



SKRIPSI

PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA SEABANK PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT

OLEH:

**NAMA : M. IKHSAN
NIM : 21070042
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2025**



SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEPERCAYAAN, DAN
KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PENGGUNA SEABANK PADA MAHASISWA KAMPUS 1
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

OLEH:

**NAMA : M. IKHSAN
NIM : 21070042
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

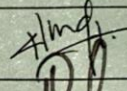
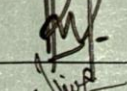
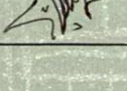
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2025**

PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal 21 Agustus 2025

Judul : Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Seabank Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
Nama : M. IKHSAN
Nim : 21070042
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

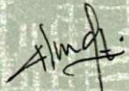
No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Leli Suwita, SE. MM	Ketua	
2	Nurhaida, SE. MM	Anggota	
3	Raftul Fedri, SE. MM	Anggota	
4	Usmiar, SE, M.Si	Anggota	

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

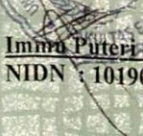
Leli Suwita, SE. MM
NIDN : 1007106801

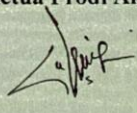

Nurhaida, SE. MM
NIDN : 1027097502


Dekan Fakultas Ekonomi

Disetujui Oleh :

Ketua Prodi Akuntansi


Imma Puteri Sari, SE., M.Si
NIDN : 1019098502


Usmiar, SE. M.Si
NIDN : 1023076701

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. IKHSAN
NIM : 21070042
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa:

Sesungguhnya skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang, 30 Agustus 2025

Yang menyatakan



M. IKHSAN
2107042

HAK CIPTA

Hak cipta milik **M. IKHSAN** tahun 2025, dilindungi oleh Undang-undang, yaitu dilarang mengutip atau memperbayak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau Keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, *copy*, atau *micro film* dan lain sebagainya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan dan**

Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna *SeaBank* Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat”.

Penelitian skripsi ini guna melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Oleh karena itu peneliti sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. ALLAH SWT atas karunia dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Kepada kedua orang tua ku tercinta Ayah Kirwan dan Ibu Erawati yang telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, serta selalu mendoakan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya.
3. Ibu Leli Suwita, SE, MM selaku pembimbing I dan Ibu Nurhaida, SE, MM, selaku Pembimbing II telah banyak memberikan peneliti arahan dalam pembuatan skripsi ini, dari segi waktu maupun segi pengetahuan serta memberikan saran dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Raftul Fedri, SE, MM selaku Penguji I dan Dr. Tri Irfa Indrayani, M.Pd selaku Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, mengganggakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

UPT. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

5. Ibu Leli Suwita, SE, MM, selaku dosen penasehat akademik, yang telah memberikan bimbingan, arahan, selama proses peneliti menyelesaikan studi.
6. Ibu Usmiar, SE, M.Si Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
7. Ibu Immu Puteri Sari, SE, M.Si Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
8. Seluruh dosen beserta Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, informasi, dan kontribusi yang besar untuk peneliti dalam proses.
9. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Manajemen Bp.21 atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat saya harapkan dari pembaca, demi tercapainya tingkat kesempurnaan yang lebih baik dari penulisan skripsi ini.

Padang, 29 Juli 2025
Peneliti

M.Ikhsan

Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna *SeaBank* Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

M.Ikhsan

NIM: 21070042

Program studi : Manajemen

Email: ikhsanmuhammad3274@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh. pengaruh kemudahan transaksi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna seabank pada mahasiswa kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* yang berjumlah 100 responden. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan kemudahan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan variabel kemudahan transaksi $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,411 > 1,661$ dengan signya $0,002 < 0,05$. kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,166 > 1,661$ dengan signya $0,003 < 0,05$. kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,850 > 1,661$ dengan signya $0,015 < 0,05$. kemudahan transaksi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara bersama-sama dengan nilai f_{hitung} sebesar $6,763 > f_{tabel} 2,70$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 57,4% ini berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 57,4% dan sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata kunci : *Loyalitas Pelanggan (Y), Kemudahan Transaksi (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (X_3)*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

The Influence of Transaction Ease, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Among SeaBank Users Among Students at Campus 1 of Muhammadiyah University of West Sumatra

M.Ikhsan

Student ID: 21070042

Program: Management

Email: ikhsanmuhammad3274@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of transaction ease, trust, and customer satisfaction on customer loyalty among SeaBank users at Campus 1 of Muhammadiyah University of West Sumatra. This is an associative study with a quantitative approach. The sampling technique used purposive sampling with 100 respondents. The research method employed multiple linear regression analysis and hypothesis testing using t-tests and F-tests. The results indicate that transaction ease influences customer loyalty. This is evidenced by the transaction ease variable, where $t\text{-calculated} > t\text{-table}$, i.e., $2.411 > 1.661$, with a significance level of $0.002 < 0.05$. Trust also influences customer loyalty. With $t\text{-calculated} > t\text{-table}$, i.e., $2.166 > 1.661$ with a significance level of $0.003 < 0.05$. Customer satisfaction influences customer loyalty. With $t\text{-calculated} > t\text{-table}$, i.e., $1.850 > 1.661$ with a significance level of $0.015 < 0.05$. Transaction ease, trust, and customer satisfaction influence customer loyalty together with a calculated F value of 6.763 $>$ table F value of 2.70 and a coefficient of determination of 64.4%. This means that the independent variables influence the dependent variable by 57.4%, and the remaining 42.6% is influenced by other variables not included in this research model.

Keywords: Customer Loyalty (Y), Transaction Ease (X1), Trust (X2), and Customer Satisfaction (X3)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Konsep Teoritis.....	7
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	7
2.1.2 Kemudahan Transaksi	10
2.1.3 Kepercayaan.....	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis dan Waktu Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi Penelitian	28
3.2.2 Sampel Penelitian	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30

3.5 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.6.2 Tingkat Capaian Responden	34
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda	34
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	35
3.6.5 Regresi Linear Berganda.....	38
3.6.6 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	42
4.1.2 Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.....	43
4.1.3 Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.....	44
4.1.4 Struktur Organisasi	45
4.1.5 Lokasi Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.....	47
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.3 TCR (Tingkat Capaian Responden)	51
4.3.1 Distribusi Pendapat Responde Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	51
4.3.2 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kemudahan Transaksi (X ₁).....	52
4.3.3 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kepercayaan (X ₂)	53
4.3.4 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (X ₃).....	54
4.4 Analasisi Regresi Linier Berganda.....	55
4.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1 Uji Normalitas.....	56
4.5.2 Uji Multikolinearitas	57
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

4.5.4 Uji Autokorelasi.....	59
4.6 Uji Hipotesis	60
4.6.1 Uji Parsial (t).....	60
4.6.2 Uji Simultan (F)	61
4.6.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	61
4.7 Pembahasan ..	62
4.7.1 Interpretasi Persamaan Regresi Linier Berganda	62
4.7.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap loyalitas Pelanggan	63
4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4.7.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	67
4.7.5 Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
4.7.6 Determinasi Kemudahan Transaksi, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	30
Tabel 3. 2 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR).....	34
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	48
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi.....	48
Tabel 4. 4 Uji Validitas	50
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	51
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Responden Variabel Kemudahan Transaksi (X_1).....	52
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Responden Variabel Kepercayaan (X_2).....	53
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (X_3)	54
Tabel 4. 10 Hasil Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 16 Hasil Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4. 17 Hasil Regresi Linier Berganda	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis	25
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	46
Gambar 4. 2 Peta lokasi	47



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

UPT. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2 Data Responden	79
Lampiran 3 Tabulasi Data	82
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 5 R Tabel	99
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	100
Lampiran 7 Analisis Regresi Berganda	107
Lampiran 8 Hasil Uji Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 9 Tabel Dw	110
Lampiran 10 Uji Hipotesis	111
Lampiran 11 T Tabel	112
Lampiran 12 Hasil Uji F	113
Lampiran 13 Surat izin Penelitian	116
Lampiran 14 Kuisisioner Penelitian	117
Lampiran 15 Dokumentasi Penelitian	121

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Muzdalifa dkk (2018), *finTech* singkatan dari *Financial Technology*, merupakan salah satu inovasi layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini dan teknologi dengan konsep digitalisasi pembayaran menjadi salah satu sektor dalam industri *Fintech* yang paling berkembang di Indonesia. Dalam hal ini sektor *Fintech* paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong dan meningkatkan jumlah Masyarakat yang memiliki akses untuk dapat menggunakan layanan keuangan.

Menurut Zulfa Qur'anisa et al (2024), perkembangan *Fintech* di Indonesia akan semakin berkembang pesat seiring sejalannya waktu. *Fintech* sebagai alat pembayaran yang lebih mudah dan efisien. *Fintech* telah merevolusi berbagai pasar, terutama industri perbankan, perdagangan, asuransi dan manajemen risiko untuk membuat layanan keuangan lebih mudah diakses dan efisien. Peran *Fintech* dalam meningkatkan akses keuangan di era digital terhadap layanan keuangan bagi seluruh masyarakat adalah munculnya teknologi baru dan mutakhir memungkinkan perusahaan rintisan kecil (*startup*) untuk dapat menawarkan layanan keuangan. Kini Masyarakat bisa berhubungan langsung dengan pelaku bisnis atau konsumen lainnya dengan menggunakan teknologi keuangan yang modern yang menawarkan banyak keuntungan seperti *Seabank*.

Menurut Ari Muhamad Imran et al. (2024), *SeaBank* adalah layanan perbankan digital yang diluncurkan oleh Sea Group, Perusahaan teknologi asal Singapura. *SeaBank* menyediakan berbagai layanan perbankan digital, seperti

transfer uang, Pembayaran tagihan, Top up e-wallet, dan Investasi. *SeaBank*, sebagai salah satu entitas bank digital di Indonesia, menawarkan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan seperti pembukaan rekening secara online, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga fitur tabungan dan investasi. Dengan dukungan dari ekosistem Shopee yang kuat, *SeaBank* semakin dikenal di kalangan pengguna muda, termasuk mahasiswa. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi, integrasi dengan e-commerce, serta berbagai promo cashback dan bunga tabungan yang kompetitif menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa sebagai pengguna aktif platform digital.

Menurut Wikipedia (2024), *seabank* didirikan oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo, dan mulai beroperasi pada 27 Februari 1992, dengan misi utama memberikan pembiayaan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) melalui koperasi primer pegawai. Dalam beberapa dekade pertamanya, Bank BKE berfokus pada segmen pembiayaan konsumen melalui kerja sama dengan koperasi, serta memperluas layanan perbankan dengan membangun infrastruktur seperti ATM, layanan PPOB, dan jaringan kantor. Transformasi besar terjadi pada awal tahun 2020, Ketika Sea Group perusahaan teknologi asal Singapura yang menaungi Shopee dan Garena mengakuisisi mayoritas saham Bank BKE melalui anak perusahaannya. Setelah akuisisi tersebut, Bank BKE resmi berganti nama menjadi PT Bank *Seabank* Indonesia pada 10 Februari 2021, sebagaimana tercatat dalam Surat Keputusan OJK dan Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Setelah rebranding, *SeaBank* memantapkan posisinya sebagai bank digital.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

SeaBank adalah aplikasi layanan perbankan digital yang membantu dalam melakukan aktivitas finansial, mulai dari menabung hingga bertransaksi, melalui handphone kapan pun dan di mana pun. *SeaBank* memiliki peluang berupa potensi untuk memperluas layanan perbankan secara online atau melalui aplikasi mobile, pertumbuhan ekonomi, banyaknya pengguna Shopee, target market generasi milenial, dan trend pasar yang mengarah pada bank digital. Namun, di tengah persaingan ketat antar bank digital di Indonesia, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan yang besar. Loyalitas pelanggan dalam konteks perbankan digital tidak hanya bergantung pada fitur yang ditawarkan, tetapi juga pada sejauh mana pelanggan merasa mudah dalam bertransaksi, mempercayai sistem dan layanan yang diberikan, serta merasa aman dalam menyimpan dan menggunakan dana mereka.

Menurut Kotler & Keller (2016), loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan dan kepercayaan jangka panjang terhadap suatu merek atau layanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna *SeaBank*, khususnya di kalangan mahasiswa yang merupakan generasi digital native dan pengguna aktif teknologi finansial. Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi loyalitas adalah kemudahan transaksi. Faktor kedua adalah kepercayaan, dalam layanan berbasis digital, kepercayaan menjadi aspek krusial mengingat seluruh proses dilakukan tanpa interaksi fisik. Kepercayaan di sini mencakup keandalan sistem, tanggapan terhadap keluhan, serta transparansi informasi. Selain itu kepuasan pelanggan, juga menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana

harapan pengguna terhadap layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Ketika mahasiswa sebagai pengguna merasakan pengalaman yang positif seperti antarmuka aplikasi yang intuitif, respon layanan yang cepat, serta fitur yang relevan dengan kebutuhan mereka maka tingkat kepuasan akan meningkat. Tingginya kepuasan ini secara langsung berkontribusi pada terbentuknya loyalitas, karena pengguna merasa dihargai dan mendapatkan manfaat maksimal dari layanan yang diberikan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wahyuningsih dan Nirawati 2022) menyatakan bahwa Variabel kemudahan dan keamanan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan E-wallet Dana, Variabel Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan E-wallet Dana, Variabel Keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan E-wallet Dana. Penelitian yang dilakukan (Widiastuti, Adiba, and Lalli 2024) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi dan terbukti secara nyata terhadap loyalitas. Sedangkan pada variabel persepsi keamanan didalam bertransaksi tidak terbukti secara nyata dalam mempengaruhi loyalitas. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Aldi Samara and Metta Susanti 2023) menunjukan bahwa kemudahan dalam penggunaan aplikasi e-wallet, tingkat kepuasan dalam fitur aplikasi yang diberikan serta kemampuan penciptaan pengalaman penggunaan aplikasi dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan secara substansial.

Berdasarkan dari uraian yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan dan**

Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna *SeaBank* Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank*?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank*?
3. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank*?
4. Bagaimanakah pengaruh kemudahan transaksi, kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *Seabank*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi, kepercayaan, kepuasan pelanggan pengguna *SeaBank*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta berguna bagi pihak yang membutuhkan, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan peneliti lebih dalam lagi mengenai pengaruh kemudahan transaksi, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank* pada mahasiswa kampus 1 universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran tentang pengaruh kemudahan transaksi, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank* pada Mahasiswa kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan dan referensi terutama untuk peneliti yang berkaitan dengan tentang pengaruh kemudahan transaksi, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *SeaBank* pada mahasiswa kampus 1 universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.