

HALAMAN MOTTO

“Allah tergantung prasangka hamba-Nya Kepada-Nya. Teruslah berbaik sangka kepada Allah, maka Allah akan membenarkan prasangka baik itu”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah berupa skripsi yang merupakan hasil dari pembelajaran selama perkuliahan ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada ibu dan bapak saya tercinta, yang telah mendo'akan dan selalu memberikan kasih sayang serta pengorbanannya selama ini. Dukungan yang sangat berarti bagi saya yang membuat saya semangat mengerjakan skripsi ini.
2. Kakak saya tercinta Suci Herlina Handayani yang telah memberikan limpahan bantuan dan doa selama penyusunan skripsi ini.
3. Adik saya tercinta Maulina Shanum Azizah yang selalu membuat saya tersenyum dan selalu membuat saya termotivasi menjadi lebih baik.
4. Saudara saya Arinda Kurnia Fatma Sari yang selalu menyemangati dan mendoakan saya.
5. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dalam membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan saya, Nur Hamadah yang telah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dan berbagi cerita.
7. Untuk sahabat-sahabat baik saya serta teman-teman kelas Bisnis Digital Karyawan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu berbagi keluh kesah dan canda tawa bersama selama masa perkuliahan,
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan doanya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini, dan
9. Almamater yang saya banggakan Universitas Putra Bangsa Kebumen.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana pengaruh *user interface*, *brand image*, dan literasi digital terhadap minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi bank digital SeaBank di Kabupaten Kebumen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 100 responden yang merupakan warga Kabupaten Kebumen berusia 17 tahun ke atas, belum pernah memakai aplikasi SeaBank, namun sudah mengetahui informasinya. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, serta koefisien determinasi, dengan bantuan software SPSS versi 25 for Windows. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ketiga variabel bebas, baik secara simultan maupun parsial, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi bank digital SeaBank. Dengan kata lain, *user interface*, *brand image*, dan literasi digital masing-masing terbukti mampu meningkatkan minat penggunaan aplikasi tersebut.

Kata kunci : *user interface*, *brand image*, *digital literacy* dan minat menggunakan



ABSTRACT

This study was conducted to determine and analyze the influence of user interface, brand image, and digital literacy on public interest in using the SeaBank digital banking application in Kebumen Regency. Data were collected through distributing questionnaires using a purposive sampling technique, involving 100 respondents who were residents of Kebumen Regency aged 17 years and above, who had never used the SeaBank application, but were already familiar with the information. Data analysis included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, and coefficient of determination, with the help of SPSS software version 25 for Windows. The results showed that the three independent variables, both simultaneously and partially, had a positive and significant influence on public interest in using the SeaBank digital banking application. In other words, user interface, brand image, and digital literacy were each proven to be able to increase interest in using the application.

Keywords: user interface, brand image, digital literacy, and interest in using



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *User Interface*, *Brand Image*, dan *Digital Literacy* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Seabank di Kebumen”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Bisnis Digital pada program Studi Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa *literature*. Namun penulis sangat sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

2. Segenap dosen dan *civitas* akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Segenap responden dalam penelitian ini yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orangtua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
5. Saudara dan rekan atas semua dukungan yang diberikan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 31 Juli 2025

Penulis



Chery Marsyah Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori.....	16
2.1.1. Bank Digital	16
2.1.2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	17
2.1.3. Minat Menggunakan	17
2.1.4. <i>User Interface</i>	20
2.1.5. <i>Brand Image</i>	26
2.1.6. <i>Digital Literacy</i>	29
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Hubungan Antar Variabel	39

2.4. Model Empiris	41
2.5. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	44
3.1.1. Objek Penelitian	44
3.1.2. Subjek Penelitian.....	44
3.2. Variabel Penelitian.....	44
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	48
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.6. Populasi dan Sampel	52
3.7. Teknik Analisis	54
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Gambaran Umum.....	66
4.1.1. Gambaran Umum SeaBank.....	66
4.1.2. Visi dan Misi SeaBank	68
4.2. Analisis Deskriptif	68
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
4.3. Analisis Statistik	73
4.3.1. Uji Validitas	74
4.3.2. Uji Reliabilitas	77
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	78
4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.3.4. Uji Hipotesis.....	83
4.4. Pembahasan.....	87
BAB V SIMPULAN	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Keterbatasan.....	94

5.3. Implikasi	96
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Data Nilai Transaksi Digital Banking 2021-2024.....	2
Tabel I - 2 Data Bank Digital Paling Dikenal Konsumen Indonesia 2024	3
Tabel I - 3 Dana Pihak Ketiga Bank Digital SeaBank 2021-2024.....	5
Tabel I - 4 Jumlah Pengaduan Nasabah Bank Digital SeaBank 2021-2024	5
Tabel I - 5 Hasil Observasi Terhadap Minat Menggunakan aplikasi Seabank di Kabupaten Kebumen	8
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Minat Menggunakan ...	46
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel <i>User Interface</i>	47
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel <i>Brand Image</i>	47
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel <i>Digital Literacy</i>	48
Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel IV- 2 Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV- 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel IV- 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel <i>User Interface</i>	75
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	75
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel <i>Digital Literacy</i>	76
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan	76
Tabel IV- 9 Uji Realibilitas.....	77
Tabel IV- 10 Uji Multikolinearitas	79
Tabel IV- 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel IV- 12 Uji Parsial (Uji t)	84
Tabel IV- 13 Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel IV- 14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	42
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	78
Gambar IV- 2 Uji Heteroskedastisitas	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuisisioner Penelitian
Lampiran II	Data Responden
Lampiran III	Tabulasi Data
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran VI	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran VII	Hasil Regresi Linear Bergdan Dan Uji T
Lampiran VIII	Hasil Uji F
Lampiran IX	Hasil Uji Koefisien Determinasi
Lampiran X	T Tabel
Lampiran XI	R Tabel
Lampiran XII	F Tabel
Lampiran XIII	Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran XVI	Kartu Tanda Peserta Seminar

