

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTENSI  
PENGUNAAN APLIKASI SEABANK DENGAN MODIFIKASI MODEL  
UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2  
(UTAUT2)**

Estti Purwijayani

18/423393/EK/21717

estti.p@mail.ugm.ac.id

Dosen pembimbing: Fitri Amalia, S.E., M.Sc., Ph.D.

**Intisari**

Perkembangan teknologi telah mendorong transformasi sektor perbankan melalui kemunculan bank digital, salah satunya SeaBank—layanan perbankan digital di bawah ekosistem Sea Limited yang juga menaungi Shopee dan Garena. SeaBank tercatat sebagai salah satu bank digital dengan penetrasi pengguna tertinggi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi penggunaan aplikasi SeaBank dengan memodifikasi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*, mencakup variabel *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Trust, dan Reward*, serta dimoderasi oleh *Age, Gender, dan Experience*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis PLS-SEM melalui aplikasi SmartPLS versi 4.1.1.4 berdasarkan data primer dari 480 responden pengguna aplikasi SeaBank di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, dan Price Value* berpengaruh positif signifikan terhadap intensi penggunaan. Sebaliknya, *Performance Expectancy, Habit, dan Reward* justru menunjukkan pengaruh negatif signifikan. Sementara itu, *Hedonic Motivation dan Trust* tidak terbukti berpengaruh secara langsung terhadap intensi. Analisis moderasi menunjukkan bahwa usia, jenis kelamin, dan pengalaman memiliki peran dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh beberapa konstruk terhadap intensi penggunaan, sehingga menandai pentingnya pendekatan segmentatif dalam strategi adopsi teknologi. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya model UTAUT2 melalui penambahan konstruk baru dan pengujian moderasi, serta menawarkan implikasi praktis yang penting bagi manajemen SeaBank dalam menyusun strategi berbasis karakteristik pengguna. Selain itu, penelitian ini juga relevan untuk pengambil kebijakan publik dalam memperkuat inklusi keuangan digital, serta dapat menjadi referensi bagi masyarakat umum dalam menyikapi perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi.

**kata kunci:** intensi penggunaan, SeaBank, bank digital, UTAUT2, *Trust, Reward*, moderasi

***AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO USE THE SEABANK APPLICATION USING A MODIFIED UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2) MODEL***

Estti Purwijayani

18/423393/EK/21717

estti.p@mail.ugm.ac.id

Dosen pembimbing: Fitri Amalia, S.E., M.Sc., Ph.D.

***Abstract***

*The rapid advancement of technology has transformed the banking industry through the rise of digital banks, including SeaBank—a digital banking service under the Sea Limited ecosystem, which also oversees Shopee and Garena. SeaBank has become one of the most widely used digital banks in Indonesia. This study aims to analyze the factors influencing users' intention to adopt the SeaBank application by modifying the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). The extended model includes nine constructs: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Trust, and Reward, with Age, Gender, and Experience as moderators. A quantitative approach was used, employing Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS version 4.1.1.4, based on primary data from 480 SeaBank users in Indonesia. The results indicate that Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, and Price Value significantly and positively influence behavioral intention. Conversely, Performance Expectancy, Habit, and Reward show significant negative effects, while Hedonic Motivation and Trust demonstrate no significant impact. The moderation analysis further reveals that Age, Gender, and Experience play a role in strengthening or weakening several relationships within the model. This study contributes theoretically by refining and expanding the UTAUT2 framework with new constructs and moderation effects. Practically, the findings offer valuable insights for SeaBank's management to design user-specific strategies. The results also hold relevance for policymakers in promoting digital financial inclusion and can serve as a reference for the public in adapting to technological changes in the banking sector.*

***keywords:*** *behavioral intention, SeaBank, digital banking, UTAUT2, Trust, Reward, moderation*