

**ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE BANK SEABANK
DENGAN BANK NEO COMMERCE MENGGUNAKAN MECUE
QUESTIONNAIRE 2.0**

SKRIPSI

Oleh:

SALSABILA SHOFIA

NIM. 2010817220006



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN, OKTOBER 2024**

**ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE BANK SEABANK
DENGAN BANK NEO COMMERCE MENGGUNAKAN MECUE
QUESTIONNAIRE 2.0**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Sarjana Strata-1 Teknologi Informasi

Oleh:

SALSABILA SHOFIA

NIM. 2010817220006



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN, OKTOBER 2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Salsabila Shofia
NIM : 2010817220006
Fakultas : Teknik
Prodi : Teknologi Informasi
Judul Skripsi : Analisis Perbandingan User Experience Bank Seabank dengan Bank Neo Commerce menggunakan meCUE Questionnaire 2.0
Pembimbing Utama : Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan.

Banjarmasin, 02 Oktober 2024



Salsabila Shofia
NIM. 2010817220006

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI PROGRAM STUDI S-1 TEKNOLOGI INFORMASI

Analisis Perbandingan User Experience Bank Seabank dengan Bank Neo Commerce
Menggunakan meCUE Questionnaire 2.0

Oleh

Salsabila Shofia (2010817220006)

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada 07 Oktober 2024 dan dinyatakan

LULUS

Komite Penguji :

Ketua : Dr. Ir. Yuslena Sari, S.Kom., M.Kom., IPM
NIP. 198411202015042002

Anggota 1 : Muhammad Fajrian Noor, S.Kom., M.Kom.
NIP. 199611092023211009

Anggota 2 : Nurul Fathanah Mustamin, S.Pd., M.T.
NIP. 199110252019032018

Pembimbing
Utama : Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I.
NIP. 198810272019032013



Banjarbaru, 28 NOV 2024
Diketahui dan disahkan oleh:

Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Teknik ULM,



Dr. H. Makmur, S.T., M.T.
NIP. 197401071998021001

Koordinator Program Studi
S-1 Teknologi Informasi,



Andrevan Rizky Baskara, S.Kom., M.Kom.
NIP. 199307032019031011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE BANK SEABANK
DENGAN BANK NEO COMMERCE MENGGUNAKAN MECUE
QUESTIONNAIRE 2.0

OLEH
SALSABILA SHOFIA
NIM. 2010817120003

Telah diperiksa dan terpenuhi semua persyaratan akademik, administrasi dan
disetujui untuk dipertahankan di hadapan dewan penguji

Banjarmasin, 24 September 2024

Pembimbing Utama,



Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I
NIP. 198810272019032013

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan perbankan digital di Indonesia, yang didorong oleh kemajuan teknologi serta pandemi COVID-19 dan regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Peraturan No.12/POJK.03/2018, telah menciptakan peningkatan pengguna layanan perbankan berbasis aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan pengalaman pengguna antara aplikasi perbankan digital Bank Seabank dan Bank Neo Commerce atau Neobank menggunakan instrumen *meCUE Questionnaire 2.0*. Seabank dan Neobank merupakan dua bank digital dengan jumlah aset tertinggi di Indonesia dan jumlah pengguna yang paling banyak di Indonesia, masing-masing mencatat lebih dari 10 juta unduhan pada Google Play Store. *meCUE Questionnaire 2.0* digunakan untuk mengevaluasi berbagai aspek pengalaman pengguna melalui 5 modul dan 10 indikator dengan 34 item pernyataan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna aktif aplikasi dan mendapatkan 420 responden, 210 untuk pengguna aktif Seabank dan 210 untuk pengguna aktif Neobank, dimana 100 responden merupakan pengguna aktif dari kedua aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Seabank mendapatkan nilai tertinggi pada indikator *Usefulness* dan *Usability* yaitu 6.17 dan nilai terendah pada indikator *Negative Emotions* yaitu 2.98. Sedangkan Neobank mendapatkan nilai tertinggi pada indikator *Visual Aesthetics* yaitu 6.01 dan nilai terendah pada indikator *Negative Emotions* sebesar 2.84. Secara nilai keseluruhan, aplikasi Seabank lebih unggul daripada Neobank dengan nilai sebesar 4.1 sementara Neobank mendapatkan nilai 3.9

Kata kunci: Bank Digital, *meCUE Questionnaire*, Neobank, Pengalaman Pengguna, Seabank

ABSTRACT

The rapid development of digital banking in Indonesia, driven by technological advancements as well as the COVID-19 pandemic and regulations from the Otoritas Jasa Keuangan (OJK) through Regulation No. 12/POJK.03/2018, has led to an increase in users of application-based banking services. This research aims to analyze the comparison of user experience between the digital banking applications of Seabank and Bank Neo Commerce, or Neobank, using the meCUE Questionnaire 2.0 instrument. Seabank and Neobank are two of the leading digital banks in Indonesia, each having the highest asset volume and the largest number of users in the country, with each recording over 10 million downloads on the Google Play Store. The meCUE Questionnaire 2.0 is used to evaluate various aspects of user experience through 5 modules and 10 indicators with 34 statement items. This study is a quantitative research conducted by distributing an online questionnaire to the Indonesian public, specifically targeting active users of the applications, resulting in 420 respondents, 210 active users of Seabank and 210 active users of Neobank. Of these, 100 respondents are active users of both applications. The research results show that the Seabank application received the highest score on the Usefulness and Usability indicators, with scores of 6.17, and the lowest score on the Negative Emotions indicator, with a score of 2.98. In contrast, Neobank achieved the highest score on the Visual Aesthetics indicator at 6.01, and the lowest score on the Negative Emotions indicator at 2.84. Overall, the Seabank application outperformed Neobank with a score of 4.1, while Neobank received a score of 3.9.

Keywords: Digital Bank, meCUE Questionnaire, Neobank, Seabank, User Experience

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, Sang Maha Pengasih dan Penyayang, atas berbagai nikmat dan rezeki yang diberikan-Nya. Berkat rahmat-Nya, cita-cita dan harapan kita menjadi lebih mudah tercapai dan bermanfaat bagi banyak orang. Penulis mengirimkan sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia menuju cahaya kebenaran. Berkat belas kasihan dan karunia Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "*Analisis Perbandingan User Experience Bank Seabank dengan Bank Neo Commerce menggunakan meCUE Questionnaire 2.0*". Skripsi ini membahas tentang perbandingan pengalaman pengguna antar dua aplikasi perbankan digital terbesar di Indonesia, yaitu Bank Seabank dan Bank Neo Commerce. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membandingkan aspek pada pengalaman pengguna dari kedua aplikasi tersebut diambil dari pengguna kedua aplikasi dengan menggunakan *meCUE Questionnaire 2.0*, instrumen yang dirancang untuk mengukur seluruh aspek tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi atau *website*. Instrumen terdiri dari 5 modul, 10 indikator, dan 34 pernyataan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknologi Informasi di Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua serta keluarga tercinta yang senantiasa memberikan segala hal dalam hidup penulis. Dukungan serta do'a yang tiada henti diberikan telah memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Andreyan Rizky Baskara, S.Kom., M.Kom. sebagai Koordinator Program Studi Teknologi Informasi yang ikut serta dalam membantu dan mengarahkan penulis.
3. Ibu Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan Waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan

yang baik kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga skripsi dapat terselesaikan.

4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Teknologi Informasi yang ikut serta dalam membantu dan mengarahkan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh teman-teman Angkatan 2020 Program Studi Teknologi Informasi terutama Aulia Lita yang selalu memberikan bantuan berharga selama penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat terhadap diri sendiri, teman-teman, serta pembaca. Selain itu, penulis sangat menghargai kritik serta saran demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membutuhkannya.

Banjarmasin, 2 Oktober 2024



Salsabila Shofia
NIM. 2010817220006

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>User Experience</i>	8
2.1.2 Bank Seabank	8
2.1.3 Bank Neo Commerce.....	9
2.1.4 <i>meCUE Questionnaire 2.0</i>	10
2.2 Penelitian Terkait	14

2.2.1 <i>Adaptation of the meCUE 2.0 Version for User Experience(UX) Measurement Approach into Indonesian Context</i>	14
2.2.2 Evaluasi <i>User Experience</i> Menggunakan <i>meCUE Questionnaire</i> (Studi Kasus pada Aplikasi Traveloka dan PegiPegi)	15
2.2.3 Evaluasi <i>User Experience</i> dengan Mengadaptasi <i>meCUE Questionnaire</i> pada Aplikasi KAI Access dan Aplikasi Tiket.com	15
2.2.4 Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Aplikasi WhatsApp dan Telegram menggunakan Kuesioner <i>meCUE</i>	15
2.2.5 Evaluasi <i>User Experience</i> pada Aplikasi <i>Streaming Music Online</i> Menggunakan <i>meCUE Questionnaire</i> (Studi Kasus Spotify dan Resso).....	16
2.2.6 Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi OVO dan LinkAja Menggunakan Metode <i>MeCUE Questionnaire</i>	16
2.2.7 Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Aplikasi Snapchat dan Aplikasi Instagram Menggunakan User Persona dan Kuesioner <i>meCUE</i>	16
2.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Alat dan Bahan Penelitian	23
3.1.1 Alat Penelitian.....	23
3.1.2 Bahan Penelitian	23
3.2 Alur Penelitian.....	24
3.2.1 Identifikasi Masalah.....	24
3.2.2 Studi Literatur	24
3.2.3 Persiapan Intrumen Penelitian	25
3.2.4 Pengumpulan Data	32
3.2.4.1 Populasi Penelitian	32
3.2.4.2 Sampel Data	33
3.2.5 Pengolahan Data	34

3.2.6 Analisis dan Pembahasan Hasil	37
3.2.7 Kesimpulan dan Saran	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Uji Kelayakan Rancangan Kuesioner.....	38
4.1.1 Uji Validitas	38
4.1.2 Uji Reliabilitas	42
4.2 Pembagian Kuesioner.....	46
4.3 Demografi Data Penelitian	46
4.4 Hasil Analisis Data Penelitian	59
4.4.1 Hasil Analisis Aplikasi Seabank.....	59
4.4.1.1 Hasil Analisis Modul <i>Perception of Instrumental Qualities</i>	59
4.4.1.2 Hasil Analisis Modul <i>Perception of Non-Instrumental Qualities</i> ..	61
4.4.1.3 Hasil Analisis Modul <i>Emotions</i>	63
4.4.1.4 Hasil Analisis Modul <i>Consequences of Use</i>	64
4.4.1.5 Hasil Analisis Modul <i>Global</i>	66
4.4.1.6 Hasil Analisis Seluruh Modul Seabank	67
4.4.2 Hasil Analisis Aplikasi Neobank.....	71
4.4.2.1 Hasil Analisis Modul <i>Perception of Instrumental Qualities</i>	71
4.4.2.2 Hasil Analisis Modul <i>Perception of Non-Instrumental Qualities</i> ..	73
4.4.2.3 Hasil Analisis Modul <i>Emotions</i>	75
4.4.2.4 Hasil Analisis Modul <i>Consequences of Use</i>	77
4.4.2.5 Hasil Analisis Modul <i>Global</i>	78
4.4.1.6 Hasil Analisis Seluruh Modul Neobank.....	79
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.5.1 Analisis Perbandingan Aplikasi Seabank dan Neobank	83
4.5.2 Rekomendasi Perbaikan.....	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait	18
Tabel 3. 1 Alat Penelitian.....	23
Tabel 3. 2 Bahan Penelitian	23
Tabel 3. 3 Pernyataan meCUE <i>Questionnaire</i> 2.0 dalam Bahasa.....	25
Tabel 3. 4 Skala penggunaan meCUE <i>Questionnaire</i> 2.0.....	27
Tabel 3. 5 Gambaran Penggunaan Kuesioner	27
Tabel 4.1 Uji Validitas Kuesioner Seabank	38
Tabel 4. 2 Uji Validitas Kuesioner Neobank	39
Tabel 4. 3 Uji Validitas Kuesioner Tanpa Keterangan	41
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Seabank.....	42
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Neobank.....	43
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Kuesioner Tanpa Keterangan	45
Tabel 4. 7 Uraian Usia Responden Seabank	48
Tabel 4. 8 Uraian Usia Responden Neobank	49
Tabel 4. 9 Uraian Domisili Responden Seabank	50
Tabel 4. 10 Uraian Domisili Responden Neobank	51
Tabel 4. 11 Uraian Pekerjaan Responden Seabank.....	52
Tabel 4. 12 Uraian Pekerjaan Responden Neobank.....	53
Tabel 4. 13 Uraian Pendidikan Terakhir Responden Seabank.....	54
Tabel 4. 14 Uraian Pendidikan Terakhir Responden Neobank.....	55
Tabel 4. 15 Uraian Jangka Waktu Pengguna Responden Seabank	56
Tabel 4. 16 Uraian Jangka Waktu Pengguna Responden Neobank.....	57
Tabel 4. 17 Uraian Platform Aplikasi Responden Seabank.....	58
Tabel 4. 18 Uraian Platform Aplikasi Responden Neobank	58
Tabel 4. 19 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Usefulness</i> Seabank.....	59
Tabel 4. 20 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Usability</i> Seabank.....	60
Tabel 4. 21 Hasil Statistik Modul I Seabank	60
Tabel 4. 22 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Visual Aesthetics</i> Seabank.....	61
Tabel 4. 23 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Status</i> Seabank	61
Tabel 4. 24 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Commitment</i> Seabank.....	62
Tabel 4. 25 Hasil Statistik Modul II Seabank	62

Tabel 4. 26 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Positive Emotions</i> Seabank	63
Tabel 4. 27 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Negative Emotions</i> Seabank	63
Tabel 4. 28 Hasil Statistik Modul III Seabank	64
Tabel 4. 29 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Intention to Use</i> Seabank	65
Tabel 4. 30 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Product Loyalty</i> Seabank	65
Tabel 4. 31 Hasil Statistik Modul IV Seabank.....	65
Tabel 4. 32 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Overall Evaluation</i> Seabank.....	66
Tabel 4. 33 Hasil Statistik Modul V Seabank	66
Tabel 4. 34 Rincian Nilai Rata-rata Seabank	67
Tabel 4. 35 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Usefulness</i> Neobank	72
Tabel 4. 36 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Usability</i> Neobank.....	72
Tabel 4. 37 Hasil Statistik Modul I Neobank.....	72
Tabel 4. 38 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Visual Aesthetics</i> Neobank	73
Tabel 4. 39 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Status</i> Neobank.....	74
Tabel 4. 40 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Commitment</i> Neobank	74
Tabel 4. 41 Hasil Statistik Modul II Neobank	74
Tabel 4. 42 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Positive Emotions</i> Neobank	75
Tabel 4. 43 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Negative Emotions</i> Neobank	76
Tabel 4. 44 Hasil Statistik Modul III Neobank	76
Tabel 4. 45 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Intention to Use</i> Neobank.....	77
Tabel 4. 46 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Product Loyalty</i> Neobank.....	77
Tabel 4. 47 Hasil Statistik Modul IV Neobank.....	78
Tabel 4. 48 Rincian Skala Jawaban Indikator <i>Overall Evaluation</i> Neobank.....	78
Tabel 4. 49 Hasil Statistik Modul V Neobank	79
Tabel 4. 50 Rincian Nilai Rata-rata Neobank	79
Tabel 4. 51 Hasil Perbandingan <i>User Experience</i> Seabank dan Neobank.....	84
Tabel 4. 52 Hasil Perbandingan Modul I Seabank dan Neobank	85
Tabel 4. 53 Hasil Perbandingan Modul II Seabank dan Neobank	85
Tabel 4. 54 Hasil Perbandingan Modul III Seabank dan Neobank.....	87
Tabel 4. 55 Hasil Perbandingan Modul IV Seabank dan Neobank.....	88
Tabel 4. 56 Hasil Perbandingan Modul V Seabank dan Neobank.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Kantor Cabang Bank Umum.....	1
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Aktif Seabank dan Neobank	3
Gambar 2. 1 Aplikasi Seabank dan Beberapa Fiturnya	9
Gambar 2. 2 Aplikasi Neobank dan Beberapa Fiturnya	10
Gambar 2. 3 Modul pada meCUE <i>Questionnaire 2.0</i>	11
Gambar 2. 4 Contoh Hasil Grafik Modul I meCUE <i>Questionnaire 2.0</i>	13
Gambar 2. 5 Contoh Hasil Grafik Modul II meCUE <i>Questionnaire 2.0</i>	13
Gambar 2. 6 Contoh Hasil Grafik Modul III meCUE <i>Questionnaire 2.0</i>	13
Gambar 2. 7 Contoh Hasil Grafik Modul IV dan V meCUE <i>Questionnaire 2.0</i> ..	14
Gambar 2. 8 Alur Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	24
Gambar 3. 2 Jumlah Pengguna Aktif Bank Seabank dan Bank Neo Commerce..	33
Gambar 3. 3 Tampilan Data Template meCUE <i>Questionnaire 2.0</i>	35
Gambar 3. 4 <i>Worksheet Data</i>	35
Gambar 3. 5 <i>Worksheet Participant Statistics</i>	36
Gambar 3. 6 <i>Worksheet Product Statistics</i>	36
Gambar 3. 7 <i>Worksheet Graphics</i>	37
Gambar 4. 1 Diagram Pengguna Aktif Seabank	47
Gambar 4. 2 Diagram Pengguna Aktif Neobank	47
Gambar 4. 3 Diagram Responden Seabank Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4. 4 Diagram Responden Neobank Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 5 Diagram Responden Seabank Berdasarkan Usia	49
Gambar 4. 6 Diagram Responden Neobank Berdasarkan Usia	50
Gambar 4. 7 Diagram Responden Seabank Berdasarkan Domisili.....	51
Gambar 4. 8 Diagram Responden Neobank Berdasarkan Domisili.....	52
Gambar 4. 9 Diagram Responden Seabank Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Gambar 4. 10 Diagram Responden Neobank Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Gambar 4. 11 Diagram Responden Seabank Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	55
Gambar 4. 12 Diagram Responden Neobank Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	56

Gambar 4. 13 Diagram Responden Seabank Berdasarkan Jangka Waktu Pengguna	57
Gambar 4. 14 Diagram Responden Neobank Berdasarkan Jangka Waktu Pengguna	57
Gambar 4. 15 Diagram Responden Seabank Berdasarkan <i>Platform</i> Aplikasi.....	58
Gambar 4. 16 Diagram Responden Neobank Berdasarkan <i>Platform</i> Aplikasi.....	59
Gambar 4. 17 Grafik Hasil Modul I Seabank	60
Gambar 4. 18 Grafik Hasil Modul II Seabank	62
Gambar 4. 19 Grafik Hasil Modul III Seabank.....	64
Gambar 4. 20 Grafik Hasil Modul IV Seabank	66
Gambar 4. 21 Grafik Hasil Modul V Seabank.....	67
Gambar 4. 22 Grafik Hasil Modul I Neobank	73
Gambar 4. 23 Grafik Hasil Modul II Neobank	75
Gambar 4. 24 Grafik Hasil Modul III Neobank.....	76
Gambar 4. 25 Grafik Hasil Modul IV Neobank.....	78
Gambar 4. 26 Grafik Hasil Modul V Neobank.....	79
Gambar 4. 27 Grafik Perbandingan Seabank dan Neobank.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Rating</i> Google Play Store dan App Store	97
Lampiran 2. <i>Form</i> Kuesioner <i>Online</i>	98
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner	106
Lampiran 4. Responden Kuesioner Seabank	108
Lampiran 5. Responden Kuesioner Neobank.....	110
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Seabank.....	112
Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Neobank.....	114
Lampiran 8. Uji Validitas dan Reliabilitas Tanpa Keterangan	116
Lampiran 9. Pengolahan Data meCUE <i>Questionnaire</i>	119
Lampiran 10. Responden Kuesioner Validitas dan Reliabilitas Seabank	120
Lampiran 11. Responden Kuesioner Validitas dan Reliabilitas Neobank	121
Lampiran 12. Responden Kuesioner Validitas dan Reliabilitas Tanpa Keterangan	122
Lampiran 13. Pernyataan Kesiadaan Dosen Pembimbing Skripsi	123
Lampiran 14. Lembar Konsultasi.....	124