

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perbankan global mengalami transformasi yang signifikan dengan hadirnya teknologi digital yang semakin memudahkan akses terhadap layanan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kemudahan bertransaksi dan kualitas layanan serta pengaruhnya terhadap minat beli konsumen membuka rekening di Seabank.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui survei terhadap 400 responden yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi terhadap minat beli konsumen secara keseluruhan termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai rata-rata persentase sebesar 86,35%. Demikian pula, kualitas layanan terhadap minat beli konsumen juga berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata persentase sebesar 85,7%. Minat beli konsumen membuka rekening di Seabank secara keseluruhan juga berada dalam kategori sangat baik dengan nilai rata-rata persentase sebesar 87,4%. Namun, secara individu, kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen membuka rekening di Seabank. Sebaliknya, kemudahan bertransaksi secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Selain itu, kemudahan bertransaksi dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen membuka rekening di Seabank. Temuan ini menegaskan pentingnya kemudahan bertransaksi sebagai faktor utama dalam menarik minat beli konsumen terhadap bank digital seperti Seabank.

Kata Kunci : Kemudahan Bertransaksi, Kualitas Layanan, Minat Beli Konsumen