

Pengaruh *Security, Trust, Usability, dan Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank

Eti Yulianti¹, Nurhadi²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

etiylulianti18071@gmail.com¹, nurhadi.ab@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

The escalating adoption of digital banking applications underscores the imperative for a comprehensive comprehension of factors influencing user satisfaction. This study seeks to scrutinize the impact of security, trust, usability, and usefulness on user satisfaction within the SeaBank digital banking application. Employing a quantitative research methodology, data were collected through a questionnaire distributed to 271 respondents utilizing the SeaBank application in Indonesia. Multiple linear regression analysis was employed for data analysis. The findings revealed that collectively, security, trust, usability, and usefulness significantly affect user satisfaction. Specifically, trust, usability, and usefulness individually exhibit a substantial positive influence on user satisfaction, while security demonstrates an insignificant positive impact. Consequently, enhancing elements of trust, ease of use, and application utility can heighten user satisfaction in the realm of digital banking applications. The practical implications of these findings can offer valuable insights to digital banking service providers, guiding efforts to enhance both quality and user satisfaction. A strategic emphasis on these identified factors is anticipated to provide a foundation for the development of more efficacious strategies aimed at optimizing the user experience within the digital banking domain.

Keywords: *user satisfaction, bank digital, digital banking applications, security, trust, usability, usefulness*

ABSTRAK

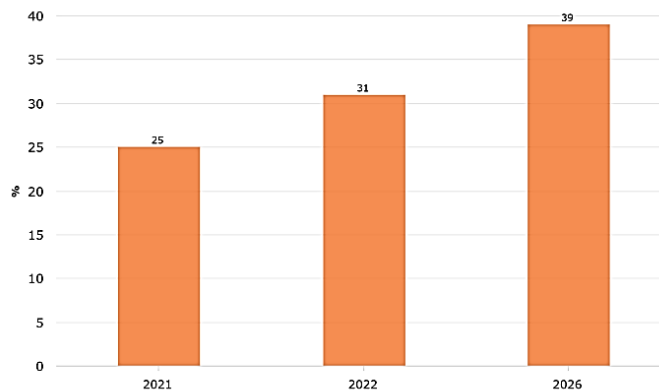
Peningkatan penggunaan aplikasi perbankan digital mendorong perlunya pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *security, trust, usability* dan *usefulness* terhadap kepuasan pengguna aplikasi bank digital SeaBank. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada 271 responden pengguna aplikasi SeaBank di Indonesia. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *security, trust, usability, dan usefulness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Secara parsial, *trust, usability* dan *usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan *security* berpengaruh positif tidak signifikan. Dengan demikian, peningkatan aspek kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan kebermanfaatan aplikasi dapat meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi perbankan digital. Implikasi temuan dapat menjadi pedoman bagi penyedia layanan perbankan digital untuk meningkatkan kualitas dan kepuasan pengguna. Fokus pada faktor-faktor ini diharapkan dapat membentuk dasar untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna di dunia perbankan digital.

Kata kunci: kepuasan pengguna, bank digital, aplikasi perbankan digital, keamanan, kepercayaan, kemudahan pengguna, kemanfaatan.

PENDAHULUAN

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 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.

Di Indonesia, terjadi perkembangan yang pesat dalam sektor bank digital. Perkembangan ini telah merangsang persaingan yang sehat di antara lembaga-lembaga finansial, memberikan pelanggan lebih banyak pilihan, dan mendorong peningkatan kualitas layanan serta inovasi di sektor perbankan Tanah Air. Berikut merupakan data proyeksi pengguna bank digital di Indonesia:

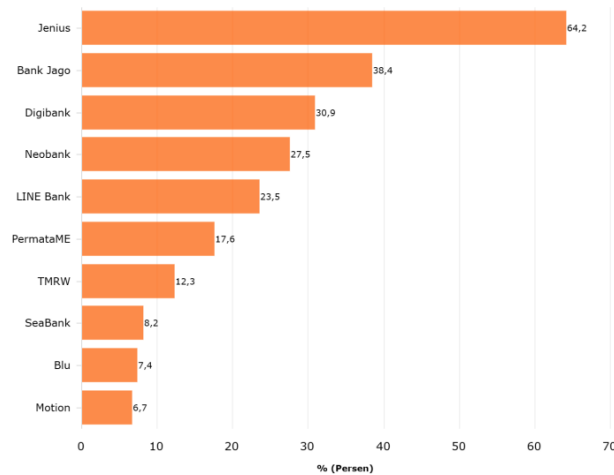


Gambar 1. Proyeksi Penggunaan Bank Digital di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut proyeksi dari situs web keuangan (Finder.com) yang disajikan oleh (www.databoks.katadata.co.id), adopsi bank digital di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2021, sekitar 25% orang dewasa Indonesia memiliki rekening bank digital, mencapai 47.7 juta orang. Proyeksi tahun 2022 menunjukkan peningkatan menjadi 31%, atau sekitar 59.9 juta pengguna. Pada tahun 2026, diperkirakan mencapai 39%, atau sekitar 74.8 juta pengguna.

Berikut data bank digital paling dikenal konsumen Indonesia (Desember 2021):



Gambar 2. Data Bank Digital Paling Dikenal Konsumen Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut data dari situs web keuangan (Finder.com) yang disajikan oleh (www.databoks.katadata.co.id), DailySocial melakukan survei terhadap 1.500 responden di seluruh Indonesia pada Desember 2021. Ada 10 bank digital dari hasil survei yang mana dari semua responden mengetahui tentang bank digital, sebanyak 57,2% mengaku tertarik untuk menggunakan layanan pada bank digital. Alasan utama ketertarikan mereka adalah kemudahan pembukaan rekening dibandingkan dengan bank konvensional.

Meskipun perkembangan teknologi sistem informasi telah membawa banyak manfaat bagi sektor perbankan, seperti kemudahan akses dan efisiensi operasional, masih ada tantangan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh aplikasi perbankan adalah bagaimana memastikan kepuasan pengguna yang optimal. Kepuasan pengguna adalah harapan perusahaan akan tingkat keunggulan yang diberikan kepada pelanggan dan kontrol atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan, sehingga kepuasan pengguna merupakan faktor penting dalam membantu bank mempertahankan keunggulan kompetitif mereka (Li, et al., 2021 dalam Khoirin et al., 2023).

Faktor-faktor teknis seperti *Security*, *Trust*, *Usability*, dan *Usefulness* menjadi elemen kunci bagaimana pengguna merasa bahwa aplikasi bank digital memberikan kepuasan bagi penggunanya. Menurut Casaló et al., (2007) *Security* adalah aspek krusial dimana pengguna ingin meyakini bahwa data pribadi dan finansial mereka terlindungi dari ancaman keamanan digital seperti pencurian identitas atau penipuan. Menurut Garbarino et al, (1999) *Trust* adalah keyakinan konsumen akan kualitas dan reliabilitas barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini mengacu pada sejauh mana pengguna memiliki kepercayaan bahwa aplikasi bank digital akan menjaga kerahasiaan informasi mereka. Menurut Pravettoni et al., (2007) *Usability* adalah sejauh mana suatu produk efisien, dan memuaskan digunakan oleh individu. Selanjutnya faktor *usefulness* yang mana Menurut Susanto et al., (2023) *Usefulness*

dalam perbankan digital memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Usefulness* mencerminkan sejauh mana aplikasi memberikan manfaat yang nyata bagi pengguna.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *security*, *trust*, *usability* dan *usefulness* terhadap kepuasan pengguna aplikasi perbankan digital, dengan studi kasus pada pengguna aplikasi SeaBank di Indonesia. Diharapkan, hasil dari penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman lebih mendalam terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, tetapi juga dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi pengembangan aplikasi SeaBank. Peningkatan kualitas dan kepuasan pengguna diharapkan akan menjadi landasan strategis untuk memperkuat posisi SeaBank dalam industri perbankan digital yang semakin kompetitif. Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Security*, *Trust*, *Usability*, dan *Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi SeaBank”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana data diperoleh dari pengisian kuesioner yang dibagikan melalui Google Form dengan pengukuran menggunakan skala Likert. Jumlah responden pada penelitian ini yaitu 271 responden di seluruh Indonesia. Metode sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Kriteria responden pada penelitian ini yaitu nasabah yang merupakan pengguna aplikasi SeaBank yang telah melakukan kegiatan transaksi keuangan minimal sebanyak dua kali pada berbagai jenis produk transaksi keuangan.

Hipotesis dari penelitian ini yaitu :

- H₁ : Secara simultan *Security*, *Trust*, *Usability*, *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank.
- H₂ : Secara parsial *Security* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank.
- H₃ : Secara parsial *Trust* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank.
- H₄ : Secara parsial *Usability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank.
- H₅ : Secara parsial *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank.

Definisi variabel-variabel yang ada dalam penelitian perlu dibentuk guna menjauhi penyimpangan ketika proses pengumpulan data. Pada penelitian ini, definisi operasional variabelnya yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Keterangan
Security	X1.1	Privasi (<i>Privacy</i>)
	X1.2	Integritas (<i>Integrity</i>)
	X1.3	Password (Kata Sansdi)
	X1.4	Certificate (Dokumen Identitas Elektronik)
	X1.5	Biometric (Sidik Jari) Dan <i>Time-Based One-Time Password</i> (TOTP)
Trust	X2.1	<i>Trust Beliefs</i> atau <i>Trustworthiness</i>
	X2.2	<i>Institutional Trust</i>
Usability	X3.1	Kemampuan Belajar (<i>Learnability</i>)
	X3.2	Efisiensi (<i>Efficiency</i>)
	X3.3	Kemampuan Diingat (<i>Memorability</i>)
	X3.4	Kesalahan (<i>Errors</i>)
Usefulness	X4.1	Efektifitas Teknologi
	X4.2	Keuntungan Teknologi
	X4.3	Keterkaitan Teknologi
	X4.4	Relevansi Teknologi
Kepuasan Pengguna	Y1.1	Kualitas sistem (<i>system quality</i>)
	Y1.2	Kualitas informasi (<i>information quality</i>)
	Y1.3	Kualitas layanan (<i>service quality</i>)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data Hasil Penelitian

1. Responden yang menggunakan SeaBank

Tabel 2. Data Responden Pengguna SeaBank

Apakah Anda pernah melakukan transaksi atau kegiatan keuangan pada aplikasi SeaBank?	Frekuensi	Persentase
Ya	271	97,48%
Tidak (Anda bisa mengakhiri sesi kuesioner)	7	2,52%
Total	278	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Dari distribusi kuesioner didapat sebanyak 278 responden yang mengisi kuesioner. Namun, setelah dilakukan pembersihan data, 7 responden tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan. Sehingga, 271 responden yang memenuhi kriteria diambil untuk analisis lebih lanjut, jumlah responden sesuai dengan penentuan sampel pada penelitian penulis. Proses pembersihan data ini dilakukan untuk memastikan

keakuratan dan kevalidan data, serta untuk menghilangkan data yang tidak sesuai atau tidak relevan. Hal ini bertujuan agar hasil analisis lebih dapat dipercaya dan mewakili kelompok responden yang tepat.

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Domisili Responden

Domisili (Wilayah Provinsi tempat tinggal Anda saat ini)	Frekuensi	Persentase
Jawa Timur	83	30,63%
Jawa Barat	82	30,26%
DI Yogyakarta	27	9,96%
Jawa Tengah	21	7,75%
Lampung	17	6,27%
DKI Jakarta	12	4,43%
Sumatera Utara	8	2,95%
Riau	5	1,85%
Bali	4	1,48%
Sulawesi Selatan	3	1,11%
Sumatera Selatan	1	0,37%
Sulawesi Tengah	1	0,37%
Nusa Tenggara Timur	1	0,37%
Nanggroe Aceh Darussalam	1	0,37%
Maluku	1	0,37%
Kepulauan Riau	1	0,37%
Kalimantan Timur	1	0,37%
Bengkulu	1	0,37%
Banten	1	0,37%
Total	271	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 3 mayoritas responden berasal dari pulau Jawa dan Sumatra, dengan provinsi Jawa Timur menjadi yang terbanyak dengan 30,63% atau 83 responden. Di pulau Sumatra, provinsi Lampung memiliki jumlah tertinggi sebesar 6,27% atau 17 responden. Pola ini mencerminkan sebaran populasi di Indonesia, meskipun hanya sekitar 16,97% responden berasal dari luar pulau Jawa, menunjukkan adanya keragaman regional di antara responden.

3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki - Laki	136	50,18%
Perempuan	135	49,82%
Total	271	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 4 jumlah responden laki-laki dan perempuan hampir sama, dengan 136 responden (50,18%) merupakan laki-laki dan 135 responden (49,82%) merupakan perempuan. Tidak ada dominasi yang signifikan dari salah satu jenis kelamin, sehingga hasil kuesioner dapat mewakili pandangan dan opini dari kedua jenis kelamin.

4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
17 - 23 tahun	219	80,81%
24 - 30 tahun	35	12,92%
31 - 37 tahun	6	2,21%
> 37 tahun	10	3,69%
Tidak Mengisi Identitas Usia	1	0,37%
Total	271	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 5 data usia responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebesar (80,81%) dengan jumlah 219 berusia 17-23 tahun.

5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	162	59,78%
Pekerjaan Wiraswasta	26	9,59%
Pekerjaan Karyawan Swasta	24	8,86%
Pelajar	23	8,49%
Pekerjaan Buruh	19	7,00%
Ibu Rumah Tangga	6	2,21%
Pekerjaan Tidak Tetap	3	1,11%
Pekerjaan professional	2	0,74%

Pensiunan	1	0,37%
Pengangguran	1	0,37%
Pekerjaan Pegawai Negeri Sipil	1	0,37%
Tidak Mengisi Identitas Pekerjaan	3	1,11%
Total	271	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 6 data pekerja responden menunjukkan bahwa mayoritas besar responden adalah Mahasiswa, yaitu sebanyak 162 orang (59,78%). Hasil tabel distribusi pekerjaan ini selaras dengan mayoritas usia responden yang mana Sebagian besar berada di usia produktif, hal ini juga bisa sebabkan karena mahasiswa dan pelajar lebih akrab dengan teknologi dan lebih terbuka terhadap inovasi digital, sehingga mereka cenderung aktif menggunakan aplikasi perbankan digital.

6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Rentang Pendapatan Responden

<i>Rentang Pendapatan (per bulan)</i>	Frekuensi	Persentase
< Rp 1.000.000	119	43,91%
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	60	22,14%
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	41	15,13%
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	19	7,01%
Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	19	7,01%
Rp 6.000.000 - Rp 7.000.000	1	0,37%
Rp 7.000.000 - Rp 8.000.000	5	1,85%
> Rp 8.000.000	5	1,85%
Tidak Mengisi Rentang Pendapatan	2	0,74%
Total	271	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 7 data rentang pendapatan responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 per bulan yaitu sebanyak 119 responden (43,91%). Hal ini selaras dengan mayoritas responden yang merupakan mahasiswa dan pelajar. Terdapat sebanyak 2 responden memilih untuk tidak menjawab. Meskipun demikian responden masih sesuai dengan kriteria responden yang telah ditentukan sebelumnya (merupakan nasabah SeaBank dan melakukan transaksi lebih dari dua kali transaksi pada aplikasi SeaBank).

7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi (per bulan)

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jumlah Transaksi (per bulan) Responden

<i>Berapa kali Anda melakukan transaksi pada aplikasi SeaBank dalam sebulan?</i>	Frekuensi	Persentase
1 - 3 kali	182	67,16%
4 - 6 kali	57	21,03%
7 - 9 kali	16	5,90%
10 - 12 kali	4	1,48%
> 12 kali	12	4,43%
Total	271	100,00%

Sumber : Penelitian Penulis, 2023

Mayoritas responden, sebanyak 182 orang (67,16%), hanya melakukan 1-3 kali transaksi per bulan pada aplikasi SeaBank. Hal ini dapat terjadi karena mayoritas responden memiliki penghasilan yang rata-rata berada di bawah Rp. 1.000.000 per bulan, dengan mayoritas di antaranya adalah mahasiswa. Sebagai akibatnya, mereka cenderung melakukan transaksi keuangan yang lebih sedikit.

Uji Validitas

Tabel 9. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sign	Valid/tidak valid
<i>Security</i>	X1.1 (Privasi)	0.774	0.00	Valid
	X1.2 (Integritas)	0.865	0.00	Valid
	X1.3 (Password)	0.866	0.00	Valid
	X1.4 (Dokumen Identitas Elektronik)	0.836	0.00	Valid
	X1.5 (Biometric Dan <i>Time-Based One-Time Password</i>)	0.808	0.00	Valid
<i>Trust</i>	X2.1 (<i>Trust Beliefs</i> atau <i>Trustworthiness</i>)	0.931	0.00	Valid
	X2.2 (<i>Institutional Trust</i>)	0.933	0.00	Valid
<i>Usability</i>	X3.1 (Kemampuan Belajar)	0.833	0.00	Valid
	X3.2 (Efisiensi)	0.897	0.00	Valid
	X3.3 (Kemampuan Diingat)	0.865	0.00	Valid
	X3.4 (Kesalahan)	0.826	0.00	Valid
<i>Usefulness</i>	X4.1 (Efektivitas Teknologi)	0.881	0.00	Valid
	X4.2 (Keuntungan Teknologi)	0.872	0.00	Valid
	X4.3 (Keterkaitan Teknologi)	0.885	0.00	Valid
	X4.4 (Relevansi Teknologi)	0.892	0.00	Valid

Kepuasan Pengguna	Y1.1 (Kualitas sistem)	0.925	0.00	Valid
	Y1.2 (Kualitas informasi)	0.897	0.00	Valid
	Y1.3 (Kualitas layanan)	0.916	0.00	Valid

Sumber : Proses Olah Data dengan Program SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa segenap dari indikator diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,113. Sehingga, kesimpulan yang dapat diambil adalah seluruh data pada penelitian ini diakui valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 10. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Security</i> (X1)	0,887	Reliabel
<i>Trust</i> (X2)	0,857	Reliabel
<i>Usability</i> (X3)	0,877	Reliabel
<i>Usefulness</i> (X4)	0,905	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y1)	0,900	Reliabel

Sumber : Proses Olah Data dengan Program SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa seluruh indikator diperoleh Cronbach's Alpha (α) > batas kritis 0,6. Oleh sebab itu, seluruh item variabel dinyatakan reliabel.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11. Hasil Uji Analisis regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.532	0.813		3.113	0.002
<i>Security</i> (X1)	0.063	0.042	0.097	1.507	0.133
<i>Trust</i> (X2)	0.085	0.039	0.111	2.167	0.031
<i>Usability</i> (X3)	0.146	0.056	0.181	2.630	0.009
<i>Usefulness</i> (X4)	0.298	0.059	0.359	5.033	0.000

Sumber: Proses Olah Data dengan Program SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 didapatkan persamaan yang bisa dilihat dibawah ini:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4$$

$$Y = 2.532 + 0.063 + 0.085 + 0.146 + 0.298$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka selanjutnya dapat dilakukan proses analisis di bawah:

- Konstanta (β_0) sebesar 2.532 maka dapat diartikan bahwa nilai besaran Kepuasan Pengguna (Y) adalah 2.532 satuan dengan asumsi jika *Security* (X1), *Trust* (X2), *Usability* (X3), *Usefulness* (X4) yaitu konstan yang tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel *Security* (X1) sebesar 0.063 menunjukkan bahwa apabila *Security* meningkat satu poin maka Kemudahan Pengguna akan meningkat sebesar 0.063 poin dengan anggapan variabel bebas lainnya konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel *Trust* (X2) sebesar 0.085 menunjukkan bahwa apabila *Trust* meningkat satu poin maka Kepuasan Pengguna akan meningkat sebesar 0.085 poin dengan anggapan variabel bebas lainnya konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel *Usability* (X3) sebesar 0.146 menunjukkan bahwa apabila *Usability* meningkat satu poin maka Kepuasan Pengguna akan meningkat sebesar 0.146 poin dengan anggapan variabel bebas lainnya konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel *Usefulness* (X4) sebesar 0.298 menunjukkan bahwa apabila *Usefulness* meningkat satu poin maka Kepuasan Pengguna akan meningkat sebesar 0.298 poin dengan anggapan variabel bebas lainnya konstan.

Koefisien Determinan (R²)

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.612 ^a	0.375	0.365	1.70710

a. Predictors: (Constant), *Usefulness* (X4), *Security* (X1), *Trust* (X2), *Usability* (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber: Proses Olah Data dengan Program SPSS, 2023

Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai R Square adalah sebesar 0.375. Ini berarti 37,5% variasi atau naik turunnya kepuasan pengguna (variabel dependen/terikat) dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebasnya, yaitu *Security*, *Trust*, *Usability*, dan *Usefulness*. Sisanya sebesar 62,5% (100% - 37,5%) variasi kepuasan pengguna dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi ini.

Uji F

Tabel 13. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	464.364	4	116.091	39.836	0.001 ^b
Residual	775.178	266	2.914		
Total	1239.542	270			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pengguna (Y)

b. *Predictors:* (Constant), *Usefulness* (X4), *Security* (X1), *Trust* (X2), *Usability* (X3)

Sumber: Proses Olah Data dengan Program SPSS, 2023

Perolehan *output* dari pengujian simultan atau F yang telah dilakukan pada tabel 6 menunjukkan bahwa $F_{hitung} (363,015) > F_{tabel} (2,638)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya secara simultan variabel *Security*, *Trust*, *Usability* dan *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada aplikasi SeaBank.

Uji t

Tabel 14. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.532	0.813		3.113	0.002
<i>Security</i> (X1)	0.063	0.042	0.097	1.507	0.133
<i>Trust</i> (X2)	0.085	0.039	0.111	2.167	0.031
<i>Usability</i> (X3)	0.146	0.056	0.181	2.630	0.009
<i>Usefulness</i> (X4)	0.298	0.059	0.359	5.033	0.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber: Proses Olah Data dengan Program SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 7 hasil uji t dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel *Security* (X1) memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel} (1,507 < 1,650)$, maka secara parsial variabel *Security* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
- Variabel *Trust* (X2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (2,167 > 1,650)$, maka secara parsial variabel *Trust* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.
- Variabel *Usability* (X3) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (2,630 > 1,650)$, maka secara parsial variabel *Usability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

- d. Variabel *Usefulness* (X4) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,033 > 1,650$), maka secara parsial variabel *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Pembahasan

Pengaruh *Security*, *Trust*, *Usability* dan *Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian data secara simultan atau uji F, menunjukkan bahwa variabel *Security* (X1), *Trust* (X2), *Usability* (X3), dan *Usefulness* (X4) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu $39,836 > 2,638$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima secara positif pada tingkat signifikan.

Pengaruh *Security* terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *security* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna yang ditunjukkan oleh koefisien $\beta_1 = 0,097$. Namun demikian uji t menunjukkan bahwa pengaruh *security* terhadap kepuasan pengguna tidak signifikan yang ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,507 > 1,650$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H_0 diterima, yang berarti secara parsial variabel *security* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna (Y).

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Li et al., (2021) menunjukkan bahwa keamanan (*security*) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi layanan perbankan di China.

Pengaruh *Trust* terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel *trust* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna yang ditunjukkan oleh koefisien $\beta_2 = 0,097$. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel *trust* (X2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,167 > 1,650$. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti secara parsial variabel *Trust* berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y). Maknanya, variabel *trust* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Seabank. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi Seabank, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pada pengguna aplikasi SeaBank.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Pravettoni et al., (2007) yang menemukan bahwa variabel kepercayaan (*trust*) berpengaruh signifikan dan menjadi faktor yang krusial terhadap kepuasan pengguna *E-Banking* di Italia. Selain itu, pada penelitian oleh Surya Wijayanti et al., (2021) keamanan, kualitas pelayanan, kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap kepuasan pada pengguna aplikasi *marketplace* di Indonesia.

Pengaruh *Usability* terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel *usability* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna yang ditunjukkan oleh koefisien $\beta_3 = 0,181$. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel *Usability* (X3) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,630 > 1,650$. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Usability* berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Maknanya variabel *Usability* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Seabank. Semakin tinggi Tingkat *usability* atau kemudahan dalam penggunaan aplikasi Seabank, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pada penggunaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Abraham et al., (2021) yang juga menemukan bahwa *Usability* yang baik berdampak positif pada tingkat kepuasan pengguna dalam berbelanja pada *E-commerce website* di Nigeria.

Pengaruh *Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel *usefulness* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna yang ditunjukkan oleh koefisien $\beta_4 = 0,359$. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel *Usefulness* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,033 > 1,650$. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa secara parsial variabel *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Maknanya variabel *Usefulness* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Seabank. Semakin tinggi tingkat kegunaan yang dirasakan pengguna Seabank, maka akan semakin meningkatkan kepuasan bagi penggunaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rizky, (2020) bahwa kegunaan atau *usefulness* terbukti mempengaruhi kepuasan pengguna akhir perangkat lunak analisis kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uji analisis secara simultan dan parsial pada penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Variabel penelitian yang terdiri dari *Security*, *Trust*, *Usability*, dan *Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna pada aplikasi SeaBank.
2. Hasil analisis pengujian secara parsial (Uji t), dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a. *Security* (X1), berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y)
 - b. *Trust* (X2), berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y)
 - c. *Usability* (X3), berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

- d. *Usefulness* (X4), berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran dapat disampaikan. Pertama, bagi Perusahaan aplikasi perbankan digital Seabank, meskipun variabel *Security* tidak signifikan, disarankan untuk tetap memperhatikan dan meningkatkan aspek keamanan dan sistem *back-end* secara berkala guna mengidentifikasi celah keamanan, menghindari risiko kebocoran data, dan mempertahankan kepercayaan pengguna. Kedua, Variabel *Trust*, *Usability*, dan *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur baru dan memperbarui tampilan antarmuka aplikasi guna memperkuat pengalaman pengguna, meningkatkan kemudahan penggunaan, dan membangun kepercayaan. Ketiga, SeaBank disarankan untuk rutin melakukan survei kepuasan pengguna untuk memantau respons pengguna dan meningkatkan saluran komunikasi serta edukasi pengguna terkait fitur dan keamanan aplikasi. Keempat, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pengguna seperti promosi dan dukungan pelanggan. Kelima, implementasi metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, di penelitian berikutnya dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk mendalami pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Seabank.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, G. T., Osaisai, E. F., Dienagha, N. S., & Ineyekineye, A. (2021). Usability, Security and Trust of E-commerce Websites: The effect on the Nigerian E-shopper. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 58–68. <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2021/v10i430250>
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalú, M. (2007). The role of security, privacy, usability and reputation in the development of online banking. *Online Information Review*, 31(5), 583–603. <https://doi.org/10.1108/14684520710832315>
- Elyta, S. (2021). *Pengaruh E-Trust Dan E-Security Terhadap Intention To Use Pada Aplikasi Agoda Di Era Pandemi Covid-19*. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/6007>
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70–87. <https://doi.org/10.2307/1251946>
- Kamarudin, J., Novianti, M., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Mamuju, F. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 2656–6265. <https://www.pinhome.id/blog/bank-terbesar-di-indonesia/>
- Krisna Wijaya. (2021). *Digital Banking Vs Digital Bank*. https://lppi.or.id/site/assets/files/1890/kw-serial_berbagi-

digital_banking_vs_digital_bank.pdf

- Kurniatul Fil Khoirin, Khodijah Ishak, Muhammad Ise Selamat, & Uswatul Hasanah. (2023). Influence of Customer Service on Customer Satisfaction Indonesian Sharia Bank KCP Bengkalis. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(7), 1043–1056. <https://doi.org/10.55927/ijis.v2i7.5158>
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487>
- Pravettoni, G., Leotta, S. N., Lucchiari, C., & Misuraca, R. (2007). Usability and Trust in E-Banking. *Psychological Reports*, 101(3_suppl), 1118–1124. <https://doi.org/10.2466/pr0.101.4.1118-1124>
- Rizky Hermawan Putra, N. A. F. M. dan M. H. (2020). Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness Terhadap kepuasan Pengguna Akhir Software Analisis Kredit. *Jurnal Akuntansi P*, 10(3), 245–260. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.3.244-260>
- Soetam Rizky Wicaksono. (2022). *Technology Acceptance Model* (Edisi Pertama). CV. Seribbu Bintang. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7754253>
- Surya Wijayanti, L., & Murni Setyawati, S. (2021). Pengaruh E-Security, E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchas Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Marketplace Di Indonesia. *Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 23.
- Susanto, S. A., Manek, M. V., Setiawan, R. A., & Mustikasari, F. (2023). Customer Experience in Digital Banking: The Influence of Convenience, Security, and Usefulness on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Indonesia. *Devotion : Journal of Research and Community Service*, 4(8), 1671–1685. <https://doi.org/10.59188/devotion.v4i8.544>