

SIKAP MAHASISWA TERHADAP ADOPSI APLIKASI KEUANGAN SEABANK DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Erika Putri Fadillah¹, Ghina Sabila²

^{1,2}Universitas Ekuitas Bandung

erikaputrif13@gmail.com¹, ginasabila399@gmail.com²

Abstract

This study aims to analyze students' attitudes toward the implementation of the SeaBank financial application using the Technology Acceptance Model (TAM) approach, which includes the variables Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Effectiveness (PU), and Attitude Toward Used (ATU). The research method used was quantitative with 100 student respondents selected through simple random sampling. The results showed that PEOU had a significant positive effect on ATU and PU had a significant positive effect on ATU. This study showed that the easier to use and the more useful the SeaBank application was perceived by students, the more positive their attitudes toward its use were.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitudes Towards Use, Seabank.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis sikap mahasiswa terhadap adopsi aplikasi keuangan SeaBank menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang meliputi variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Attitude Toward Using* (ATU). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan 100 responden mahasiswa yang dipilih melalui simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh positif signifikan terhadap ATU dan PU berpengaruh positif signifikan terhadap ATU. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah digunakan dan semakin bermanfaat aplikasi SeaBank yang dirasakan oleh mahasiswa, semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaannya.

Kata Kunci : *Technology Acceptance Model (TAM), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap Terhadap Penggunaan, Seabank.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem keuangan global, terutama dengan hadirnya layanan keuangan berbasis teknologi (*financial technology/fintech*). Transformasi ini tidak hanya mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, tetapi juga mendorong munculnya berbagai inovasi seperti *mobile banking*, dompet digital, dan aplikasi keuangan berbasis online (Febisatria et al., 2025) Perkembangan fintech telah mengubah ekosistem layanan keuangan dengan menawarkan layanan yang lebih cepat

dan mudah dibandingkan perbankan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat di Indonesia adalah SeaBank, sebuah bank digital yang menawarkan kemudahan layanan keuangan secara penuh melalui aplikasi mobile.

SeaBank, yang diluncurkan pada tahun 2021 sebagai bagian dari ekosistem Sea Group (induk perusahaan Shopee, Garena, dan SeaMoney), merepresentasikan generasi baru digital banking yang fully digital dan mobile-first. Berbeda dengan bank konvensional yang bertransformasi digital, SeaBank didesain sejak awal sebagai pure digital bank tanpa kantor cabang fisik, menawarkan pengalaman perbankan yang seamless dan terintegrasi dengan ekosistem digital Sea Group.

SeaBank dikenal sebagai perbankan digital berbasis aplikasi smartphone yang memberikan berbagai layanan, seperti transfer sesama bank, antar bank, virtual account, pembayaran tagihan, top up ewallet, deposito, dan Spinjam by shopee. SeaBank menawarkan berbagai keunggulan yang menarik bagi generasi milenial dan Gen Z, terutama mahasiswa.

Proses pembukaan rekening bisa dilakukan sepenuhnya secara online tanpa harus datang ke kantor cabang. Selain itu, SeaBank memberikan bunga tabungan yang cukup tinggi, promo cashback, dan berbagai reward yang terhubung langsung dengan Shopee. Aplikasinya juga memiliki fitur pengaturan keuangan dan perencanaan finansial yang membantu pengguna mengatur uang dengan lebih mudah. Tampilan aplikasinya dibuat sederhana dan menarik, bahkan ada unsur gamenya agar lebih seru. SeaBank juga menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan analisis data besar (big data) untuk memberikan layanan yang lebih personal dan sistem penilaian kredit yang lebih adil dan terbuka bagi semua orang.

Dalam konteks perbankan digital, SeaBank sebagai salah satu bank digital di Indonesia menawarkan layanan yang relatif baru dan tersedia secara mobile (tanpa banyak cabang fisik), sehingga menjadi objek menarik untuk diteliti khususnya di kalangan mahasiswa (generasi Z) yang dikenal melek teknologi. Namun, meskipun fitur-teknologi dan aksesibilitasnya tinggi, tidak semua mahasiswa otomatis bersikap positif atau langsung mengadopsi aplikasi keuangan tersebut. Hal ini menciptakan kebutuhan penelitian untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi sikap mahasiswa terhadap adopsi aplikasi seperti SeaBank.

Teori TAM yang dikembangkan oleh Fred Davis (1989) menjelaskan bahwa dua variabel utama yaitu mempengaruhi sikap (*attitude*) dan kemudian niat (*behavioral intention*) untuk menggunakan teknologi. Oleh karena itu, pendekatan TAM cocok digunakan untuk menganalisis keputusan mahasiswa dalam mengadopsi aplikasi keuangan digital.

Penerapan TAM dalam konteks penggunaan aplikasi keuangan digital telah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya. Menurut penelitian Kristianti & Pambudi, (2017) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh positif terhadap sikap serta niat menggunakan mobile banking di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menegaskan pentingnya faktor kemudahan dan manfaat dalam membentuk sikap yang mendukung penggunaan mobile banking. Hasil serupa juga ditemukan oleh Lestari & Santoso (2023), yang menegaskan bahwa kemudahan dan kepercayaan pengguna berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap layanan digital banking.

Dengan demikian, sikap mahasiswa terhadap aplikasi SeaBank dapat dilihat sebagai hasil dari evaluasi kognitif dan afektif mereka terhadap kemudahan dan manfaat yang dirasakan dari penggunaan aplikasi tersebut.

Sikap pengguna merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi keuangan digital. Menurut Yuneline & Suryana, (2020) menyatakan bahwa sikap merupakan karakteristik psikologis individu yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, yang berperan dalam membentuk respons terhadap produk dan layanan keuangan digital. Hal ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menempatkan sikap sebagai determinan utama dalam niat penggunaan aplikasi keuangan seperti Seabank.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk dilakukan penelitian mengenai sikap mahasiswa terhadap adopsi aplikasi keuangan SeaBank dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap aplikasi keuangan digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengembang dan pihak perbankan dalam meningkatkan strategi adopsi teknologi keuangan di kalangan generasi muda

II. TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Model Penerimaan Teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai salah satu teori paling berpengaruh untuk menjelaskan perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi. TAM menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*).

Kedua faktor tersebut memengaruhi sikap terhadap penggunaan teknologi, yang selanjutnya berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa menerima dan menggunakan aplikasi keuangan digital SeaBank dalam aktivitas keuangannya sehari-hari.

Model TAM banyak digunakan untuk memahami perilaku pengguna dalam mengadopsi layanan digital, termasuk aplikasi keuangan dan perbankan digital. Menurut Widanengsih (2021) dalam penelitiannya "*Technology Acceptance Model to Measure m-Banking Acceptance*", TAM efektif digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap layanan mobile banking karena menyoroti faktor psikologis seperti persepsi kemudahan dan manfaat teknologi. Dengan demikian, model ini relevan untuk digunakan dalam penelitian mengenai aplikasi SeaBank, terutama di kalangan mahasiswa yang merupakan generasi digital native dan terbiasa menggunakan teknologi keuangan modern.

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness/PU*)

Persepsi kegunaan (PU) adalah keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kinerjanya. Menurut Davis (1989), persepsi kegunaan memiliki pengaruh langsung terhadap sikap dan niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Dalam konteks penggunaan SeaBank, persepsi kegunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana mahasiswa merasa bahwa aplikasi tersebut membantu mereka dalam mengelola keuangan, seperti melakukan transaksi, menabung, atau memantau saldo secara efisien. Semakin tinggi persepsi kegunaan, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Indikator umum persepsi kegunaan meliputi:

1. Meningkatkan efektivitas pekerjaan.
2. Membantu menyelesaikan tugas lebih cepat.
3. Meningkatkan produktivitas pengguna.
4. Bermanfaat nyata bagi pengguna
5. Meningkatkan kinerja pengguna

Penelitian oleh Paramita & Hidayat (2023) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile Banking. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari suatu aplikasi perbankan digital, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya secara berkelanjutan.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use/PEOU*)

Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan banyak usaha (Davis, 1989). Jika pengguna merasa teknologi mudah digunakan, mereka akan lebih cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaannya.

Dalam penelitian ini, PEOU mengacu pada sejauh mana mahasiswa merasa bahwa aplikasi SeaBank mudah dioperasikan, memiliki tampilan yang sederhana, dan tidak menyulitkan dalam melakukan transaksi keuangan.

Indikator persepsi kemudahan penggunaan antara lain:

1. Mudah dipelajari.
2. Mudah dioperasikan.
3. Interaksi dengan aplikasi mudah dimengerti.
4. Aplikasi mudah digunakan dan tidak rumit
5. Mudah untuk menjadi mahir dalam menggunakan

Menurut Prastiawan et al (2021) kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan sikap pengguna terhadap mobile banking. Penelitian lain oleh Widanengsih (2021) juga menunjukkan bahwa pengguna yang menilai suatu sistem mudah digunakan akan lebih percaya terhadap manfaatnya. Dengan demikian, semakin mudah aplikasi SeaBank digunakan, semakin besar pula persepsi manfaat (PU) yang dirasakan dan semakin positif sikap pengguna terhadap aplikasinya.

Sikap terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

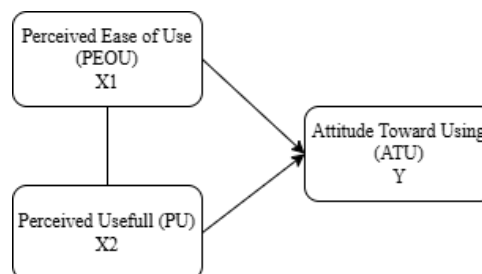
Sikap terhadap penggunaan teknologi adalah evaluasi positif atau negatif dari seseorang terhadap penggunaan sistem tertentu (Davis, 1989). Sikap ini terbentuk berdasarkan persepsi

kemudahan dan kegunaan yang dirasakan pengguna. Jika pengguna menilai bahwa aplikasi mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata, maka sikap terhadap penggunaan akan menjadi positif. Sebaliknya, jika dianggap sulit atau tidak bermanfaat, maka sikapnya akan negatif.

Indikator sikap terhadap penggunaan biasanya meliputi:

1. Aplikasinya menyenangkan
2. Tertarik untuk terus menggunakan
3. Memiliki sikap positif terhadap penggunaan aplikasi
4. Percaya bahwa menggunakan aplikasi adalah keputusan yang baik
5. Bersedia menggunakan aplikasi di masa mendatang

Penelitian oleh Susilowati & Auliah (2023) menemukan bahwa baik *Perceived Ease of Use* maupun *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan mobile banking. Sikap positif tersebut kemudian mendorong niat mahasiswa untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.



H1: Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (PU).

H2: Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan (ATU).

H3: Persepsi kegunaan (PU) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan (ATU).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, di mana peneliti mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang diisi oleh mahasiswa pengguna aplikasi Seabank, untuk menganalisis sikap mereka terhadap adopsi aplikasi keuangan tersebut. Pendekatan ini

mengharuskan peneliti untuk mengolah data dengan mengumpulkan data yang disajikan dalam bentuk angka yang sesuai dengan objek yang diteliti.

Populasi dan Sampling

Populasi merujuk pada kelompok subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti sebagai fokus dalam penelitian untuk dianalisis dan dapat menghasilkan penelitian yang akurat. Pada penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah mahasiswa pengguna aplikasi keuangan Seabank. Proses pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai responden penelitian.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan rasio jumlah responden per indikator, sebagaimana disarankan oleh Joseph F. Hair et al. (2010) yang merekomendasikan penggunaan 5-20 responden per indikator. Dalam penelitian ini terdapat 15 indikator yang mencakup variabel-variabel dalam model Technology Acceptance Model (TAM), yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)
2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)
3. *Attitude Toward Using* (Sikap terhadap Penggunaan)

Variabel dan Kuesioner

Variabel penelitian merupakan unsur penting dalam proses pengujian hipotesis yang nantinya akan dirangkum dan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori nilai. Variabel dependen (terikat) merupakan konsep yang digunakan untuk menjelaskan suatu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, sedangkan variabel independen (bebas) adalah faktor-faktor yang memengaruhi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, faktor-faktor dalam model TAM yang digunakan meliputi:

1. *Perceived Usefulness* (PU): sejauh mana mahasiswa merasa aplikasi Seabank bermanfaat untuk aktivitas keuangan mereka.
2. *Perceived Ease of Use* (PEOU): sejauh mana mahasiswa menilai kemudahan dalam menggunakan aplikasi Seabank.

3. *Attitude Toward Using (ATU)*: sikap mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi Seabank, mencerminkan penerimaan atau penolakan mereka terhadap teknologi tersebut.

Skala Likert

Setiap item pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, yaitu:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah proses evaluasi untuk menentukan apakah instrument pengukuran, penelitian atau metode benar-benar mengukur konsep dan variabel yang diteliti.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness* (PU)

		Correlations					Perceived Ease of Use (PEOU)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.717**	.346**	.484**	.572**	.812**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.717**	1	.440**	.539**	.680**	.881**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.346**	.440**	1	.440**	.326**	.627**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.484**	.539**	.440**	1	.506**	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.572**	.680**	.326**	.506**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Perceived Ease of Use (PEOU)	Pearson Correlation	.812**	.881**	.627**	.753**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU)

		Correlations					Perceived Usefulness (PU)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.444**	.446**	.491**	.322**	.720**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.444**	1	.520**	.445**	.292**	.731**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.003	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.446**	.520**	1	.351**	.314**	.714**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.491**	.445**	.351**	1	.703**	.811**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.322**	.292**	.314**	.703**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Perceived Usefulness (PU)	Pearson Correlation	.720**	.731**	.714**	.811**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel *Attitude Toward Using* (ATU)

		Correlations					Attitude Toward Using (ATU)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.420**	.378**	.508**	.260**	.830**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.009	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.420**	1	.705**	.701**	.539**	.866**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.378**	.705**	1	.608**	.459**	.806**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.508**	.701**	.608**	1	.572**	.863**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.260**	.539**	.459**	.572**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.009	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Attitude Toward Using (ATU)	Pearson Correlation	.830**	.866**	.806**	.863**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah proses evaluasi untuk menentukan sejauh mana suatu instrument pengukuran seperti (tes, survey, atau skala) memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika diterapkan. Dalam penelitian ini, suatu instrument dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0.7.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas PU

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	5

Nilai 0.840 (X1) termasuk dalam rentang $0.8 \leq \alpha < 0.9$, yang menunjukkan good reliability atau konsistensi internal yang baik.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas PEAU

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

Nilai 0,792 (X2) berada pada rentang $0.7 \leq \alpha < 0.8$, yang masih dianggap acceptable atau reliabel.

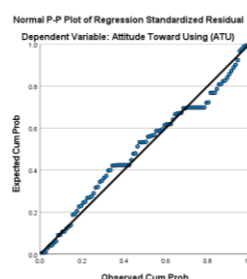
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas ATU

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Nilai 0,841 (Y) termasuk dalam rentang $0.8 \leq \alpha < 0.9$, yang menunjukkan good reliability atau konsistensi internal yang baik.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 3.1 Hasil Uji Normalitas

Normal P–P Plot menunjukkan sebaran titik residual yang mengikuti garis diagonal. Pola titik yang berada dekat dengan garis diagonal mengindikasikan bahwa residual terdistribusi normal. Hal ini menandakan bahwa model regresi dalam penelitian mengenai sikap mahasiswa terhadap adopsi aplikasi keuangan SeaBank berdasarkan TAM telah memenuhi asumsi

normalitas, sehingga analisis regresi linear berganda dapat dilakukan tanpa masalah terkait distribusi data.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3.6 Hasil Uji Multikolinearitas

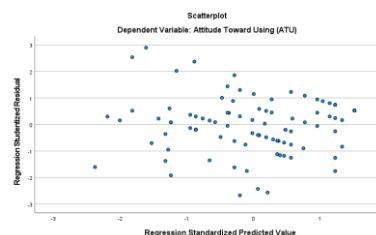
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.163	2.141		2.879	.005		
	Perceived Ease of Use (PEOU)	.278	.085	.304	3.273	.001	.770	1.298
	Perceived Usefulness (PU)	.433	.104	.388	4.181	<.001	.770	1.298

a. Dependent Variable: Attitude Toward Usage (ATU)

a. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa PU dan PEAU memiliki nilai *tolerance* > 0.10 dan VIF < 10.0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel.

3. Uji Heterokedastisitas



Gambar 3.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Grafik Scatterplot memiliki titik-titik residual tampak menyebar secara acak (random) di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur. Pola penyebaran yang acak ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam menguji pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Mahasiswa dalam adopsi aplikasi SeaBank telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda.

4. Uji Autokorelasi

Gambar 3.7 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.597 ^a	.356	.343	2.028	2.067

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU)
b. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

Nilai DW adalah 2.067 pada tingkat signifikan 5%. Jumlah sampel (n) adalah 100. Dan jumlah variabel independen adalah 2 (k=2), maka pengambilan keputusan yang diambil adalah :

$$dU < d < 4 - dU = 1.7152 < 2.067 < 2.2848$$

kesimpulannya : hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh independen terhadap dependen.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 6.163 + 278 + 433$$

Gambar 3.8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
		B	Std. Error				
1	(Constant)	6.163	2.141		2.879	.005	
	Perceived Ease of Use (PEOU)	.278	.085	.304	3.273	.001	.770 1.299
	Perceived Usefulness (PU)	.433	.104	.388	4.181	<.001	.770 1.299

a. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

Analisis koefisien Korelasi (R)

Gambar 3.9 Hasil Uji Analisis korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.597 ^a	.356	.343	2.028	2.067

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU)
b. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

Nilai R sebesar 0,597 menunjukkan bahwa terdapat hubungan sedang antara *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Attitude Toward Using* (ATU). Nilai koefisien korelasi berada pada interval 0.40 – 0.599.

Analisis koefisien Determinasi (R^2)

Gambar 3.10 Hasil Uji Analisis Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.597 ^a	.356	.343	2.028	2.067

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU)
b. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

Nilai R Square sebesar 0,356 mengindikasikan bahwa 35,6% variasi sikap mahasiswa dalam menggunakan aplikasi SeaBank dapat dijelaskan oleh PU dan PEOU, sedangkan 64,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,343 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik. Selain itu, nilai Durbin-Watson sebesar 2,067 berada dalam rentang yang diperbolehkan, sehingga model dinyatakan bebas dari autokorelasi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji T

Uji T digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).

Gambar 3.11 Hasil Uji T

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
		B	Std. Error				
1	(Constant)	6.163	2.141		2.879	.005	
	Perceived Ease of Use (PEOU)	.278	.085	.304	3.273	.001	.770 1.299
	Perceived Usefulness (PU)	.433	.104	.388	4.181	<.001	.770 1.299

a. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

1. Pengaruh Perceived Ease of Use (PEAU) terhadap ATU

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3.273 > 1.985$ dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATU

2. Pengaruh Perceived Usefulness (PU) terhadap ATU

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4.181 > 1.985$ dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATU

Uji F

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Gambar 3.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220.768	2	110.384	26.836	<.001 ^b
	Residual	398.992	97	4.113		
	Total	619.760	99			

a. Dependent Variable: Attitude Toward Using (ATU)

b. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU)

Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $26.836 > 3.09$ dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya PEOU dan PU secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using (ATU)

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap mahasiswa terhadap adopsi aplikasi keuangan SeaBank dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Berdasarkan hasil analisis data terhadap 100 responden mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa model TAM terbukti relevan dan efektif dalam menjelaskan penerimaan teknologi keuangan digital di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **Perceived Ease of Use (PEOU)** dan **Perceived Usefulness (PU)** berpengaruh positif dan signifikan terhadap **Attitude Toward Using (ATU)**. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan serta manfaat yang dirasakan dari aplikasi SeaBank berperan penting dalam membentuk sikap positif mahasiswa.

Secara simultan, variabel PEOU dan PU memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemudahan dan kegunaan aplikasi, semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk memiliki sikap positif terhadap penggunaannya.

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembang dan penyedia layanan perbankan digital, khususnya SeaBank, perlu terus meningkatkan aspek kemudahan penggunaan dan manfaat fungsional aplikasi guna mendorong sikap positif dan adopsi yang lebih luas di kalangan mahasiswa sebagai generasi pengguna teknologi digital

DAFTAR PUSTAKA

Febisatria, A., Sipayung, L. D., & Pratama, A. A. (2025). *Digital Banking Adoption in Indonesia: The Role of Perceived Usefulness and Ease of Use*. 7(2).

- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA DI DKI JAKARTA. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67. <https://doi.org/10.25170/jara.v11i1.52>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(5), 01–09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- Susilowati, E., & Auliah, A. N. (2023). Factors Affecting Students' Use of Mobile Banking: An Extension of Technology Acceptance Model. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 6(1), 16–34. <https://doi.org/10.33005/jasf.v6i1.387>
- Widanengsih, E. (2021). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TO MEASURE CUSTOMER'S INTEREST TO USE MOBILE BANKING. *JOURNAL OF INDUSTRIAL ENGINEERING*, 2(1).
- Yuneline, M. H., & Suryana, U. (2020). Financial Literacy and its Impact on Funding Source's Decision-Making. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.33094/8.2017.2020.61.1.10>