PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DIGITAL BANK SEABANK

(Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (SI) Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Ary Nur Huda

152220154

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2026