

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat perilaku pengguna dalam melanjutkan penggunaan aplikasi SeaBank di tengah pesatnya pertumbuhan layanan perbankan digital di Indonesia, serta meningkatnya kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data. SeaBank tercatat mengalami lonjakan pengaduan nasabah dari 40.593 kasus pada tahun 2022 menjadi 50.576 kasus pada tahun 2023. Masalah tersebut berpotensi menurunkan kepercayaan dan loyalitas pengguna. Dengan menggunakan kerangka *Protection Motivation Theory* (PMT) yang diperluas melalui variabel *trust* dan *privacy concern*, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam tetap menggunakan SeaBank. Sebanyak 213 responden pengguna SeaBank terlibat dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner yang dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa dari tujuh hipotesis yang diuji, hanya satu hipotesis yang diterima, yaitu pengaruh signifikan dari variabel *trust* terhadap *behavioral intention*. Sementara itu, enam variabel lainnya yaitu *perceived vulnerability*, *perceived severity*, *privacy concern*, *response efficacy*, *self-efficacy*, dan *response cost* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor paling dominan yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan SeaBank. Oleh karena itu, penting bagi pengembang layanan keuangan digital untuk meningkatkan transparansi dan perlindungan privasi guna memperkuat kepercayaan pengguna.

Kata kunci : Kepercayaan Pengguna, Kekhawatiran Privasi, SeaBank, *Protection Motivation Theory*