



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI SEABANK X SHOPEE
DAN *REFERRAL* SEABANK TERHADAP MINAT MEMBUKA
REKENING SEABANK
(STUDI KASUS PENGGUNA SEABANK DI JABODETABEK)**



Disusun oleh:
Anggi Diah Purwitasari/2104421040

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI SEABANK X SHOPEE
DAN *REFERRAL* SEABANK TERHADAP MINAT MEMBUKA
REKENING SEABANK
(STUDI KASUS PENGGUNA SEABANK DI JABODETABEK)**

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari Politeknik
Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Anggi Diah Purwitasari/2104421040

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggi Diah Purwitasari

NIM : 2104421040

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 08 Juli 2025



Anggi Diah Purwitasari

NIM. 2014421040

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Anggi Diah Purwitasari

NIM : 2014421040

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan

Judul : Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan *Referral*
Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank
(Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rodiana Listiawati, S.E., M.M.

()

Anggota Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 08 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Endang Wuluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.
NIP. 197009131999031002

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anggi Diah Purwitasari
Nomor Induk Mahasiswa : 2104421040
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan
Referral Seabank terhadap Minat Membuka
Rekening Seabank
(Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)

Disetujui Oleh Pembimbing

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

NIP. 2196211161992032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh

Ketua Program Studi

Keuangan dan Perbankan Terapan

Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP. 196510051997021001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggi Diah Purwitasari
NIM : 2104421040
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan Referral Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank (Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)**. Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 08 Juli 2025

Yang menyatakan

Anggi Diah Purwitasari



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan Referral Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank (Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)**”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada proses penyusunan skripsi terapan ini, penulis sering kali mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bimbingan, saran, motivasi dan doa dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda, S.E., M. Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, waktu, dan semangat terkait penyusunan skripsi ini hingga dapat tersusun dengan baik.
5. Teristimewa untuk keluarga tercinta, kedua orang tua Ibu Satinem dan Alm. Bapak Sumiyo, adik Angga, beserta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dukungan, dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Sifa, teman yang selalu setia mendampingi penulis dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir. Terima kasih telah menemani penulis menonton konser Hindia sebagai bentuk *healing* sejenak di tengah kesibukan skripsi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Nadhira, teman yang selalu setia mendampingi penulis dalam suka dan duka. Terima kasih atas waktunya untuk saling berbagi keluh kesah serta semangat yang selalu diberikan dalam mengerjakan skripsi.
8. KJW, yang kehadirannya memberikan semangat serta motivasi bagi penulis untuk selalu berusaha semaksimal mungkin dalam mengerjakan skripsi.
9. Cedric, Abubu, dan Dudung selaku kucing-kucing kesayangan penulis yang menjadi penyemangat bagi penulis.
10. Teman-teman penulis di bangku perkuliahan, Sabila, Alifia, Adelia, Maharani, Lufita, Cindy, dan Shofwa yang selalu kebersamai serta memberi semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman penulis dari bangku SMP, Annisa, Hana, dan Bilap yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi.
12. Teman-teman penulis dari bangku SMA, Clarissa, Daffa, dan Mitha yang selalu berbagi cerita suka duka dan selalu memberikan semangat untuk satu sama lain dalam mengerjakan skripsi.
13. Teman seperbimbingan penulis yang selalu kompak membantu dalam berjuang dan berkeluh kesah bersama dalam mengerjakan skripsi.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 3 Juli 2025

Anggi Diah Purwitasari



Anggi Diah Purwitasari
Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan

Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan *Referral* Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank (Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)

ABSTRAK

Pertumbuhan penggunaan bank digital di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan layanan keuangan. Untuk menghadapi persaingan, bank digital menggunakan strategi kolaborasi dengan *e-commerce* dan *referral* untuk menarik minat nasabah baru. Promosi Seabank X Shopee adalah strategi promosi buka rekening melalui platform Shopee, sedangkan *referral* Seabank strategi promosi yang mengandalkan rekomendasi pengguna untuk menarik pengguna baru. Minat membuka rekening mengacu pada kesediaan untuk menggunakan layanan di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi Seabank X Shopee dan *Referral* Seabank terhadap minat membuka rekening Seabank. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengumpulan data primer dengan penyebaran kuesioner kepada 140 responden. Data diambil menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS yang diolah menggunakan SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan kedua variabel independen, yaitu promosi Seabank X Shopee dan *Referral* Seabank berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat membuka rekening. Temuan ini menunjukkan bahwa promosi berkontribusi dalam meningkatkan minat membuka rekening bank digital, namun hanya terbatas pada responden di Jabodetabek sehingga hasilnya belum mewakili seluruh nasabah Seabank di Indonesia.

Kata Kunci: Bank Digital, *E-Commerce*, Minat Membuka Rekening, Promosi, *Referral*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Anggi Diah Purwitasari
Bachelor of Applied Finance and Banking

Analysis of the Influence of Seabank X Shopee Promotions and Seabank Referrals on Interest in Opening a Seabank Account (Case Study of Seabank Users in Jabodetabek Area)

ABSTRACT

The growth of digital banking in Indonesia shows a significant trend, especially among the younger generation who prioritize convenience and speed in financial services. To compete, digital banks are implementing collaboration strategies with e-commerce and referral programs to attract new customers. The Seabank X Shopee promotion is a strategy for opening accounts through the Shopee platform, while Seabank referrals rely on user recommendations. Interest in opening an account refers to the willingness to use the service in the future. This study aims to test the influence of the Seabank X Shopee promotion and referral program on interest in opening a Seabank account. The method used is a quantitative approach with a questionnaire distributed to 140 respondents using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using SEM-PLS via SmartPLS version 4. The results indicate that both independent variables have a positive and significant effect on interest in opening an account. These findings confirm the contribution of promotions in increasing interest in digital banking services, although the study is limited to respondents in the Jakarta metropolitan area and thus does not represent all Seabank customers in Indonesia.

Keywords: Digital Bank, E-Commerce, Interest in Opening an Account, Promotion, Referral.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix Theory</i>).....	10
2.1.2 Promosi (<i>Promotion</i>).....	12
2.1.3 <i>Online and Social Media Communication</i>	13
2.1.4 <i>Electronic-Word of Mouth (e-WOM)</i>	15
2.1.5 Minat Menggunakan	17
2.1.6 <i>Digital banking</i>	18
2.1.7 Seabank x Shopee	19
2.1.8 <i>Referral</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4	Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		24
3.1	Jenis Penelitian.....	24
3.2	Objek Penelitian.....	24
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26
3.5	Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	27
3.6	Variabel Operasional.....	27
3.7	Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Responden.....	33
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	34
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	36
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	37
4.2	Hasil Uji SEM PLS.....	37
4.2.1	Analisis Pengujian <i>Outer model</i>	37
4.2.2	Analisis Pengujian <i>Inner model</i>	41
4.2.3	Analisis Pengujian Hipotesis.....	42
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	43
4.3.1	Pengaruh Promosi Seabank X Shopee Terhadap Minat Membuka Rekening Seabank.....	43
4.3.2	Pengaruh Promosi <i>Referral</i> Seabank Terhadap Minat Membuka Rekening Seabank.....	45
BAB V KESIMPULAN.....		47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....		49
LAMPIRAN.....		54



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Rekening Tabungan Seabank.....	2
Tabel 1. 2 Alasan Menggunakan Bank Digital.....	7
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	27
Tabel 3. 2 Variabel Operasional Penelitian	28
Tabel 4. 1 Nilai <i>Outer Loading</i> Seluruh Variabel.....	38
Tabel 4. 2 Nilai <i>Cross Loadings</i>	40
Tabel 4. 3 Konstruksi Reliabilitas dan Validitas	41
Tabel 4. 4 Nilai <i>R Square</i> Variabel Endogen.....	41
Tabel 4. 5 Pengukuran Signifikansi <i>Path Coefficient</i>	43

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Performa Bank Digital Indonesia 2024.....	2
Gambar 1. 2 Pengunjung E-commerce Terbanyak di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Tampilan Promosi Buka Rekening Seabank di Aplikasi Shopee	4
Gambar 1. 4 Tampilan Promosi Undang Teman di Aplikasi Seabank	5
Gambar 2. 1 Kerangka Landasan Teori.....	10
Gambar 2. 2 Keuntungan Promosi Seabank X Shopee.....	14
Gambar 2. 3 Promosi Buka Rekening pada feeds instagram milik Seabank	15
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan	34
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	34
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	36
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	37
Gambar 4. 7 Pengujian Model Pengukuran	38
Gambar 4. 8 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i>	42

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu	55
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	63
Lampiran 4. Hasil Pengujian <i>Outer model</i>	70
Lampiran 5. Hasil Pengujian <i>Inner model</i>	71
Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	71





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital turut mendorong transformasi layanan keuangan, termasuk dalam adopsi bank digital di berbagai negara. Menurut data hasil survei Finder (2021) menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi kedua dalam hal jumlah pengguna rekening bank digital, dengan 24,9% penduduknya tercatat memiliki akun di bank digital. Hal ini menunjukkan adanya minat yang cukup tinggi dari masyarakat Indonesia terhadap layanan bank digital. Minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu objek yang muncul dari dalam dirinya sendiri untuk melakukan sesuatu yang diinginkan (Restiana, 2024). Tingginya minat masyarakat terhadap layanan bank digital ini tidak lepas dari berbagai kemudahan yang ditawarkan, seperti proses pembukaan rekening yang praktis, akses layanan 24 jam, biaya administrasi yang lebih rendah, serta integrasi dengan berbagai platform digital lainnya (Rithmaya *et al.*, 2024).

Menurut data dari Bank Indonesia (BI) per Januari 2024 terjadi pertumbuhan transaksi pada bank digital sebesar 38,4% secara tahunan (*year on year*). Sejalan dengan pertumbuhan ini, banyak institusi keuangan berlomba-lomba mengembangkan layanan *digital banking* mereka guna memenuhi kebutuhan nasabah dan menarik minat nasabah untuk menggunakan layanannya. Untuk mendorong pertumbuhan jumlah nasabah, banyak bank digital gencar melakukan berbagai upaya promosi untuk pembukaan rekening baru (Meilita dan Fasa, 2024). Selain itu, kemudahan proses pendaftaran yang sepenuhnya *online* juga menjadi faktor utama yang mendorong minat nasabah baru untuk membuka rekening di bank digital.

Salah satu bank digital yang telah menerapkan promosi buka rekening adalah Seabank. Untuk menarik minat lebih banyak nasabah, Seabank secara aktif melakukan berbagai strategi promosi, seperti program *cashback*, bonus saldo untuk pembukaan rekening baru, serta kemitraan dengan platform digital induk perusahaannya. Selain itu, proses registrasi yang cepat dan tanpa tatap muka membuat Seabank menjadi pilihan menarik bagi masyarakat yang menginginkan layanan perbankan yang sederhana namun tetap aman. Keberhasilan promosi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

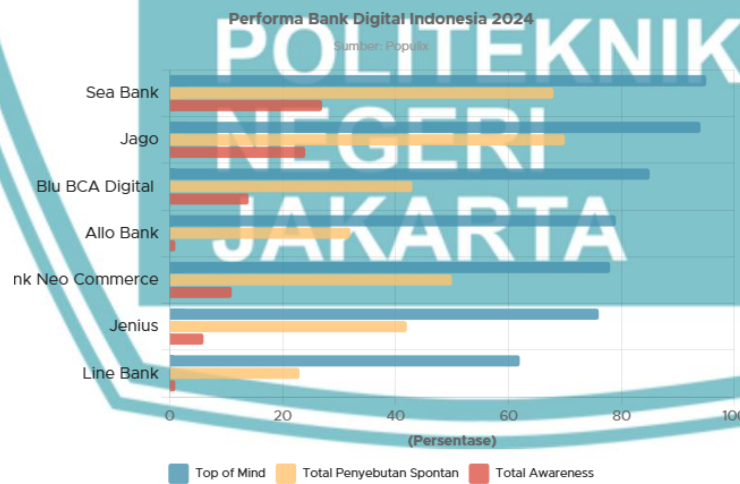
tersebut dibuktikan dengan data naiknya jumlah rekening tabungan Seabank pada tiga tahun terakhir seperti terlihat pada tabel 1.1 (Seabank, 2022).

Tabel 1. 1 Jumlah Rekening Tabungan Seabank

Tahun	Jumlah Tabungan (Rp Triliun)	Kenaikan (Rp Triliun)	Persentase Kenaikan
2021	5.837	-	-
2022	8.025	2.188	37,5%
2023	8.611	586	7,3%
2024	9.510	899	10,4%

Sumber: Data diolah (2025)

Pertumbuhan jumlah rekening tabungan di Seabank menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, total tabungan mencapai Rp8.025 miliar, meningkat sebesar 37,5% atau Rp2.188 miliar dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini berlanjut di tahun 2023 dengan total sebesar Rp8.611 miliar, tumbuh 7,30% atau Rp586 miliar. Sementara itu, pada tahun 2024 jumlah tabungan kembali meningkat sebesar 10,4% atau sebesar Rp899 miliar. Peningkatan tersebut mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan oleh Seabank dalam menarik nasabah baru serta menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Dengan berbagai inovasi tersebut, Seabank berhasil memperkuat posisinya sebagai salah satu bank digital yang diminati di Indonesia.



Gambar 1. 1 Performa Bank Digital Indonesia 2024

Sumber: Populix, 2024

Berdasarkan laporan Populix yang dikutip oleh GoodStats (2024) menunjukkan bahwa Seabank mendominasi sektor perbankan digital di Indonesia, mengungguli kompetitor bank digital lainnya seperti Bank Jago, Blu by BCA,

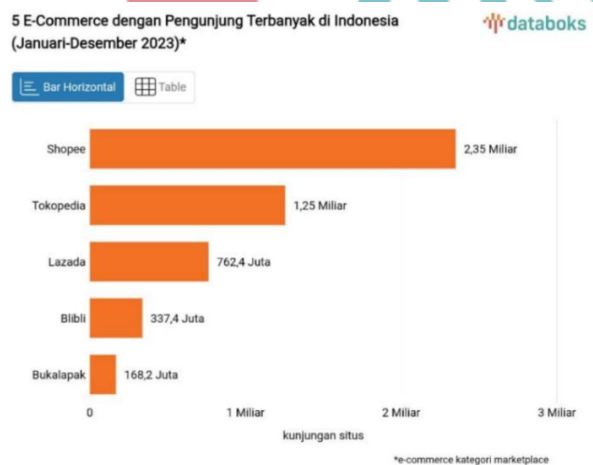


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Allobank, Bank Neo, Jenius, dan Line Bank. Seabank menduduki posisi teratas dalam berbagai metrik, termasuk tingkat penggunaan (*top of mind*), *total awareness*, dan persepsi positif pengguna. Popularitas Seabank semakin meningkat di kalangan masyarakat yang rutin memanfaatkan layanan perbankan digital, khususnya untuk keperluan sehari-hari seperti pengisian saldo e-wallet dan transaksi e-commerce. Hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa sebanyak 57% responden mengakui Seabank sebagai bank digital yang paling sering mereka gunakan sepanjang tahun 2024. Keunggulan Seabank dibandingkan bank digital lainnya adalah adanya kerja sama dengan Shopee, salah satu platform *e-commerce* terpopuler di Indonesia.



Gambar 1. 2 Pengunjung *E-commerce* Terbanyak di Indonesia

Sumber: Similarweb, 2024

Shopee dan Seabank berada di bawah satu induk perusahaan yang sama yaitu Sea LTD (Shopee, 2025). Melalui integrasi antara Seabank dan Shopee, nasabah dapat merasakan berbagai manfaat di platform Shopee, mulai dari membuka akun rekening bank digital secara mudah hingga melakukan transaksi pembayaran *e-commerce*. Berdasarkan data SimilarWeb yang dikutip oleh Databoks (2024) pada gambar 1.2, Shopee merupakan *e-commerce* yang meraih kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang tahun 2023. Selama Januari-Desember 2023, secara kumulatif situs Shopee meraih sekitar 2,3 miliar kunjungan, jauh melampaui para pesaingnya. Meskipun Seabank dan Shopee unggul dalam persaingan bank digital dan *e-commerce* di Indonesia, keduanya harus dapat mempertahankan eksistensinya. Seabank perlu memikirkan strategi agar dapat menjadi pilihan utama dalam minat nasabah saat memilih layanan perbankan. Sebagai upaya untuk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

meningkatkan jumlah nasabahnya, Seabank melakukan promosi buka rekening dengan imbalan (*reward*).

Gambar 1. 3 Tampilan Promosi Buka Rekening Seabank di Aplikasi Shopee

Sumber: Shopee, 2025

Seabank x Shopee, merupakan bentuk promosi kerja sama strategis yang dilakukan oleh Seabank pada *e-commerce* Shopee. Promosi ini memungkinkan pengguna Shopee yang belum memiliki rekening Seabank agar dapat membuka rekening secara mudah melalui platform Shopee, sekaligus akan mendapatkan *reward* berupa saldo Seabank. Dapat dilihat pada gambar 1.3, ketika mengklik “Buka Atau Hubungkan Rekening” di bagian paling bawah gambar, maka akan langsung diarahkan ke aplikasi Seabank. Metode ini disebut dengan metode *deep link*, menurut Dharmawan dan Ruhiat (2023) *deep link* adalah tautan yang mengarahkan pengguna langsung ke konten atau halaman tertentu di dalam aplikasi. *Deep link* kini banyak digunakan sebagai strategi promosi. Dalam konteks ini *deep link* mengarahkan pengguna langsung ke halaman buka rekening di aplikasi Seabank yang dapat mempermudah akses dan mempercepat proses pendaftaran, sehingga berpotensi meningkatkan konversi dari sekadar klik menjadi pembukaan rekening yang sebenarnya.

Fenomena kolaborasi ini menarik karena menunjukkan tren baru yaitu adanya kerja sama antara bank digital dan *e-commerce* dalam strategi pemasarannya (Julaika dan Fasa., 2025). Seabank dan Shopee sudah melakukan

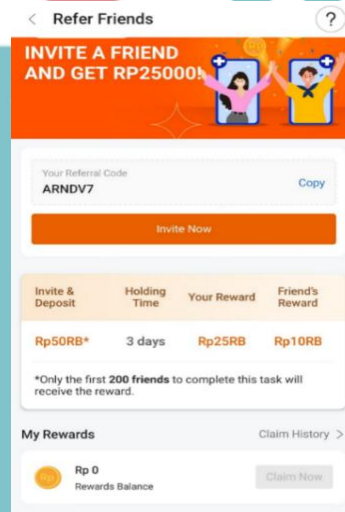


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

strategi kerja sama ini sejak tahun 2021 - sekarang. Keuntungan yang diperoleh dari buka rekening Seabank x Shopee ini adalah adanya *reward* saldo Seabank sebesar Rp 100.000,00 yang otomatis akan masuk ke rekening Seabank setelah mengikuti semua syarat dan ketentuan pada gambar 1.3. Promo ini berlaku untuk pengguna Shopee yang belum pernah membuka rekening Seabank sebelumnya. Selanjutnya setelah berhasil membuka rekening, pengguna diharapkan untuk melakukan pengisian saldo minimal Rp 500.000,00 dan menunggu 2x24 jam kerja untuk pencairan *reward*. *Reward* ini diberikan kepada 150 pengguna pertama yang membuka rekening baru setiap harinya. Strategi ini dinilai efektif karena memberikan keuntungan kepada nasabahnya, terutama mereka yang sering berbelanja di Shopee.



Gambar 1. 4 Tampilan Promosi Undang Teman di Aplikasi Seabank

Sumber: Seabank, 2025

Selain promosi buka rekening dari aplikasi Shopee, Seabank juga melakukan promosi undang teman menggunakan kode *referral*. Kode *referral* ini dimiliki oleh semua nasabah Seabank, seperti tampak pada gambar 1.5 kode *referral*nya adalah “ARNDV7”. Menurut Schmitt *et al.* (2011), program *referral* memiliki tiga karakteristik utama. Pertama, program ini dijalankan secara aktif dan berada di bawah kendali langsung perusahaan. Kedua, keberhasilan program sangat bergantung pada jaringan sosial pelanggan. Ketiga, perusahaan memberikan insentif kepada pelanggan yang berhasil mengajak orang lain untuk menjadi pelanggan baru. Pengertian kode *referral* menurut Fauziah (2022) adalah kode yang terdiri dari uniknya pengkombinasian antara huruf dan angka seperti terlihat pada



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

gambar 1.5. Selain terdapat kode *referral*, pada halaman tersebut juga memuat besaran *reward* yang akan didapat jika berhasil mengundang teman. Pengundang mempertimbangkan besaran *reward* yang diperoleh untuk diri sendiri dan yang diundang (Gangseog dan Feick, 2007). Dalam promosi ini, bagi pengundang (*referrer*) akan mendapatkan saldo sebesar Rp 25.000,00/teman yang berhasil diundang, dan bagi yang diundang (*referee*) akan mendapatkan saldo sebesar Rp 10.000,00. Promo ini berlaku untuk pengguna Shopee yang berhasil memasukkan kode *referral* unik saat melakukan pembukaan rekening. Selanjutnya setelah berhasil membuka rekening, pengguna diharapkan untuk melakukan pengisian saldo minimal Rp 50.000,00 dan menunggu 2x24 jam kerja untuk pencairan *reward*.

Penelitian terdahulu oleh Nurani *et al.* (2024) menemukan bahwa *e-referral* dapat mempengaruhi keputusan penggunaan nasabah bank digital. Dimensi *helping the company* memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan penggunaan oleh nasabah generasi Z. Sebaliknya, dimensi *concern for others* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi keputusan mereka. Selain itu, dari penelitian oleh Restiana (2024) menunjukkan bahwa literasi digital dan *social media marketing* memiliki pengaruh negatif terhadap minat membuka rekening tabungan secara *online*. Namun, *brand image* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif, dan secara keseluruhan keempat variabel tersebut bersama-sama berkontribusi positif terhadap minat membuka rekening tabungan melalui *online*. Promosi menjadi salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat mempengaruhi persepsi, minat, bahkan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan tertentu.

Maka berdasarkan latar belakang dan fenomena yang dijabarkan dari uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan *Referral* Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank (Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan artikel dari Kontan.co.id, survei yang dilakukan oleh FICO pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa proses pembukaan rekening yang kompleks dan panjang menjadi penghalang utama bagi calon nasabah bank digital di Indonesia.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sebanyak 25% responden menyatakan enggan melanjutkan pembukaan rekening jika harus menjawab lebih dari lima pertanyaan, dan 60% akan menghentikan proses jika pertanyaannya melebihi sepuluh. Selain itu, calon nasabah menginginkan proses verifikasi identitas yang konsisten melalui satu kanal tanpa harus berpindah ke platform lain. Temuan ini menekankan pentingnya bagi bank digital untuk menyederhanakan proses pembukaan rekening agar tetap kompetitif di pasar yang semakin digital.

Sebagai salah satu bank digital di Indonesia, Seabank telah mengantisipasi keresahan calon nasabah tersebut. Seabank sendiri membuat slogan yang berbunyi “Buka Rekening Seabank Cuma 3 Menit”. Pembukaan rekening di Seabank sangat mudah karena hanya memerlukan verifikasi e-KTP dan verifikasi wajah. Hal ini sejalan dengan data dari GoodStats yang berjudul “Apa Saja Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan Bank Digital?”, survei yang dilakukan terhadap 591 responden pada Mei 2022 menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memilih layanan bank digital karena alasan kemudahan dan kepraktisan.

Tabel 1. 2 Alasan Menggunakan Bank Digital

No.	Alasan	Jumlah Responden
1	Tidak Merepotkan	75
2	Mudah Penggunaan	74
3	Efisiensi Waktu	67
4	Punya Banyak Fitur	65
5	Mudah Melacak Keuangan	62
6	Integrasi dengan E-Wallet	61
7	Lebih Nyaman	59
8	Integrasi dengan <i>E-commerce</i>	56
9	Lebih Aman	43
10	Rekomendasi Orang Lain	29

Sumber: Populix (2022)

Namun, hasil survei ini menyatakan bahwa alasan integrasi dengan *e-commerce* dan rekomendasi orang lain menempati posisi tiga terendah. Maka dari itu penelitian perlu dilakukan untuk melihat apakah nasabah menyukai bentuk promosi Seabank x Shopee dan ajak teman dengan *referral* yang sudah dilakukan oleh Seabank, dan apakah kedua bentuk promosi tersebut menjadi penyumbang keberhasilan dalam meningkatkan minat pembukaan rekening.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh promosi Seabank X Shopee terhadap minat pembukaan rekening Seabank?
2. Bagaimana pengaruh promosi *Referral* Seabank terhadap minat pembukaan rekening Seabank?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh promosi Seabank X Shopee terhadap minat calon nasabah dalam membuka rekening di Seabank.
2. Menganalisis pengaruh promosi *Referral* Seabank terhadap minat calon nasabah dalam membuka rekening di Seabank.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas promosi dalam mempengaruhi keputusan pengguna Seabank.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti
Kegiatan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dengan menerapkan keilmuan yang dipelajari selama mengikuti perkuliahan.
 - b. Bagi kampus
Penelitian ini dapat menjadi rujukan atau referensi penelitian sejenis guna pengembangan penelitian lainnya
 - c. Bagi perusahaan
Dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi Seabank berdasarkan perspektif pengguna dan dapat dijadikan tolak ukur evaluasi maupun rekomendasi untuk mengembangkan sistem aplikasi yang lebih baik.



1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberi gambaran menyeluruh mengenai isi penelitian, sistematika penulisan disusun dalam beberapa bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini menguraikan latar belakang permasalahan yang melandasi penyusunan penelitian, yang menjadi dasar pemikiran sekaligus memberikan gambaran umum mengenai topik yang dikaji. Selanjutnya, dirumuskan permasalahan yang akan diteliti. Bab ini juga menjelaskan tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan secara menyeluruh.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini membahas landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu yang menjadi dasar acuan teori yang dilakukan dalam menganalisa. Selain itu diuraikan mengenai kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini membahas metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan objek penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data untuk mengolah dan menginterpretasikan hasil penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini menyajikan hasil analisis data berdasarkan pengujian statistik yang telah dilakukan, guna mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti. Selain itu, bab ini juga membahas apakah hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil pengujian tersebut.

BAB V PENUTUP, bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan penulis sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa promosi Seabank X Shopee berpengaruh signifikan terhadap minat membuka rekening Seabank. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0,574 yang menunjukkan adanya hubungan positif antara promosi kolaboratif dan minat pembukaan rekening. Indikator yang paling dominan dalam membentuk pengaruh ini adalah kualitas promosi, khususnya pada aspek desain visual yang menarik. Selain itu, frekuensi promosi juga memberikan kontribusi besar, di mana penyebaran informasi secara rutin melalui media sosial dan e-commerce meningkatkan eksposur dan ketertarikan calon nasabah. Elemen-elemen lain seperti kuantitas promosi, waktu promosi, dan ketepatan sasaran juga turut mendukung keberhasilan promosi kolaboratif dalam meningkatkan daya tarik Seabank sebagai layanan digital banking.

Selanjutnya, promosi *referral* juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membuka rekening Seabank dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,382. Faktor utama yang mendorong pengaruh tersebut adalah keberadaan insentif ekonomi seperti saldo tambahan atau hadiah yang ditawarkan dalam program *referral*. Insentif ini menjadi daya tarik utama karena memberikan manfaat langsung yang nyata bagi pengguna. Selain insentif ekonomi, indikator lain seperti *helping the company* dan *expressing positive emotions* juga memberikan pengaruh terhadap minat membuka rekening melalui program *referral*. Ketika pengguna merasa bahwa mereka dapat membantu perusahaan tumbuh atau merasa puas dan senang saat merekomendasikan produk, hal ini menciptakan hubungan emosional yang memperkuat niat untuk terlibat dalam promosi *referral*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya strategi promosi yang inovatif, relevan dengan target pasar, serta mudah diakses melalui media digital. Kolaborasi dengan platform populer seperti Shopee dan pemanfaatan kekuatan jaringan sosial melalui program *referral* terbukti mampu meningkatkan daya tarik terhadap layanan Seabank. Temuan ini relevan dengan karakteristik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mayoritas responden yang merupakan generasi muda berusia 23–28 tahun yang responsif terhadap promosi berbasis teknologi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Seabank disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan frekuensi promosi kolaboratif dengan Shopee melalui desain yang menarik dan penyebaran yang konsisten di berbagai platform digital agar minat pembukaan rekening semakin meningkat. Selain itu, program *referral* perlu diperkuat dengan insentif yang jelas, menarik, dan mudah diakses, seperti saldo tambahan atau cashback, serta dikemas dalam format sederhana dan mudah dibagikan. Upaya ini penting untuk mendorong nasabah merekomendasikan layanan Seabank kepada orang lain, baik karena keuntungan finansial maupun keinginan membantu dan berbagi pengalaman positif, sehingga promosi dapat menyebar lebih luas secara organik.

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan melibatkan responden di luar wilayah Jabodetabek untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh promosi terhadap minat membuka rekening Seabank di berbagai daerah. Penggunaan metode kualitatif atau *mixed methods* juga dapat dipertimbangkan agar dapat menggali lebih dalam alasan di balik keputusan responden dalam membuka rekening, sehingga hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan aplikatif bagi pengembangan strategi pemasaran bank digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, M. F., & Mirati, E. (2023). Pengaruh E-Wom Menggunakan Referral Program Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Pengguna Seabank (Studi Pada Pengguna Seabank di Jabodetabek). *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3(July), 1–23.
- APJIII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjiii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Databoks. (2022). *Transaksi Digital Marak, Jakarta Dominasi Sebaran Uang Elektronik Terdaftar di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/924d48a46f88067/transaksi-digital-marak-jakarta-dominasi-sebaran-uang-elektronik-terdaftar-di-indonesia>
- Databoks. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Dharmawan, A. F., & Ruhiat, D. R. (2023). Legal Protection Of A Trademarks From Deep Linking In The Digital World. *Jurnal Poros Hukum Padjajaran*, 42, 260–276.
- Eftimov, D. (2024). Leveraging Evidence-Based Strategies to Enhance Referral Incentives for Financial Products. *SSRN*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4971038>
- Fauziah, R. N. (2022). *Kode Referral : Pengertian, Jenis, dan Cara Penggunaan*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/best-seller/kode-referral/?srsltid=AfmBOoo4GXLBboEt7hfxeLQG57o8_57B_UX4f6T_UvO3y-AaRxTNCSov
- Finder. (2021). *Pemilik Rekening Bank Digital di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/64ce6d077a58570/pemilik-rekening-bank-digital-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Gangseog, R., & Feick, L. (2007). A penny for your thoughts: Referral reward programs and referral likelihood. *Journal of Marketing*, 71(1), 84–94. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.1.84>
- Ghapur, A., Ningrum, Y. A., & Wibowo, A. (2023). Implementasi Fitur Referral Contest pada Aplikasi My Value dalam Mengembangkan Bisnis Elektronik di PT. Kompas Gramedia. *Jurnal Teknik Indonesia*, 2(2), 101–111. <https://doi.org/10.58860/jti.v2i2.17>
- GoodStats. (2024a). *Lebih dari 80%, Tingkat Penetrasi Internet di Jawa Tertinggi di Indonesia*. Data.Goodstats.Id. https://data.goodstats.id/statistic/lebih-dari-80-tingkat-penetrasi-internet-di-jawa-tertinggi-di-indonesia-laru6#google_vignette
- GoodStats. (2024b). *SeaBank Pimpin Pasar Perbankan Digital, Bank Jago dan Blu by BCA Susul dengan Tingkat Konversi Tinggi*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/seabank-pimpin-pasar-perbankan-digital-bank-jago-dan-blu-by-bca-susul-dengan-tingkat-konversi-tinggi-e60p0>
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Hipo, S. (2015). Ragam Dan Prosedur Tindakan Penelitian. In *Ragam Dan Prosedur Tindakan Penelitian*.
- Husada, S., & Edhy Aruman, A. (2024). The Implementation of Bank as a Service Marketing Communication Strategy in Increasing the number of customers on blu by BCA Digital. *Journal of Communication & Public Relations*, 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.37535/105003120243>
- Julaika, J. I., & Fasa, M. I. (2025). Peran E-Business Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kompetitivitas Pemasaran Di Bank Syariah. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 973–982.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Meilita, A., & Fasa, M. I. (2024). Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Untuk Analysis Of The Effectiveness Of Digital Marketing Strategies To Increase The Growth Of Sharia Bank In Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, November, 7138–7147.
- Muttaqin, M. Z., & Bulkoeni, U. (2021). Analisis Pendapat Terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Ummul Quro Al-Islami. *Journal of Islamic Economic*, 1(1), 35–41. <https://doi.org/10.51192/ad.v1i01.136>
- Nurani, G., Rimenda, T., Juwita, R., & Abrianto, H. (2024). “Ajak Teman” as a Referral Strategy to Persuade Friends to Use Digital Banking.” *KnE Social Sciences*, 2024, 647–662. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i14.16135>
- Nurbakti, R., Gustina Putri, L., Rindu Kurniawan, D., Judijanto, L., & Arifin, M. S. (2023). Analysis of The Influence of Digital Promotions, Perception of Ease, Transparency and Service Features Toward Public Intention to Use Digital Bank in Money Saving. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 5(3), 79–84. <https://doi.org/10.60083/jsisfotek.v5i3.308>
- Perdana, A. Z. A. (2010). Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Asuransi Bumi Putra Syariah Surakarta. *Repository Sebelas Maret*, 1–45.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Putra, I. G. W. S. C., & Ginting, J. A. (2022). Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 306–318. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Jurnal Keunis*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2856>
- Putri, D. F. (2024). *Analisis Faktor Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, Dan Features Terhadap Minat Menggunakan Seabank Di Kota Pemalang* (Vol. 15, Issue 1).
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Issue January). CV Saba Jaya.
- Restiana, W. (2024). Pengaruh Literasi Digital, Social Media Marketing, Brand Image, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Membuka Rekening Tabungan Melalui Online Di Bank Syariah. *Repository UIN KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Rithmaya, C. L., Ardianto, H., & Sistiyarini, E. (2024). Gen Z and the Future of Banking: an Analysis of Digital Banking Adoption. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 26(1), 64–78. <https://doi.org/10.9744/jmk.26.1.64-78>
- Sahabuddin, R., Azhari, A., Saputra, A., Almur, R., Adawya, A., & Af-Daliyah, N. A. (2025). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Pengaruh Modernisasi pada Mahasiswa Gen-Z di Universitas Negeri Makassar*. 2(3), 388–398.
- Schmitt, P., Skiera, B., & Van den Bulte, C. (2011). Referral Programs and Customer Value. *Journal of Marketing*, 75(1), 46–59. <https://doi.org/10.1509/jm.75.1.46>
- SeaBank. (2022). *Laporan Tahunan Sea Bank 2022*.
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4* (I. P. H. H. Duari (ed.)). Borneo Novelty Publishing.
- Shopee. (2025). *[SeaBank] Apa itu SeaBank?* Help Desk Shopee. [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/116419-\[SeaBank\]-Apa-itu-SeaBank](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/116419-[SeaBank]-Apa-itu-SeaBank)
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Muhammad, I. (2024). *Aplikasi STATA untuk Statistisi Pemula*.
- Siyoto, Sandu & Sodi, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Issue February).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January). Saba Jaya.
- Suminar, R., Widyarini, M., & Dewi, V. I. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Moderasi Kepercayaan Merek : Pada Generasi Mz. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2380–2405. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5443>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tuhepaly, M., & Rismawati. (2021). Pengaruh kepercayaan, Promosi dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–14. www.bi.go.id
- Tumangger, S., Muslim, F., & Kurniadi, R. (2023). The Effect Of Living Money and Lifestyle On Student Financial Management Economic Education. *Jurnal Smart: Sosial Ekonomi Dan Kerakyatan*, 1(1), 1–9.
- Valentino, U., & Annisa Noven, S. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>
- van Deventer, M. (2024). Differences in Generation Y male and female customers' perceived mobile banking trust, information, and system quality. *Banks and Bank Systems*. [https://doi.org/10.21511/bbs.19\(4\).2024.04](https://doi.org/10.21511/bbs.19(4).2024.04)
- Wibowo, E., Nuswandari, I., & Maidarti, T. (2023). Konsep Strategi Co-Branding dalam Meningkatkan Minat Beli pada Produk Bundling. *Jurnal Kreatif*. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/37504>
- Winarto, P. D. M. . (2018). Buku Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Winatadewi, W., & Aulia, P. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Bandung. *Jurnal Manajemen Magister*, 7(2), 3728–3737.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu

Tahun	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jurnal	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
2023	Rezky Nurbakti, Lydia Gustina Putri, David Rindu Kurniawan, Loso Judijanto, Moh Samsul Arifin	Analysis of The Influence of Digital Promotions, Perception of Ease, Transparency and Service Features Toward Public Intention to Use Digital Bank in Money Saving	Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi	Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik Purposive Sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner online. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji T dan uji F menggunakan SPSS 25.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Semua variabel independen (Perceived Convenience, Service Features, Transparency, dan Promotion) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di aplikasi bank digital syariah. Promosi digital, persepsi kemudahan, transparansi, dan fitur layanan berperan penting dalam menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung di aplikasi bank digital syariah. Promosi terbukti memiliki pengaruh terbesar, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan, namun variabel lain juga penting sebagai satu kesatuan strategi layanan digital yang unggul.	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah variabel Y yang sama-sama minat menggunakan bank digital, namun pada penelitian peneliti spesifik bank digital Seabank. Metode penelitian yang digunakan sama, yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling.	Variabel X pada penelitian ini adalah Perceived Convenience, Service Features, Transparency, dan Promotion, yang sama dengan penelitian peneliti hanya promotions saja. Dan pada analisis data yang digunakan penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS 25, sedangkan peneliti menggunakan SEM-PLS.
2020	Wulansari Winatadewi, Pramitha Aulia	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan	Jurnal Manajemen Magister Vol.7, No. 2	Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan	Hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah adanya pengaruh e-WOM sebagai variabel X.	Variabel Y di penelitian ini adalah keputusan pembelian pada e-commerce, sedangkan milik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peta milik Politeknik Negeri Jakarta			Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Bandung		melalui kuesioner dengan skala Likert, dan sampel berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana, serta uji t dan koefisien determinasi (R ²).	menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,568 berarti variabel e-WOM berpengaruh sebesar 56,8% terhadap keputusan pembelian.		peneliti adalah minat untuk membuka rekening Seabank.
	2024	Safaruddin Husada, Akhmad Edhy Aruman	Implementatio n of Bank as a Service Marketing Communicatio n Strategy in Increasing the number of customers on blu by BCA Digital	Journal of Communicat ion and Public Relations	Jenis penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial dan kolaborasi dengan pihak ketiga (seperti e-commerce dan fintech) berhasil meningkatkan jumlah nasabah. blu by BCA Digital memanfaatkan pendekatan BaaS (Bank as a Service) untuk menjangkau target pasar secara lebih luas.	Relevansi dengan penelitian peneliti terletak pada objek penelitian yang merupakan bank digital di Indonesia. Penelitian berfokus pada kenaikan jumlah nasabah akibat dari strategi promosi yang dilakukan.	Metode penelitian yang digunakan berbeda, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang didapat dari wawancara dan dokumentasi, sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif dari survei online.
	4	2021	Mardiana Tuhepaly	Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen	Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis menggunakan regresi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, promosi, dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan OVO. Secara parsial, promosi dan kemudahan berpengaruh	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah menggunakan indikator promosi pada variabel X.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

				linear berganda dengan bantuan SPSS.	signifikan, tetapi kepercayaan tidak.		bank digital Seabank.
2023	Muhammad Fikri Amirudin, Dr. R. Elly Mirati, S.E., M.M	Pengaruh E-WOM Menggunakan <i>Referral</i> Program dan Sales Promotion terhadap Minat Beli Pengguna Seabank (Studi pada Pengguna Seabank di Jabodetabek)	Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen	Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 101 responden dengan menggunakan teknik Purposive Sampling dan metode pengumpulan data menggunakan. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan normalitas, regresi linear berganda menggunakan SPSS 25.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, baik e-WOM <i>referral</i> maupun sales promotion secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pengguna Seabank. E-WOM dinilai efektif karena bersumber dari orang-orang terpercaya seperti teman dan keluarga. Program promosi seperti cashback dan voucher dinilai mampu mendorong keputusan pembelian dan meningkatkan loyalitas terhadap layanan Seabank.	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah objek yang digunakan sama, yaitu bank digital Seabank. Pada penelitian ini menggunakan <i>Referral</i> Program sebagai variabel X. Metode penelitian yang digunakan sama, yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling.	Variabel Y di penelitian ini adalah minat beli pengguna Seabank, sedangkan milik peneliti adalah minat untuk membuka rekening Seabank. Sales promotion pada variabel X, berbeda dengan peneliti yang spesifik ingin meneliti promosi buka rekening Seabank x Shopee.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Para Responden,

Perkenalkan, saya Anggi Diah Purwitasari, mahasiswa Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian studi akhir (skripsi) dengan judul **Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan Referral Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank (Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)**.

Oleh karena itu, saya ingin memohon kesediaan para responden untuk meluangkan waktu sejenak dalam mengisi kuesioner ini. Adapun kriteria responden dalam penelitian saya ini yaitu sebagai berikut:

1. Telah menjadi nasabah Seabank selama lebih dari 6 bulan.
2. Berusia minimal 17 tahun.
3. Berdomisili di Jabodetabek.

Jika ada informasi yang sekiranya kurang jelas dan ingin ditanyakan, silahkan menghubungi peneliti melalui kontak di bawah ini.

E-mail : anggi.diah.purwitasari.ak21@mhsw.pnj.ac.id

Whatsapp : wa.me/6289693817833

Demikian yang ingin saya sampaikan, atas bantuan ketersediaan para responden dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Anggi Diah Purwitasari



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. Pertanyaan Penyaring (*Screening Question*)

Pertanyaan penyaringan ini dilakukan untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Apakah anda merupakan nasabah bank digital Seabank dan telah menjadi nasabah selama lebih dari 6 bulan? (Jika tidak, berhenti disini)
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda sudah berusia 17 tahun? (Jika tidak, berhenti disini)
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Apakah anda berdomisili di Jabodetabek? (Jika tidak, berhenti disini)
 - a. Ya
 - b. Tidak

II. Pertanyaan Identitas (*Profil Question*)

Data yang telah diberikan pada kuesioner ini akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya.

1. Jenis Kelamin
 - a. Perempuan
 - b. Laki-Laki
2. Usia
 - a. 17-22 Tahun
 - b. 23-28 Tahun
 - c. 29-34 Tahun
 - d. 35-40 Tahun
 - e. ≥ 41 tahun
3. Domisili
 - a. Jakarta
 - b. Bogor
 - c. Depok
 - d. Tangerang
 - e. Bekasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta
5. Pendapatan/Uang Saku
 - a. $\leq$ Rp 1.000.00,00
 - b. Rp 1.000.001,00 – Rp 5.000.000,00
 - c. Rp 5.000.001,00 – Rp 10.000.000,00
 - d. $\geq$ Rp 10.000.001
6. Lama Menjadi Nasabah Seabank
 - a. 6 Bulan – 1 Tahun
 - b. 1 Tahun – 2 Tahun
 - c. 2 Tahun – 3 Tahun
 - d. $\geq$ 3 Tahun

III. Kuesioner Penelitian

Responden diharapkan untuk membaca setiap pernyataan dengan cermat dan memberikan jawaban secara jujur berdasarkan keyakinan pribadi. Pilihan jawaban menggunakan Skala Likert 5 poin dengan ketentuan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Cukup Setuju (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam kuesioner ini. Silakan isi sesuai dengan keadaan dan pendapat pribadi Anda.

1. Promosi Seabank X Shopee

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering melihat promosi Seabank x Shopee di media sosial.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.	Saya merasa promosi Seabank x Shopee dilakukan secara konsisten.					
3.	Saya merasa desain promosi Seabank x Shopee menarik.					
4.	Saya merasa informasi pada promosi Seabank x Shopee mudah dipahami.					
5.	Saya mengetahui promosi Seabank x Shopee hadir dalam bentuk diskon belanja.					
6.	Saya mengetahui promosi Seabank x Shopee hadir dalam bentuk cashback.					
7.	Saya melihat promosi Seabank x Shopee saat periode promosi masih berlangsung.					
8.	Saya merasa durasi promosi Seabank x Shopee cukup panjang.					
9.	Saya merasa promosi Seabank x Shopee sesuai dengan minat saya.					
10.	Saya merasa promosi Seabank x Shopee relevan dengan kebutuhan saya.					

2. Promosi *Referral* Seabank

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Economic Incentives</i>						
1.	Saya bisa mendapatkan bonus saldo jika mengajak teman pakai Seabank melalui <i>referral</i> .					
2.	Saya bisa mendapatkan bonus saldo setelah mengikuti syarat dari program <i>referral</i> Seabank.					
3.	Saya memilih Seabank karena menawarkan keuntungan lain seperti bebas biaya transfer.					
<i>Helping The Company</i>						
1.	Saya melihat kesediaan orang lain membantu promosi Seabank melalui program <i>referral</i> .					
2.	Saya termotivasi untuk mempromosikan aplikasi Seabank melalui program <i>referral</i> .					
3.	Saya sadar kalau orang lain percaya dengan kualitas Seabank melalui program <i>referral</i> .					
<i>Expressing Positive Emotions</i>						
1.	Saya merasa percaya pada promosi Seabank setelah membaca komentar positif dari pengguna lain.					
2.	Informasi yang saya terima dari <i>referral</i> membuat saya percaya bahwa Seabank adalah pilihan yang baik untuk bertransaksi.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.	Saya semakin yakin setelah melihat antusiasme pengguna Seabank dalam menceritakan pengalamannya.					
----	--	--	--	--	--	--

3. Minat Membuka Rekening

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank karena mereknya sudah dikenal luas.					
2.	Saya tertarik membuka rekening karena mempercayai merek Seabank.					
3.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank karena melihat promosi di media sosial.					
4.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank karena kemudahan akses melalui platform digital.					
5.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank karena pengaruh promosi yang berulang.					
6.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank karena tawaran yang diberikan terlihat meyakinkan.					
7.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank setelah membandingkan dengan bank digital lainnya.					
8.	Saya tertarik menggunakan bank digital Seabank karena waktu promosi berlangsung cukup lama.					
9.	Saya memiliki niat untuk menggunakan Seabank dalam jangka panjang.					
10.	Saya tertarik menggunakan Seabank karena proses pembukaan rekeningnya mudah.					
11.	Saya merasa metode pembukaan rekening di Seabank sangat praktis.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Penelitian

Resp.	Variabel Promosi Seabank X Shopee									
	SS1.1	SS1.2	SS2.1	SS2.2	SS3.1	SS3.2	SS4.1	SS4.2	SS5.1	SS5.2
1	5	5	4	5	4	2	4	2	4	5
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3
3	2	4	2	1	2	1	3	2	2	2
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
6	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5
7	4	5	2	4	4	4	5	5	4	5
8	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
9	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
10	1	3	2	2	2	1	2	2	1	2
11	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5
12	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
13	2	4	4	5	5	4	4	4	5	5
14	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5
15	2	2	2	3	4	2	1	2	2	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2
18	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
19	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
20	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
21	4	5	4	5	5	5	2	4	5	4
22	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
23	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
24	2	1	3	2	2	1	1	2	2	2
25	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5
26	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
27	2	2	1	2	4	2	4	3	1	2
28	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
29	4	2	4	5	4	5	4	4	4	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	2	2	1	2	2	2	4	2	2	3
32	3	3	2	2	4	2	3	2	2	1
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
35	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
36	3	3	3	2	3	3	2	4	3	4
37	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
38	1	2	2	3	1	2	4	4	4	1
39	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
40	4	4	4	5	5	5	5	5	2	2
41	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
42	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
43	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4
44	5	3	3	1	4	2	3	4	3	2
45	2	5	3	5	2	1	4	4	4	2
46	4	2	2	2	4	2	2	1	2	4
47	5	4	4	5	4	4	5	2	5	5
48	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
49	1	2	1	2	2	2	4	2	3	2
50	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
51	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4
52	2	1	3	5	4	2	1	4	3	2
53	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3
54	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
55	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
56	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
57	4	5	5	4	5	3	5	4	5	3
58	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
59	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
60	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

61	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
62	5	3	3	3	2	2	2	2	2	3
63	3	2	1	2	4	3	2	1	5	3
64	2	2	3	3	2	4	4	5	4	5
65	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5
66	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
67	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
68	5	4	4	5	5	2	5	5	4	5
69	1	3	3	5	4	2	3	2	2	1
70	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
71	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
72	1	2	1	2	2	2	2	5	4	3
73	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
74	3	5	3	3	1	5	4	2	2	2
75	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
76	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5
77	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
78	2	3	3	3	2	1	4	5	3	3
79	4	5	5	4	4	5	4	5	2	4
80	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
81	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
82	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5
83	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
84	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
85	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
86	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
87	3	5	3	4	1	3	2	2	2	2
88	1	1	2	2	4	4	4	2	2	4
89	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3
90	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
91	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
92	5	3	5	4	4	2	2	3	4	5
93	5	3	3	3	2	2	2	5	5	4
94	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
95	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
96	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4
97	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
98	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
99	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
100	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
101	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	3	1	3	3	4	3	4	4	3	4
104	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
105	5	4	5	4	5	4	5	4	4	2
106	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
107	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
108	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
109	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4
110	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
111	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
112	2	2	2	1	5	4	2	2	2	1
113	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4
114	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
115	1	2	2	4	4	5	4	2	2	1
116	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
117	5	5	3	5	3	2	2	3	4	2
118	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
119	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3
120	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
121	1	2	2	3	2	4	3	2	2	2
122	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
125	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

126	2	2	1	2	2	3	2	1	4	4
127	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
128	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
129	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
130	2	3	1	2	1	5	2	2	2	2
131	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
132	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5
133	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5
134	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4
135	5	4	4	5	5	4	2	4	4	4
136	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
137	5	4	5	5	4	3	3	4	5	4
138	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
139	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
140	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3

Resp.	Variabel Referral Seabank								
	R1.1	R1.2	R1.3	R2.1	R2.2	R2.3	R3.1	R3.2	R3.3
1	5	5	4	5	4	4	5	5	4
2	4	4	3	1	2	4	2	1	2
3	4	4	4	2	2	1	3	2	2
4	5	5	4	4	5	5	4	3	5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
6	4	4	5	4	4	4	5	5	4
7	5	4	5	2	1	2	5	4	4
8	5	5	5	4	4	5	4	4	5
9	5	5	5	5	4	4	4	4	5
10	2	2	3	2	2	2	1	2	3
11	5	4	4	5	5	5	4	5	4
12	4	4	5	4	4	4	4	4	4
13	5	5	4	5	2	4	4	5	5
14	5	4	5	5	4	5	5	4	5
15	2	2	1	3	2	2	2	2	3
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	1	1	2	2	2	1	2	2	4
18	5	4	4	4	5	5	4	3	5
19	4	5	5	4	5	4	5	4	5
20	4	4	5	4	4	5	5	4	4
21	4	5	5	4	4	4	5	4	4
22	5	4	5	2	1	4	4	5	4
23	5	5	4	5	4	4	5	4	5
24	3	2	2	5	4	2	1	4	3
25	5	4	4	4	5	5	4	5	4
26	5	5	5	4	4	4	5	5	5
27	3	3	2	4	3	5	4	4	4
28	4	4	5	5	5	4	4	5	5
29	5	4	4	5	4	4	5	4	5
30	5	5	5	4	5	4	4	4	4
31	2	2	2	1	4	1	3	4	4
32	1	3	2	5	3	4	5	5	1
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	5	5	5	2	4	4	4	4
36	2	4	2	2	3	2	4	4	4
37	5	5	5	4	5	4	4	4	4
38	2	3	2	2	2	4	5	1	2
39	5	4	2	4	4	5	5	4	5
40	5	5	4	5	3	5	4	4	5
41	5	5	4	4	4	2	4	5	4
42	4	5	5	2	4	5	4	4	5
43	4	4	5	4	4	3	5	4	4
44	2	5	4	4	2	1	2	2	1
45	5	4	5	4	2	1	3	3	5
46	2	2	2	2	4	2	2	2	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

47	5	4	5	5	1	4	5	5	5
48	5	4	4	3	5	4	4	5	4
49	2	1	1	2	2	4	5	4	4
50	4	4	5	4	5	3	4	4	5
51	5	5	4	3	4	4	5	4	4
52	2	2	1	3	2	1	4	4	3
53	4	5	5	5	4	5	4	5	3
54	5	5	5	4	4	4	4	5	5
55	5	4	4	5	5	5	4	4	4
56	4	5	5	4	4	3	4	5	5
57	4	5	4	5	5	3	3	4	4
58	4	4	5	4	4	3	4	4	5
59	5	4	4	4	5	5	4	4	5
60	5	5	5	5	5	5	4	4	5
61	4	5	2	4	5	5	4	5	4
62	1	2	2	2	2	2	2	2	2
63	2	2	1	2	2	2	3	2	1
64	2	2	1	2	2	2	1	3	4
65	4	5	5	3	4	5	4	5	2
66	5	4	5	4	4	5	5	4	5
67	5	4	4	5	4	5	4	5	5
68	5	5	5	4	5	4	5	4	4
69	4	3	5	3	2	1	4	2	1
70	4	5	4	5	4	5	4	5	4
71	5	4	4	4	5	4	5	5	5
72	2	1	2	1	2	2	1	2	2
73	5	4	5	4	4	5	5	4	5
74	5	4	4	2	2	2	2	2	2
75	5	5	4	5	4	4	5	4	4
76	5	4	5	5	5	4	5	5	5
77	4	4	5	4	2	3	4	4	4
78	2	2	3	3	3	2	4	5	5
79	4	5	5	4	5	5	4	5	4
80	5	4	4	5	5	4	5	4	5
81	5	5	5	3	4	4	4	4	4
82	4	5	3	5	4	4	4	4	5
83	5	5	5	4	2	5	5	4	4
84	4	4	5	4	5	4	5	5	4
85	4	5	4	5	5	5	5	4	5
86	5	4	4	5	4	5	5	4	4
87	1	1	2	4	3	2	2	2	2
88	2	2	3	2	2	5	4	5	4
89	5	4	5	4	4	5	4	4	5
90	5	4	5	5	3	5	4	4	5
91	5	5	5	5	5	4	4	4	4
92	5	4	5	4	3	2	2	2	2
93	2	3	2	2	2	1	4	3	4
94	4	4	4	5	4	4	4	4	4
95	5	4	4	5	4	4	5	4	4
96	4	4	5	4	2	4	5	5	4
97	5	5	4	4	5	5	4	4	5
98	5	4	5	5	5	5	5	5	5
99	4	3	4	5	5	5	4	4	5
100	4	4	5	5	5	5	5	4	5
101	4	5	5	4	5	4	4	5	4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	1	2	2	2	1	2	3	2	2
104	5	4	5	4	4	4	5	4	4
105	5	5	5	4	2	4	4	4	4
106	4	4	5	4	3	4	5	4	5
107	4	4	5	4	2	4	5	4	5
108	5	4	4	5	5	4	4	5	3
109	5	4	4	4	5	4	5	5	4
110	5	5	4	4	5	4	4	4	5
111	4	5	4	4	5	4	5	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

112	2	3	2	2	2	4	4	4	5
113	4	4	5	4	4	5	5	4	4
114	4	4	5	4	5	4	5	5	4
115	3	2	2	4	2	4	1	2	2
116	4	4	5	4	4	4	4	5	5
117	2	1	1	2	2	2	2	4	5
118	4	4	5	4	4	4	5	4	4
119	5	4	4	5	4	5	5	4	5
120	4	5	3	5	4	5	3	4	4
121	5	3	3	2	1	4	2	2	2
122	4	5	5	4	4	4	5	4	5
123	4	4	5	4	4	4	4	4	4
124	3	5	4	5	4	4	5	4	4
125	4	4	5	4	4	4	5	5	4
126	5	5	1	2	2	2	2	1	2
127	5	4	5	1	2	3	3	5	5
128	5	5	5	4	4	5	5	4	5
129	5	4	5	4	4	4	5	4	5
130	4	3	5	4	2	4	2	4	5
131	2	2	2	1	1	2	3	3	2
132	4	4	5	4	4	5	4	4	4
133	4	5	5	4	4	5	4	5	5
134	2	2	4	4	5	5	4	4	4
135	5	5	5	5	4	5	4	4	4
136	4	5	5	4	5	4	4	5	3
137	4	4	5	5	5	5	4	4	4
138	5	4	5	4	5	4	4	5	4
139	4	1	5	4	5	4	3	4	4
140	5	5	5	5	2	5	2	4	3

Resp.	Minat Membuka Rekening										
	M1.1	M1.2	M2.1	M2.2	M3.1	M3.2	M3.3	M4.1	M4.2	M5.1	M5.2
1	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
2	2	4	1	2	1	2	2	4	2	4	4
3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
6	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
7	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
8	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
9	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
10	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1
11	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
12	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
13	5	5	5	4	2	2	4	3	2	5	5
14	5	5	4	4	5	4	2	2	4	5	5
15	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	2	4	5	4	2	2	1	2	1	2	1
18	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
19	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
20	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
21	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
22	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
23	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
24	4	3	5	5	1	1	2	2	1	1	2
25	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
26	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
27	2	1	2	2	4	4	2	1	2	4	4
28	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
29	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
30	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
31	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2
32	2	1	3	4	4	3	1	2	2	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
36	4	4	4	4	4	5	2	3	4	5	4	5
37	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
38	5	4	5	4	1	2	2	1	2	4	5	5
39	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
40	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
41	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	5
42	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5
43	4	5	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5
44	4	2	3	2	5	4	2	2	2	2	1	5
45	2	1	3	4	2	2	3	3	4	2	2	5
46	4	4	2	2	2	1	2	2	1	1	2	5
47	5	2	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5
48	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
49	2	2	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5
50	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
51	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
52	5	4	3	5	5	5	4	3	4	2	2	5
53	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
54	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
55	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
56	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
57	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
58	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5
59	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
60	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
61	5	5	2	4	4	2	5	5	4	4	5	5
62	3	5	4	3	2	3	2	2	3	2	3	5
63	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	5
64	2	3	2	4	2	2	1	3	2	2	1	5
65	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
66	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
67	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
68	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
69	5	5	4	2	2	2	4	3	2	4	4	5
70	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
71	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
72	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	5
73	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5
74	2	2	4	4	2	1	2	2	1	2	2	5
75	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
76	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
77	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	5
78	5	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	5
79	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
80	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
81	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5
82	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
83	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
84	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	5
85	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
86	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
87	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	1	5
88	2	1	4	5	4	4	2	2	1	1	2	5
89	1	1	2	3	2	2	1	1	2	4	5	5
90	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
91	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
92	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	4	5
93	4	3	5	4	4	4	5	5	3	2	2	5
94	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
95	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
96	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5
97	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

98	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
100	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5
101	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	2	3	2	2	2	1	2	2	2	4	5
104	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4
105	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
106	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
107	5	4	2	5	4	4	1	4	5	4	5
108	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
109	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4
110	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
111	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5
112	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2
113	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
114	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5
115	2	1	1	2	2	2	1	2	4	2	1
116	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
117	2	2	2	1	2	2	3	2	4	1	2
118	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
119	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
120	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
121	4	3	3	3	2	1	2	4	2	2	1
122	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
123	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
124	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4
125	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
126	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2
127	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
128	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
129	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5
130	4	2	5	4	1	2	1	5	1	5	4
131	4	4	4	2	4	4	5	4	5	2	2
132	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
133	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
134	5	4	2	4	5	5	4	4	5	4	4
135	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
136	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	5
137	3	4	5	4	4	2	5	4	5	4	4
138	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
139	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5
140	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4. Hasil Pengujian *Outer model*

a. *Convergent Validity*

Outer loadings - Matrix				
	X1	X2	Y	
M1.1			0.770	
M1.2			0.718	
M2.1			0.756	
M2.2			0.747	
M3.1			0.779	
M3.2			0.796	
M3.3			0.830	
M4.1			0.828	
M4.2			0.787	
M5.1			0.819	
M5.2			0.799	
R1.1		0.774		
R1.2		0.762		
R1.3		0.770		
R2.1		0.749		
R2.2		0.704		
R2.3		0.762		
R3.1		0.752		
R3.2		0.756		
R3.3		0.705		
SS1.1	0.826			
SS1.2	0.746			
SS2.1	0.848			
SS2.2	0.794			
SS3.1	0.743			
SS3.2	0.738			
SS4.1	0.708			
SS4.2	0.747			
SS5.1	0.786			
SS5.2	0.750			

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity				
	X1	X2	Y	
M1.1	0.668	0.615	0.770	
M1.2	0.659	0.534	0.718	
M2.1	0.635	0.628	0.756	
M2.2	0.642	0.695	0.747	
M3.1	0.710	0.645	0.779	
M3.2	0.667	0.643	0.796	
M3.3	0.773	0.678	0.830	
M4.1	0.751	0.707	0.828	
M4.2	0.769	0.666	0.787	
M5.1	0.706	0.798	0.819	
M5.2	0.709	0.790	0.799	
R1.1	0.657	0.774	0.638	
R1.2	0.648	0.762	0.655	
R1.3	0.690	0.770	0.662	
R2.1	0.596	0.749	0.589	
R2.2	0.604	0.704	0.600	
R2.3	0.569	0.762	0.636	
R3.1	0.624	0.752	0.721	
R3.2	0.643	0.756	0.681	
R3.3	0.580	0.705	0.595	
SS1.1	0.826	0.646	0.728	
SS1.2	0.746	0.642	0.642	
SS2.1	0.848	0.717	0.764	
SS2.2	0.794	0.661	0.715	
SS3.1	0.743	0.665	0.694	
SS3.2	0.738	0.641	0.667	
SS4.1	0.708	0.673	0.624	
SS4.2	0.747	0.556	0.693	
SS5.1	0.786	0.623	0.688	
SS5.2	0.750	0.597	0.639	

c. *Composite Reliability*

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...
X1	0.923	0.925	0.936	0.593
X2	0.902	0.903	0.920	0.561
Y	0.938	0.939	0.946	0.616



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Hasil Pengujian *Inner model*

- a. Koefisien Determinasi (R^2)

R-square - Overview			
	R-square	R-square adjusted	
Y	0.841	0.838	

Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis

- a. *Path Coefficients*

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.574	0.569	0.098	5.838	0.000
X2 -> Y	0.382	0.389	0.097	3.927	0.000



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

1. Nama Mahasiswa : Anggi Diah Purwitasari
2. NIM : 2104421040
3. Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi Seabank X Shopee dan *Referral*
Seabank terhadap Minat Membuka Rekening Seabank
(Studi Kasus Pengguna Seabank di Jabodetabek)
5. Dosen Pembimbing : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M. Si.

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	13/02/2025	Pengarahan penulisan skripsi berdasarkan judul yang diajukan	
2.	03/03/2025	Revisi penyusunan bab 1 (latar belakang dan rumusan masalah)	
3.	24/04/2025	Revisi penulisan Bab I dan II	
4.	30/04/2025	Revisi penulisan Bab III	
5.	04/05/2025	Acc Proposal	
6.	22/05/2025	Bimbingan hasil revisi sempro	
7.	04/06/2025	Bimbingan Variabel Operasional untuk pernyataan kuesioner	
8.	15/06/2025	Bimbingan pernyataan dan pertanyaan kuesioner	
9.	19/06/2025	Bimbingan Google Formulir untuk kuesioner	
10.	01/07/2025	Bimbingan Hasil Analisis (Bab 4 dan 5)	
11.	02/07/2025	Revisi Hasil Analisis	
12.	03/07/2025	Persetujuan Sidang Skripsi	

Menyetujui KPS

Depok, 02 Juli 2025

(Heri Abrianto, S.E., M.M.)

NIP. 196510051997021001

1. Hak Cipta :
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta