaikan
2021	5.837 Triliun	-
2022	8.025 Triliun	37.5%
2023	8.611 Triliun	7.3%
2024	9.510 Triliun	10.4%

Sumber: Data diolah 2026

Data menunjukkan bahwa jumlah tabungan rekening SeaBank mengalami peningkatan secara konsisten sejak diluncurkan pada tahun 2021. Kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebesar 37,5%, yang mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan bank digital. Hingga tahun 2024, jumlah tabungan mencapai Rp9,510 triliun dengan pertumbuhan sebesar 10,4%. Meskipun laju pertumbuhan melambat dibandingkan periode awal, peningkatan tersebut menunjukkan bahwa SeaBank tetap mampu mempertahankan pertumbuhan di tengah persaingan industri perbankan digital yang semakin ketat.

Tabel 2 Pengaduan Keluhan Fitur layanan transfer dan keamanan Nasabah Pada Seabank Tahun 2026

Nama	Review	Sumber
Sunarto Sunar	Saya transfer belum masuk, tapi dana tidak kembali lagi, dan sekarang sering error aplikasinya	Play Store
Hamzah Has	Transaksi berhasil dan saldo seabank sudah terpotong namun saldo ke rekening tujuan belum masuk. Mohon bantuannya	Play Store
Siti Zariah	Kenapa seabank sudah tidak aman, saldo sering hilang tak tersisa, keamanan seabank sudah buruk	Play Store
Any	Kemarin saya kebobolan transaksi ilegal, bahkan transaksinya pakai qriss, itu berarti akun saya dipegang orang lain. Kehilangan 710 padahal saya tidak pernah membocorkan pin, otp kepada siapapun bertahun tahun saya pakai akhirnya mengalami juga, kecewa banget	Play Store

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan ulasan pengguna di play store, masih terdapat berbagai keluhan terkait fitur layanan transfer dan keamanan pada aplikasi SeaBank, seperti transaksi yang gagal, keterlambatan dana masuk, gangguan aplikasi, transaksi tidak dikenal, hingga hilangnya saldo. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kualitas fitur layanan transfer dan sistem keamanan masih perlu ditingkatkan karena dapat memengaruhi kepercayaan serta keputusan pengguna dalam menggunakan layanan bank digital. Meskipun SeaBank menawarkan berbagai fitur unggulan, seperti transfer gratis antar bank, pembukaan rekening secara digital, layanan pembayaran, dan integrasi dengan shopee, kendala fitur dan keamanan tetap menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan penggunaan aplikasi tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh fitur layanan dan keamanan terhadap keputusan pengguna *mobile banking*. Penelitian dari [2]serta [3] Menunjukkan bahwa keamanan maupun fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna. Sebaliknya, penelitian dari [4] serta [5] menemukan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna *mobile banking*. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini difokuskan pada pengguna SeaBank di wilayah jabodetabek, yang merupakan kawasan dengan tingkat aktivitas ekonomi dan adopsi teknologi digital yang tinggi [6] Tingginya mobilitas masyarakat serta dominasi pengguna dari kalangan generasi muda menjadikan wilayah ini sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan bank digital Berdasarkan fenomena yang ada dan masih ditemukan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh fitur layanan transfer dan keamanan terhadap keputusan pengguna SeaBank. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peran kedua variabel tersebut dalam memengaruhi keputusan pengguna menggunakan layanan bank digital.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh [7] menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Selanjutnya, [8] mengembangkan model TAM dengan menambahkan faktor kepercayaan (*perceived credibility*), efikasi diri, dan biaya untuk menjelaskan penerimaan teknologi pada layanan perbankan digital.

Dalam penelitian ini, TAM digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Fitur layanan transfer yang praktis, mudah, dan efisien mencerminkan persepsi kemudahan penggunaan, sedangkan aspek keamanan meningkatkan rasa percaya dan manfaat yang dirasakan pengguna. Dengan demikian, semakin baik kualitas fitur layanan transfer dan keamanan yang ditawarkan, semakin besar kecenderungan pengguna untuk memutuskan menggunakan aplikasi SeaBank [9].

Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Marketing mix merupakan strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa. Menurut [10], bauran pemasaran terdiri atas empat elemen utama (4P), yaitu product, price, place, dan promotion, yang diterapkan secara terpadu untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan mencapai tujuan pemasaran. Dalam penelitian ini, unsur produk menjadi fokus karena berkaitan dengan fitur layanan yang ditawarkan SeaBank.

Fitur layanan merupakan karakteristik atau fungsi tambahan yang melengkapi suatu produk sehingga memberikan manfaat lebih bagi pengguna dan menjadi pembeda dari produk pesaing [10]. Dalam konteks bank digital, fitur layanan yang lengkap, mudah digunakan, dan sesuai kebutuhan pengguna dapat meningkatkan minat serta keputusan penggunaan layanan [11]. Menurut Poon dalam [12], fitur layanan transfer diukur melalui empat dimensi, yaitu kemudahan akses informasi, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.

Keamanan merupakan kemampuan suatu sistem dalam melindungi data pribadi dan transaksi pengguna dari berbagai risiko penyalahgunaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dalam menggunakan layanan digital [4]. Dalam penelitian ini, keamanan diukur melalui tiga indikator, yaitu kemudahan pengguna dalam memberikan informasi, keyakinan bahwa data pribadi terlindungi, serta jaminan keamanan dana selama proses transaksi elektronik.

Theory of Planned Behavior (TPB)

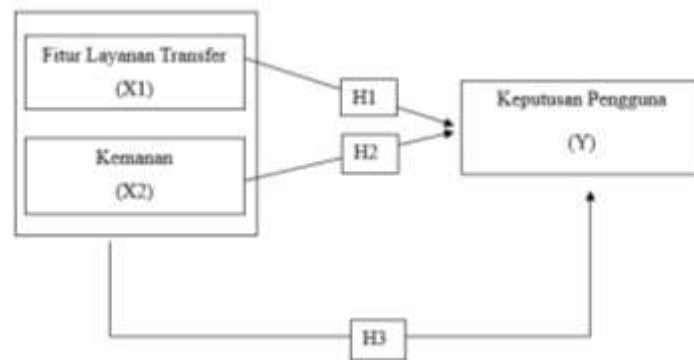
Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh [13] menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari tiga faktor, yaitu attitude toward the behavior (sikap terhadap perilaku), subjective norm (norma subjektif), dan perceived behavioral control (persepsi kontrol perilaku). Ketiga faktor tersebut berperan dalam membentuk keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau layanan digital [14].

Menurut [10] keputusan pengguna merupakan proses konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Proses tersebut meliputi lima tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan penggunaan, dan evaluasi setelah penggunaan. Dalam penelitian ini, keputusan pengguna diartikan sebagai keputusan menggunakan aplikasi SeaBank setelah melalui tahapan tersebut.

Bank Digital

Bank digital adalah bank yang menyediakan sebagian besar layanan perbankan melalui platform elektronik sehingga nasabah dapat melakukan berbagai transaksi secara mandiri tanpa harus mengunjungi kantor cabang (POJK No. 12/POJK.03/2021). Perkembangan bank digital didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang cepat, praktis, dan fleksibel. Di Indonesia, beberapa bank digital yang berkembang antara lain SeaBank, Jago, Jenius, Blu by BCA Digital, Allo Bank, dan Neo Bank [15].

Hipotesis



Gambar 2 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data diolah 2026

Fitur Layanan Transfer merupakan bagian dari unsur Product dalam konsep *Marketing Mix* yang memberikan nilai tambah kepada pengguna melalui kemudahan dan kelengkapan layanan, penelitian dari [4] serta [5] menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna layanan digital. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Fitur Layanan Transfer berpengaruh terhadap keputusan pengguna SeaBank.

Keamanan merupakan faktor penting yang mencerminkan kemampuan sistem dalam melindungi data pribadi, transaksi dan privasi pengguna. Penelitian [9] serta [16] menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna layanan digital. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H2: Keamanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna SeaBank

Marketing Mix, fitur layanan memberikan nilai melalui kemudahan, kecepatan, dan kelengkapan transaksi, sedangkan Model Kesuksesan Sistem Informasi menjelaskan bahwa keamanan meningkatkan kepercayaan pengguna melalui perlindungan data dan transaksi. Kedua faktor tersebut memengaruhi keputusan penggunaan sesuai Theory of Planned Behavior (TPB). Hasil penelitian [4] serta [5] menunjukkan bahwa fitur layanan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3: fitur layanan transfer dan keamanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pengguna SeaBank.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh fitur layanan transfer dan keamanan terhadap keputusan pengguna SeaBank. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik [17]. Objek penelitian terdiri atas fitur layanan transfer (X_1) dan keamanan (X_2) sebagai variabel independen, serta keputusan pengguna (Y) sebagai variabel dependen. Adapun subjek penelitian adalah pengguna aplikasi SeaBank yang berdomisili di wilayah Jabodetabek.

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna SeaBank di wilayah Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan merupakan pengguna aplikasi SeaBank. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden.

Tabel 3 Tabel Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengembangan	Skala
Fitur Layanan Transfer	Fitur Layanan Transfer adalah persepsi pengguna terhadap kelengkapan, kemudahan dan inovasi fitur transfer yang disediakan oleh aplikasi SeaBank dalam mendukung aktivitas transaksi keuangan	Kemudahan akses Informasi, Beragam Layanan Transaksi, Keberagaman Fitur, Inovasi Produk	Skala Likert 1-5
Keamanan	Keamanan adalah persepsi pengguna mengenai kemampuan aplikasi SeaBank dalam melindungi data pribadi dan dana pengguna serta memberikan rasa aman selama melakukan transaksi digital	Tidak merasa kesulitan dalam memberikan informasi, Memiliki keyakinan bahwa data pribadi akan terlindungi, Merasa yakin bahwa dana yang ada di perangkat	Skala Likert 1-5

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12128>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

	eletronik aman selama transaksi berlangsung	
Keputusan Pengguna	Keputusan pengguna adalah keputusan seseorang untuk menggunakan aplikasi SeaBank setelah melalui proses mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut	Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian
		Skala Likert 1-5

Sumber: Data diolah 2026

Operasionalisasi variabel disusun berdasarkan indikator pada setiap variabel penelitian, yaitu fitur layanan transfer, keamanan, dan keputusan pengguna, yang digunakan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian dan pengukuran data.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form dengan skala Likert lima poin, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber resmi yang relevan dengan penelitian. Kuesioner disebarkan melalui berbagai media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, Telegram, dan X (Twitter).

3. Hasil dan Diskusi

Hasil

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden, mayoritas pengguna SeaBank berjenis kelamin perempuan (68%), berusia 17–27 tahun (48%), memiliki pendidikan Diploma/Sarjana (48%), serta bekerja sebagai karyawan BUMN dan karyawan swasta (masing-masing 27%). Selain itu, sebagian besar responden berdomisili di Jakarta (38%) dan telah menggunakan aplikasi SeaBank selama 1–2 tahun (36%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pengguna SeaBank dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia produktif yang memiliki tingkat literasi digital dan kebutuhan transaksi keuangan yang relatif tinggi.

Dominasi responden dari kalangan usia muda, berpendidikan tinggi, dan telah memiliki pengalaman menggunakan SeaBank menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Kondisi ini memungkinkan responden memberikan penilaian yang lebih objektif terhadap fitur layanan transfer dan aspek keamanan, sehingga data yang diperoleh dinilai relevan untuk menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan pengguna SeaBank.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r- hitung	r-tabel	Keterangan
Fitur Layanan Transfer	X1.1	0.860	0,361	Valid
	X1.2	0.787	0,361	Valid
	X1.3	0.582	0,361	Valid
	X1.4	0.720	0,361	Valid
Keamanan	X2.1	0.762	0,361	Valid
	X2.2	0.712	0,361	Valid
	X2.3	0.566	0,361	Valid
	X2.4	0.732	0,361	Valid
Keputusan Pengguna	Y.1	0.689	0,361	Valid
	Y.2	0.590	0,361	Valid
	Y.3	0.798	0,361	Valid
	Y.4	0.813	0,361	Valid
	Y.5	0.750	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2026

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai r-hitung yang melebihi r-tabel (0,361), sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya.

Tabel 5 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach'Alpha	Cronbach'Alpha Standart	N of Item	Keterangan
Fitur Layanan Transfer	0.659	0.6	4	Realiable
Keamanan	0.631	0.6	4	Realiable
Keputusan Pengguna	0.773	0.6	5	Realiable

Sumber: Data diolah 2026

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data penelitian pada variabel independen dan dependen memenuhi asumsi distribusi normal.

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Table 6. Nash-Sp. Normals		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36357333
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.065
	Negative	-.086
Tes Statistic		.086
Asymp. Sig (2-tailed)		.068 ^c
a.	Test distribution is normal	
b.	Calculated from data	
c.	Liliefors Significance Correction	

Sumber: Data diolah 2026

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan distribusi data residual. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,068 ($>0,05$), sehingga data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi hubungan antarvariabel independen dengan kriteria nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,10$.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
(Constant)	13.414	1.679		7.990	.000		
Fitur Layanan Transfer	.221	.094	.222	2.345	.021	.900	1.112
Keamanan	.287	.078	.349	3.694	.000	.900	1.112

Sumber: Data diolah 2026

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel independen. Hasil menunjukkan nilai Tolerance 0,900 dan VIF 1,112, sehingga tidak terdapat multikolinearitas

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi ketidaksamaan varians residual pada model regresi, dengan kriteria nilai signifikansi $>0,05$ menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 8 Hasil Uji White

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
-------	------------------	-------------------------	--------------------------------	---	------

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12128>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

(Constant)	10.442	2.528		4.130	.000
X12	-.081	.069	-1.117	-1.170	.245
X22	-.085	.066	-1.416	-1.287	.201
X1X2	.137	.131	1.744	1.042	.300

Sumber: Data diolah 2026

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui kesamaan varians residual. Hasil uji White menunjukkan nilai signifikansi seluruh variabel $>0,05$, sehingga model bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh Fitur Layanan Transfer dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna, baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	13.414	1.679		7.990	.000
Fitur Layanan Transfer	.221	.094	.222	2.345	.021
Keamanan	.287	.078	.349	3.694	.000

Sumber: Data diolah 2026

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa fitur layanan transfer dan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna.

Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) dilakukan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi $<0,05$ atau t hitung $>$ t tabel.

Tabel 10 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	13.414	1.679		7.990	.000
Fitur Layanan Transfer	.221	.094	.222	2.345	.021
Keamanan	.287	.078	.349	3.694	.000

Sumber: Data diolah 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Fitur Layanan Transfer memiliki nilai t hitung sebesar 2,258 dengan signifikansi 0,026 ($<0,05$), sedangkan variabel Keamanan memiliki nilai t hitung sebesar 3,756 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Kedua variabel memiliki nilai t hitung yang lebih besar daripada t tabel (1,984), sehingga dapat disimpulkan bahwa Fitur Layanan Transfer dan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank.

Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai signifikansi ($<0,05$) atau perbandingan F hitung dengan F tabel.

Tabel 11 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	51.966	2	25.983	13.692	.000
Residual	184.074	97	1.898		
Total	236.040	99			

Sumber: Data diolah 2026

Hasil uji F memperoleh nilai F hitung sebesar 13,692 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga Fitur Layanan Transfer dan Keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank.

Uji R (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai R^2 yang rendah menunjukkan kemampuan penjelasan model yang terbatas.

Tabel 12 Hasil Uji R (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.204	1.37756

Sumber: Data diolah 2026

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,220, yang berarti Fitur Layanan Transfer dan Keamanan mampu menjelaskan 22,0% variasi Keputusan Pengguna, sedangkan 78,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,469 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan Keputusan Pengguna berada pada kategori sedang dan bersifat positif.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fitur Layanan Transfer terhadap Keputusan Pengguna SeaBank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Layanan Transfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank. Fitur transfer yang mudah digunakan, cepat, serta mampu memenuhi kebutuhan transaksi menjadi faktor yang mendorong pengguna memilih SeaBank. Responden juga memberikan penilaian tinggi terhadap kemudahan memahami informasi fitur dan kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna. Temuan ini sejalan dengan teori Marketing Mix yang menyatakan bahwa fitur merupakan nilai tambah suatu produk untuk meningkatkan daya saing [10] Hasil penelitian ini juga mendukung temuan [4] yang menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking.

Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank. Tingginya persepsi keamanan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi melalui aplikasi. Responden memberikan penilaian tinggi terhadap rasa aman saat bertransaksi, meskipun masih terdapat perhatian terhadap perlindungan data pribadi. Temuan ini sesuai dengan model kesuksesan sistem informasi yang menempatkan keamanan sebagai faktor penting dalam keberhasilan sistem informasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian [9] yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna.

Pengaruh Fitur Layanan Transfer dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Layanan Transfer dan Keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank. Kemudahan, kecepatan, dan efisiensi layanan transfer yang didukung oleh sistem keamanan yang andal mampu meningkatkan kepercayaan serta keputusan pengguna dalam menggunakan SeaBank. Oleh karena itu, peningkatan kualitas fitur layanan transfer dan keamanan perlu terus dilakukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta memperkuat daya saing SeaBank. Hasil ini sejalan dengan penelitian [4] yang menyatakan bahwa fitur layanan dan keamanan secara bersama-sama memengaruhi keputusan penggunaan mobile banking.

4. Kesimpulan

Fitur Layanan Transfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank. Semakin mudah, cepat, dan sesuai kebutuhan fitur layanan transfer yang disediakan, semakin tinggi keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi SeaBank. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna dalam melindungi data dan transaksi, semakin besar kepercayaan serta keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi SeaBank. Fitur Layanan Transfer dan Keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna SeaBank. Kedua variabel mampu menjelaskan 22,0% variasi keputusan pengguna, sedangkan 78,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Referensi

- [1] Populix, "Seperti Apa Penggunaan Bank Digital di Indonesia?," <https://info.populix.co/articles/bank-digital-di-indonesia/>.
- [2] T. Putri Kamila, Y. Sri Rahayu, and U. Maulana Malik Ibrahim Malang, "PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO TERHADAP PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG", doi: <https://doi.org/10.51339/nisbah.v5i1.1740>.
- [3] M. R. Arsyi and A. U. Wusko, "Pengaruh Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat dan Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 4, no. 3, pp. 4907–4916, Sep. 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i3.2705.
- [4] Rumuar Anafiah and Nugroho Hendrato Setiabudi, "PENGARUH KEPERCAYAAN, FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI KALANGAN GENERASI-Z," Sep. 2024, doi: <https://doi.org/10.29062/mahardika.v23i1.1221>.
- [5] Marzuki Kiki Idris, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Kebumen)," *Universitas Putra Bangsa*, no. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Kebumen), 2024, Accessed: May 04, 2026. [Online]. Available: <https://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/892/1/Jurnal%20175502914.pdf>
- [6] Ilham Muhamad, Widyastuti Umi, and Noviarini Diena, "Anteseden Keputusan Penggunaan Bank Digital pada Generasi Z di Jabodetabek (Ilham, et al.)," no. Anteseden Keputusan Penggunaan Bank Digital pada Generasi Z di Jabodetabek, 2026, doi: 10.63822/3pcfqp25.
- [7] F. D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, vol. Vol. 13 no.3. Amerika Serikat: Available: <https://www.jstor.org/stable/249008?origin=JSTOR-pdf>, 1989.
- [8] Luarn and Lin, "Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking," <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>.
- [9] Annisa Rizky Widodo and Fajri Ariandi, "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BCA di Jakarta," *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, vol. 2, no. 4, pp. 27–40, Sep. 2024, doi: 10.59603/ppiman.v2i4.524.
- [10] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. New York: Pearson Education, 2016.
- [11] Iqbal Muhammad, Hasan Asyari, and Laila Iva, "Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 7, no. 1, pp. 333–356, 2022, doi: 10.30651/jms.v7i1.8854.
- [12] Rusdian Budi and Kusumadewi Rita, "Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat, Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning)," vol. 5, 2024, [Online]. Available: <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- [13] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 1991.
- [14] T. Y. Durman and M. Musdholifah, "INTEGRASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP INTENTION TO USE MOBILE PAYMENT (STUDI PADA PENGGUNA OVO DI SURABAYA)," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 8, 2020.
- [15] Mutiasari Annisa Indah, "PERKEMBANGAN INDUSTRI PERBANKAN DI ERA DIGITAL," Solo, Aug. 2020. [Online]. Available: www.aptika.kominfo.go.id,
- [16] Y. D. Rahmawati and R. Yuliana, "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET," *Econ Bank: Journal of Economics and Banking*, vol. 2, p. 166, 2019.
- [17] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2022.