

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN DIGITAL TERHADAP PENGGUNAAN  
APLIKASI BYOND PADA PT BANK SYARIAH  
INDONESIA DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh :

**HURRIYATUN NISSA**  
**NIM : 190603090**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**BANDA ACEH**  
**2026 M/ 1448**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Hurriyatun Nissa

NIM : 190603090

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 30 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(Hurriyatun Nissa)

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN KUALITAS LAYANAN  
DIGITAL TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI BYOND PADA PT.  
BANK SYARIAH INDONESIA  
DI KOTA BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

Hurriyatun Nissa  
NIM. 190603090

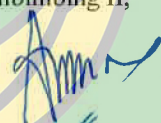
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan  
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada  
Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II,



Dara Amanatillah M.Sc.Finn  
NIP. 198702222023212041

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP.197711052006042003

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN DIGITAL TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI BYOND PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA BANDA ACEH

Hurriyatun Nissa  
NIM. 190603090

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)  
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban  
Studi untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam Bidang Perbankan  
Syariah

Pada Hari/Tanggal:

Selasa,

30 Juni 2026 M  
15 Muharram 1448 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 197711052006042003

Sekretaris,



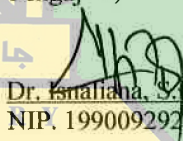
Uliya Azra, M.Si.  
NIP. 199410022022032001

Penguji I,



Dr. Ayunkiaty, S.E., M.Si., CTTr.  
NIP. 197806152009122002

Penguji II,



Dr. Ismailiana, S.Hi., M.A.  
NIP. 199009292025212004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Uin Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec.  
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Hurriyatun Nissa

NIM : 190603090

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : [190603090@student.ar-raniry.ac.id](mailto:190603090@student.ar-raniry.ac.id)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☒ Skripsi ☐ .....

yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN  
DIGITAL TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI BYOND PADA PT  
BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA BANDA ACEH**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 30 Juni 2026

Mengetahui,

Penulis

Hurriyatun Nissa  
NIM. 190603090

Pembimbing I

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag.  
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M.Sc.Finn.  
NIP. 198702222023212041

## MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai batas kesanggupannya”*

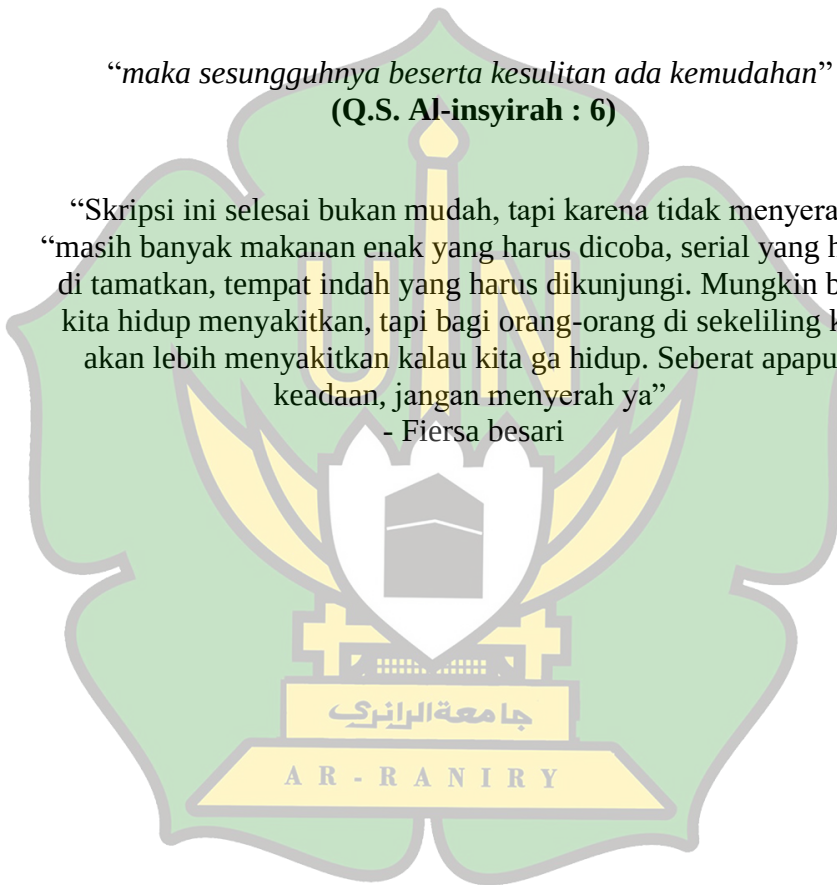
**(Q.S. Al-Baqarah 2 : 286)**

*“maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”*

**(Q.S. Al-Insyirah : 6)**

“Skripsi ini selesai bukan mudah, tapi karena tidak menyerah”  
“masih banyak makanan enak yang harus dicoba, serial yang harus di tamatkan, tempat indah yang harus dikunjungi. Mungkin bagi kita hidup menyakitkan, tapi bagi orang-orang di sekeliling kita akan lebih menyakitkan kalau kita ga hidup. Seberat apapun keadaan, jangan menyerah ya”

- Fiersa besari



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin puji beserta syukur selalu tersampaikan kepada Dzat yang Maha Pencipta yakni Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond Pada PT. Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh”. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan serta perlindungan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Shalawat beserta salam kepada Rasulullah SAW yang selalu menjadi suri tauladan umat. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak sekali mendapat lika-liku serta tantangan yang peneliti hadapi. Namun peneliti juga tidak terlepas dari bantuan dan dukungan baik dari semuanya. Oleh karena itu, maka dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Nevi Hasnita M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nevi Hasnita M.Ag selaku Pembimbing I, dan Dara Amanatillah M.Sc.Fin selaku Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik yang dengan ikhlas telah membantu dan meluangkan waktu yang tidak terbatas dalam memberikan bimbingan, saran, dukungan, motivasi maupun arahan yang sangat baik sehingga penulis dapat dengan mudah memahami dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan staff Pengajar Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti sehingga peneliti dapat dengan mudah menyelesaikan penelitian ini.
6. Para pustakawan yang telah banyak membantu penulis untuk meminjamkan buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa penulis mengucapkan ribuan terimakasih untuk Ayahanda (alm) Mukhlis yang belum sempat melihat penulis menyelesaikan S1, meskipun Ayah tidak lagi mendampingi penulis hingga menyelesaikan pendidikan ini, segala nasihat, cinta, dan perjuangan Ayah akan selalu menjadi kekuatan, motivasi, dan semangat bagi penulis

untuk terus melangkah. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, ampunan, dan menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya. Dan kepada Ibunda Nur Asifah yang terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, doa yang tiada henti, pengorbanan, kesabaran, serta dukungan moral maupun material yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu menguatkan penulis dalam setiap proses, baik dalam suka maupun duka, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur yang penuh berkah, serta membalas segala kebaikan dan pengorbanan Ibu dengan balasan yang berlipat ganda.

8. Kepada teman saya Arif Budiman, Azkia, Wawah, Mona, Mawe, Cici, Oza, dan Savira yang telah membantu, mendoakan, melalui lika-liku perkuliahan bersama sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga Allah membalas segala kebaikan itu, dan memberikan kemudahan disetiap urusan kita, dan semoga kita selalu dalam lindungan-Nya. Aamiin Ya Rabbal ‘Aalamiin.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik pengolahan maupun penyajian data. Oleh karena itu segala saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga karya ilmiah ini

dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi yang membacanya.  
Tak ada sesuatu yang sempurna karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT

Banda Aceh, 30 Juni 2026



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
 Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

### 1. Konsonan

| No. | Arab | Latin              | No. | Arab | Latin |
|-----|------|--------------------|-----|------|-------|
| 1   | ا    | Tidak dilambangkan | 16  | ط    | Ṭ     |
| 2   | ب    | B                  | 17  | ظ    | Ẓ     |
| 3   | ت    | T                  | 18  | ع    | '     |
| 4   | ث    | Ṣ                  | 19  | غ    | G     |
| 5   | ج    | J                  | 20  | ف    | F     |
| 6   | ح    | H                  | 21  | ق    | Q     |
| 7   | خ    | Kh                 | 22  | ك    | K     |
| 8   | د    | D                  | 23  | ل    | L     |
| 9   | ذ    | Ẓ                  | 24  | م    | M     |
| 10  | ر    | R                  | 25  | ن    | N     |
| 11  | ز    | Z                  | 26  | و    | W     |
| 12  | س    | S                  | 27  | ه    | H     |
| 13  | ش    | Sy                 | 28  | ء    | '     |
| 14  | ص    | Ṣ                  | 29  | ي    | Y     |
| 15  | ض    | Ḍ                  |     |      |       |



## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin |
|-------|---------------|-------------|
| ◌َ    | <i>Fathah</i> | A           |
| ◌ِ    | <i>Kasrah</i> | I           |
| ◌ُ    | <i>Dammah</i> | U           |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama                  | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌َ ي            | <i>Fathah</i> dan ya  | Ai             |
| ◌ُ و            | <i>Fathah</i> dan wau | Au             |

Contoh:

كيف : *kaifa*  
هول : *haul*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama                                         | Huruf dan Tanda |
|------------------|----------------------------------------------|-----------------|
| أَ / اِي         | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā               |
| إِ / ي           | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>                  | Ī               |
| ؤِ / ي           | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i>                 | Ū               |

Contoh:

قَالَ : qāla  
رَمَى : ramā  
قِيلَ : qīla  
يَقُولُ : yaqūlu

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang

al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضَة الطُّفَال : *raudah al-atfal/raudatul atfal*

المَدِينَة المُنَوَّرَة : *al-madinah al-munawwarah/*

*al-madinatul munawwarah*

طَلْحَة : *talhah*

**Catatan :**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasatanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.  
Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

## ABSTRAK

Nama : Hurriyatun Nissa  
NIM : 190603090  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond Pada PT. Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh  
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag  
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc.Fin

Diera digital yang semakin berkembang, perbankan syariah turut bertransformasi dengan menghadirkan layanan *mobile banking* berbasis aplikasi. Salah satunya bank Syariah Indonesia yang menghadirkan Byond by BSI. Adanya aplikasi tersebut memudahkan banyak masyarakat dalam bertransaksi. Kehadiran platform ini bertujuan untuk menjawab tantangan transformasi digital disektor keuangan sekaligus memperkuat posisi bank syariah dalam era ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital terhadap penggunaan aplikasi byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Untuk jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan perolehan 100 responden. Data diolah menggunakan software SPSS versi 22. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Akan tetapi, variabel kualitas layanan digital yang paling berpengaruh serta mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.431 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Sedangkan variabel persepsi kegunaan memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.288 dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.024.

**Kata kunci:** *Persepsi Kegunaan, Kualitas Layanan Digital, Penggunaan Aplikasi Byond by BSI*

## DAFTAR ISI

|                                                                                                     |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....                                                               | iii  |
| PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....                                                          | iv   |
| PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....                                                           | v    |
| vi                                                                                                  |      |
| FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI<br>KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN<br>AKADEMIK ..... | vi   |
| MOTTO.....                                                                                          | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                                                                                | viii |
| TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....                                                        | xii  |
| ABSTRAK.....                                                                                        | xvi  |
| DAFTAR ISI .....                                                                                    | xvii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                                  | xx   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                                 | xxi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                                                | xxii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                                             | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                                             | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                                                                           | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                                         | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                                        | 9    |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                                                                     | 11   |
| BAB II LANDASAN TEORI.....                                                                          | 13   |
| 2.1 Konsep <i>Mobile Banking</i> .....                                                              | 13   |
| 2.1.1 Definisi dan Sejarah Perkembangan <i>Mobile<br/>Banking</i> .....                             | 13   |
| 2.1.2 Tujuan <i>Mobile banking</i> .....                                                            | 16   |
| 2.1.3 Dampak Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .....                                                 | 19   |
| 2.1.4 Indikator Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .....                                              | 20   |
| 2.2 Persepsi Nasabah .....                                                                          | 20   |
| 2.2.1 Definisi Persepsi Nasabah.....                                                                | 20   |
| 2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....                                                | 24   |
| 2.2.3 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....                                                | 29   |
| 2.2.4 Indikator Persepsi Nasabah .....                                                              | 32   |
| 2.3 Layanan Digital Perbankan.....                                                                  | 38   |
| 2.3.1 Sejarah Singkat Digital Banking .....                                                         | 39   |

|                                                                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.2 Jenis-Jenis Layanan Digital.....                                                                             | 40        |
| 2.3.3 Indikator Kualitas Layanan Digital Banking .....                                                             | 42        |
| 2.4 Penelitian Terdahulu.....                                                                                      | 43        |
| 2.5 Hubungan Antar Variabel.....                                                                                   | 51        |
| 2.5.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap<br>Penggunaan Aplikasi Byond by BSI.....                                 | 51        |
| 2.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap<br>Penggunaan Aplikasi Byond by BSI.....                          | 52        |
| 2.5.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kualitas<br>Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi<br>Byond by BSI..... | 54        |
| 2.6 Kerangka Berpikir .....                                                                                        | 55        |
| 2.7 Hipotesis .....                                                                                                | 56        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                                                                          | <b>58</b> |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                                                                        | 58        |
| 3.2 Lokasi Penelitian .....                                                                                        | 59        |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                                                                                       | 59        |
| 3.3.1 Populasi .....                                                                                               | 59        |
| 3.3.2 Sampel.....                                                                                                  | 59        |
| 3.4 Sumber Data .....                                                                                              | 62        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                  | 62        |
| 3.6 Metode Analisis Deskriptif.....                                                                                | 65        |
| 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....                                                                            | 65        |
| 3.7.1 Uji Validitas .....                                                                                          | 65        |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas.....                                                                                        | 66        |
| 3.8 Definisi dan Operasional Variabel.....                                                                         | 66        |
| 3.8.1 Definisi Variabel .....                                                                                      | 67        |
| 3.8.2 Operasionalisasi Variabel.....                                                                               | 69        |
| 3.9 Metode dan Teknik Analisis Data .....                                                                          | 71        |
| 3.9.1 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                      | 71        |
| 3.9.2 Analisis Regresi Berganda .....                                                                              | 73        |
| 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi.....                                                                               | 73        |
| 3.10 Uji Hipotesis .....                                                                                           | 74        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                | <b>76</b> |
| 4.1 Deskripsi Umum Penelitian.....                                                                                 | 76        |
| 4.1.1 Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia .....                                                                     | 76        |
| 4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia .....                                                               | 76        |

|                                                                                                                                           |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.3 Aplikasi Byond by BSI .....                                                                                                         | 77         |
| 4.2 Karakteristik Responden.....                                                                                                          | 82         |
| 4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                                                                     | 83         |
| 4.2.2 Berdasarkan Usia.....                                                                                                               | 84         |
| 4.2.3 Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal .....                                                                                          | 85         |
| 4.2.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                                                                               | 86         |
| 4.2.5 Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....                                                                                                   | 87         |
| 4.2.6 Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Byond<br>by BSI.....                                                                           | 88         |
| 4.3 Metode Analisis Deskriptif.....                                                                                                       | 88         |
| 4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....                                                                                               | 94         |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                                                                                                                 | 94         |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas.....                                                                                                               | 97         |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                | 98         |
| 4.5.1 Uji Normalitas .....                                                                                                                | 98         |
| 4.5.2 Uji Multikolonieritas .....                                                                                                         | 100        |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                                                                        | 101        |
| 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....                                                                                                | 102        |
| 4.7 Uji Koefisien Determinasi .....                                                                                                       | 104        |
| 4.8 Uji Hipotesis .....                                                                                                                   | 105        |
| 4.8.1 Uji T .....                                                                                                                         | 105        |
| 4.8.2 Uji F.....                                                                                                                          | 107        |
| 4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                                                                      | 108        |
| 4.9.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan ( $X_1$ ) Terhadap<br>Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y) .....                                         | 108        |
| 4.9.2 Pengaruh Kualitas Layanan Digital ( $X_2$ )<br>Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI<br>(Y) .....                               | 112        |
| 4.9.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kualitas<br>Layanan Digital Berpengaruh Secara Simultan<br>Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI | 115        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                                                                | <b>118</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                                                       | 118        |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                           | 119        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                               | <b>122</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                     | <b>129</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                                                 | 48  |
| Tabel 3.1 Skor Pernyataan.....                                                                      | 63  |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....                                                            | 41  |
| Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                           | 50  |
| Tabel 4.2 Berdasarkan Usia.....                                                                     | 51  |
| Tabel 4.3 Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal .....                                                | 52  |
| Tabel 4.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                                     | 52  |
| Tabel 4.5 Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....                                                         | 87  |
| Tabel 4.6 Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi<br>Byond by BSI.....                                 | 88  |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Persepsi<br>Kegunaan (X1).....                | 89  |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Kualitas<br>Layanan Digital (X2) .....        | 91  |
| Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Terhadap Variabel<br>Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y) ..... | 93  |
| Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan (X1).....                                       | 95  |
| Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Digital (X2).....                                | 96  |
| Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Penggunaan Aplikasi Byond by<br>BSI (Y) .....                     | 96  |
| Tabel 4.13 Uji Reabilitas .....                                                                     | 60  |
| Tabel 4.14 Uji Normalitas .....                                                                     | 61  |
| Tabel 4.15 Uji Multikolonieritas .....                                                              | 62  |
| Tabel 4.16 Uji Analisis Regresi Berganda .....                                                      | 102 |
| Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi .....                                                          | 104 |
| Tabel 4.18 Uji T.....                                                                               | 105 |
| Tabel 4.19 Uji F.....                                                                               | 107 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....      | 56  |
| Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas ..... | 101 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....               | 81  |
| Lampiran 2 Tabulasi Data .....                      | 85  |
| Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ..... | 90  |
| Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....                   | 95  |
| Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda.....    | 151 |
| Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup .....               | 152 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar pada pola hidup masyarakat. Digitalisasi kini menjadi kebutuhan primer, bukan lagi alternatif, dalam menunjang berbagai aktivitas mulai dari sosial, pendidikan, ekonomi, sampai layanan publik. Adanya internet, telepon pintar, serta sistem pembayaran berbasis elektronik telah melahirkan tatanan baru yang memungkinkan setiap orang beraktivitas tanpa terikat oleh ruang dan waktu. Tahun 2000 merupakan puncak kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi menjadi trend kehidupan setiap individu, dalam segala aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi dan layanan perbankan. Kegiatan yang dipermudah mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan sampai pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini. Perubahan aktivitas masyarakat mulai mempengaruhi proses transaksi yang dilakukannya, masyarakat tidak bergantung lagi kepada uang kertas tetapi sudah menggunakan uang digital. Masyarakat tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu, mereka bisa melakukan transaksi secara elektronik dimana saja dan kapan saja. *E-money* memegang peranan penting, gaji diberikan secara digital, belanja dan transaksi juga dengan sarana digital bahkan aktivitas kegiatan transaksi juga dialihkan secara digital karena lebih cepat, efektif dan efisien

(Danuri, 2019: 116). Dampak dari fenomena tersebut terlihat jelas pada sektor keuangan, di mana masyarakat mulai mengurangi ketergantungan terhadap uang fisik dan beralih ke metode pembayaran digital seperti dompet elektronik, QRIS, hingga layanan *mobile banking*.

Pola konsumsi masyarakat mulai banyak bergeser ke non-tunai, yaitu dengan menggunakan instrumen pembayaran digital. Salah satu instrument pembayaran digital yang banyak digunakan masyarakat dalam melakukan transaksi ialah *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi komunikasi dan internet yang semakin cepat dan terjangkau. Dengan memanfaatkan *smartphone* dan jaringan internet, nasabah dapat menggunakan layanan perbankan tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara fisik. Hal ini tentunya memberikan kenyamanan dan efisiensi waktu bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka. Sejak tahun 2021 hingga tahun 2024, transaksi non tunai menggunakan *mobile banking* terus berkembang secara pesat. Fenomena tersebut didukung oleh besarnya volume transaksi *mobile banking* di Indonesia (Silalahi, 2022:2).

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia hingga awal tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa, yang setara dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi Indonesia. Dimana hal tersebut didominasi oleh generasi muda atau Gen Z (kelahiran 1997–2012) menyumbang 34,40% dari total pengguna,

diikuti oleh generasi milenial (kelahiran 1981–1996) sebesar 30,62%. Besarnya angka ini menjadi peluang strategis bagi perkembangan layanan keuangan digital, termasuk *mobile banking*.

*Mobile banking* yang disediakan oleh BSI dinamakan Byond by BSI. Menurut Huda dan Nasution (2021), inovasi yang sudah disebut diatas tidak hanya menunjukkan kesiapan BSI dalam menghadapi era digital, tetapi juga mencerminkan komitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan pasar. Lebih dari sekadar alat transaksi, Byond by BSI juga berfungsi sebagai media penguatan hubungan antara bank dan nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta daya saing BSI di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan syariah di Indonesia. Byond by BSI memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi finansial, serta layanan islami untuk nasabah. Seperti pembayaran zakat, mengecek waktu shalat, dan masih banyak lagi. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antri ke kantor cabang perbankan atau mesin atm, untuk melakukan berbagai transaksi. Byond by BSI selain memberikan kemudahan kepada nasabah dalam hal transaksi Byond juga dapat membuat antrian nasabah dalam melakukan transaksi akan menjadi lebih efisien dan nasabah akan dapat melakukan transaksinya secara mandiri. Byond by BSI akan menjadi salah satu aplikasi perbankan terlengkap dan terpraktis untuk memenuhi semua kebutuhan finansial, sosial dan spritual nasabah (Masrohatin et al., 2025).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Bank Syariah Indonesia Region 1 Aceh, jumlah pengguna aplikasi Byond by BSI di wilayah Aceh pada Januari 2025 mencapai 408.911 orang. Angka tersebut menunjukkan adanya pergeseran perilaku nasabah dari layanan konvensional ke layanan digital, khususnya *mobile banking*. Namun, meskipun jumlah pengguna telah mencapai ratusan ribu, adopsi aplikasi Byond by BSI masih menghadapi tantangan terkait pemanfaatan fitur yang belum optimal di kalangan nasabah. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dengan tingkat pemanfaatan yang dirasakan bermanfaat oleh pengguna. Aplikasi Byond by BSI banyak digunakan oleh masyarakat dari segala kalangan, sehingga timbul lah berbagai persepsi nasabah dari penggunaan tersebut (Koran Independen, 2025).

Dalam konteks tersebut, penelitian ini mengangkat dua faktor utama yang dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI, yaitu persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital. Faktor yang pertama yaitu persepsi kegunaan yang merupakan salah satu dari persepsi yang ada didalam teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini adalah model yang merupakan salah satu teori paling berpengaruh dalam menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi informasi. Model ini menekankan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, yakni persepsi kegunaan (*perceived*



*usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua faktor ini dianggap sebagai penentu awal dalam membentuk sikap dan niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi baru. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Harries dan Tri dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking*” menjelaskan bahwa ada dua variabel yang berperan penting dalam mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*, yakni persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan (Zuliani et. al, 2021).

Peneliti hanya memilih meneliti aspek kegunaan dikarenakan ketika pengguna aplikasi memilih untuk menggunakan sebuah aplikasi, maka yang terlebih dahulu dilihat adalah kegunaan dari aplikasi tersebut. Baru setelah itu melihat aspek kemudahan dalam menggunakannya. Karena, ketika pengguna tidak mengetahui kegunaan aplikasi tersebut maka kemungkinan besar pengguna tidak peduli seberapa mudah aplikasi tersebut dapat digunakan. Persepsi kegunaan dalam konteks teknologi, merujuk pada keyakinan individu di mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja atau mencapai tujuan mereka. Faktor ini sangat penting dalam menentukan apakah individu akan menerima teknologi, karena mereka harus percaya bahwa teknologi tersebut akan bermanfaat bagi mereka (Putra dan Sari, 2020).

Penelitian mengenai persepsi kegunaan terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI sudah pernah diteliti, salah satunya oleh Naura Syifa Salsabila mengenai Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan berulang Byond by BSI yang mana dalam penelitiannya mengatakan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan berulang Byond by BSI pada nasabah di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Luhrita Mega Azzahra dengan judul “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*” dengan temuan yang didapatkan bahwa persepsi kegunaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan mobile banking (Azzahra, 2023).

Faktor yang kedua adalah kualitas layanan digital, yaitu layanan atau kegiatan yang diberikan oleh pihak perbankan dengan menggunakan sarana elektronik digital milik bank, atau melalui media digital milik calon nasabah atau nasabah bank, dengan memberikan kepuasan bagi pengguna aplikasi perbankan (OJK, 2018). Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin berpengaruh terhadap peningkatan pengguna aplikasi Byond by BSI.

Penelitian mengenai kualitas layanan juga sudah pernah diteliti oleh Pasupati et. al (2025) dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kuantitatif pada BPD Bali"

yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat berarti terhadap loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi mutu layanan yang diberikan oleh bank, maka secara langsung akan meningkatkan tingkat kesetiaan nasabah terhadap institusi tersebut. Koefisien positif yang diperoleh juga memperkuat pemahaman bahwa peningkatan kualitas layanan akan berdampak positif dan signifikan pada loyalitas, sehingga bank perlu terus berupaya meningkatkan aspek-aspek pelayanan agar mampu mempertahankan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya.

Aplikasi Byond by BSI sudah terupdate dan terlengkap hingga saat ini menjadi salah satu aplikasi perbankan syariah terlengkap di Indonesia. Beberapa fitur yang telah ditingkatkan dan ditambahkan antara lain: fitur transaksi finansial lengkap seperti transfer, tarik tunai tanpa kartu, pembayaran tagihan, pembelian, dan QRIS; fitur lifestyle seperti pemesanan tiket, hotel, dan e-commerce; serta fitur islami unggulan seperti jadwal shalat, arah kiblat, pembayaran zakat, infaq, sedekah, wakaf, kurban, dan BSI Griya. Selain itu Byond juga telah terintegrasi dengan ekosistem halal, marketplace syariah, dan dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis serta tampilan antarmuka yang lebih modern dan user friendly. Meskipun demikian, dalam praktiknya penggunaan aplikasi Byond by BSI di lapangan masih menghadapi beberapa kendala. Pertama, belum semua fitur dalam aplikasi dirasakan bermanfaat dan digunakan secara optimal oleh nasabah. Kedua,

kualitas layanan digital Byond masih mengalami keterbatasan, seperti sistem yang kurang adaptif, kecepatan aplikasi yang terkadang lambat pada jam sibuk, serta personalisasi layanan yang belum maksimal. Ketiga, masih terdapat nasabah yang mengalami kendala dalam memahami navigasi dan manfaat dari fitur-fitur baru yang terus diperbarui. Kondisi inilah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh.

Berdasarkan pemaparan diatas, dan kesimpulan penelitian terdahulu serta fakta yang diperoleh, maka peneliti ingin memahami lebih lanjut dengan begitu peneliti mengangkat judul **”Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond Pada PT. Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan dari penjelasan diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh?

2. Apakah Kualitas Layanan Digital berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Byond pada PT Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh?
3. Apakah Persepsi Kegunaan dan Kualitas Layanan Digital secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Aplikasi Byond pada PT Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari beberapa uraian yang hendak dicapai pada penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan digital terhadap penggunaan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Harapan peneliti pada penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1) Manfaat secara teoritis, yaitu:

- a) Memberikan pemikiran atau referensi bagi mahasiswa yang ingin meneliti penelitian yang sejalan atau berhubungan dengan penelitian ini.
- b) Memberikan ilmu bagi orang awam yang belum mengetahui teori-teori yang bersangkutan dengan *Byond by BSI* yang di paparkan dalam penelitian ini

2) Manfaat secara praktis, yaitu:

- a) Bagi Bank, dengan adanya penelitian ini dapat membantu bank dan penyedia layanan *mobile banking* untuk dapat meningkatkan pelayanan, kepuasan nasabah dengan memahami kebutuhan dan preferensi nasabah. Di sisi lain, bank dapat mengembangkan strategi serta memahami resiko dan meningkatkan keamanan yang dihadapi.
- b) Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini masyarakat dapat lebih mudah memahami penggunaan aplikasi *mobile banking*. Selain daripada itu, masyarakat dapat menyampaikan aspirasi terhadap layanan yang dihadapi.
- c) Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini dapat membantu peneliti memahami perkembangan teknologi dalam bidang keuangan dan implikasinya pada masyarakat

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Berikut peneliti memberikan uraian sistematika penulisan agar pembaca dapat lebih mudah memahami isi dari penelitian ini, diantaranya :

BAB 1 : Pendahuluan, pada bab ini peneliti menjelaskan latar belakang masalah yang berisi permasalahan yang akan diteliti, selanjutnya rumusan masalah yang menjelaskan topik permasalahan yang akan diteliti, lalu tujuan yang hendak dicapai dari permasalahan yang diteliti, manfaat penelitian yang menjelaskan kegunaan dari penyelesaian masalah dan yang terakhir sistematika penulisan yang memaparkan alur penelitian.

BAB II : Landasan teori, pada bab ini peneliti menjelaskan teori-teori yang mendukung penelitian seperti definisi, indikator pengukuran pada penelitian, kemudian beberapa penelitian yang berkaitan serta kerangka pemikiran serta hipotesis yang menjelaskan keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

BAB III : Metodologi Penelitian, pada bab ini peneliti menjelaskan metode penelitian yang digunakan, berkenaan dengan bagaimana serta cara apa yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian. Metode penelitian kuantitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Dengan menentukan populasi dan sampel, metode penentuan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian, dan metode pengumpulan data, serta metode analisis data.



BAB IV : Hasil penelitian, pada bab ini peneliti menjelaskan uraian laporan hasil yang diperoleh dari penelitian. Segala macam data yang diperoleh seperti deskripsi objek penelitian, identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : Penutup, pada bab ini peneliti menjelaskan kesimpulan serta saran yang diperoleh dari penelitian.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Konsep *Mobile Banking***

##### **2.1.1 Definisi dan Sejarah Perkembangan *Mobile Banking***

Sejarah internet banking sebenarnya dimulai di tahun 1980-an, serta pengenalan *e-banking* serta *mobile banking* diprakarsai oleh beberapa bank di Indonesia. Proses ini dipicu setelah beberapa perusahaan mulai menerapkan konsep belanja online atau belanja melalui internet. lalu beberapa Bank mulai membentuk dan menyebarkan data fasilitas database online. di Oktober 1994, Amerika mulai memperkenalkan layanan perbankan berbasis internet pertama yang dikembangkan oleh *Stanford Federal Credit Union* artinya forum yang berkecimpung di bidang keuangan. tapi hal tersebut juga memunculkan pro dan kontra asal uang elektronik. di Indonesia sendiri *E-Banking* pertama kali mulai diperkenalkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) di September 1998 (Nst et al., 2023)

Kegiatan perbankan tidak lagi dilakukan dengan cara mendatangi outlet bank atau dikatakan secara manual dikarenakan adanya layanan *mobile banking*, yang dapat dilakukan melalui *handphone*, dengan hadirnya *mobile banking* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Perbankan juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan media elektronik modern dan dapat lebih produktif dalam menggunakan *handphone*, baik itu kegiatan berbentuk bisnis atau pun transaksi.

Transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain dapat dilakukan melalui layanan *mobile banking*. Bank dapat mendapatkan kepuasan dari nasabah karena mampu memberi layanan secara digital. Dengan *e-banking*, nasabah bank tidak perlu lagi membuang waktu menunggu di cabang bank atau ATM. Untuk menggunakan fitur *e-banking*, nasabah harus memiliki rekening tabungan atau giro, antara lain *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Phone Banking*, dan *SMS Banking*.

Menurut Nurastuti, istilah *mobile banking* merujuk pada layanan perbankan yang diakses lewat perangkat komunikasi bergerak seperti ponsel dengan fitur yang hampir setara dengan ATM kecuali untuk penarikan uang tunai. Mallat et.al menyatakan bahwa *mobile banking* memungkinkan nasabah menjalankan transaksi perbankan melalui perangkat seluler. Saat ini hampir seluruh bank di Indonesia sudah menyediakan layanan ini, baik dalam bentuk SIM Toolkit yang dikenal sebagai menu layanan data, maupun SMS biasa atau *SMS banking*.

Beberapa fitur *mobile banking* yang banyak digunakan nasabah diantaranya berupa layanan informasi saldo (mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang atau ATM terdekat), layanan transfer antar bank tanpa perlu ke ATM, layanan pembayaran pajak, premi BPJS, atau asuransi lainnya, layanan pembayaran tagihan (berupa listrik, PDAM, paket internet, dan lain-lain) serta layanan pembelian dan top up saldo *e wallet* (OVO, Gopay, ShopeePay, dan masih banyak lagi lainnya).

*Mobile banking* menawarkan dengan mudah apabila dibandingkan dengan *SMS Banking*. Fitur-fitur tersebut dinikmati melalui *m-banking* yaitu seperti pembayaran pada kartu kredit, melayani transfer antar bank, pembelian melalui uang digital yaitu Qris dan *top up* dompet digital seperti shopee pay, dana, dan lain-lain. Kemudahan *m-banking* membuat nasabah lebih menyukai menggunakan *m-banking* dibanding kartu atm. Seperti diketahui sekarang ini menarik tunai dapat dilakukan tanpa menggunakan kartu atm, hanya cukup dengan *mobile banking* dari *smartphone*. Begitu juga setor tunai yang dapat dilakukan melalui mesin atm tanpa harus pergi ke bank secara langsung (Saputri et al., 2023).

Menurut Tampubolon et al. (2015: 14), nasabah harus terlebih dahulu mendaftar *mobile banking* dan mendapatkan *password* dari bank. Nasabah dapat menggunakan menu kartu SIM atau aplikasi perbankan di *smartphone* mereka untuk mengakses fitur-fitur *mobile banking*. Jika nasabah menggunakan *mobile banking* melalui menu kartu SIM, maka nasabah dapat memilih menu sesuai dengan kebutuhannya dan akan diminta untuk memasukkan PIN *sms banking* saat menyelesaikan transaksi, sedangkan jika nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di seluler, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi terlebih dahulu di perangkat seluler. Untuk menggunakan aplikasi, nasabah harus terlebih dahulu memberikan kata sandi untuk masuk, setelah itu mereka dapat memilih dari

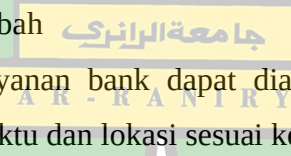
daftar transaksi potensial dan diminta untuk memasukkan PIN (Rahmadaini, 2024).

Berikut ini adalah cara aktivasi *BSI mobile* yang diakses dari website *BSI mobile*:

- 1) Bagi nasabah baru, bisa menggunakan nomor HP yang terdaftar di *BSI Mobile*.
- 2) Aktivasi melalui Bank Syariah Indonesia Call 14040.
- 3) Aktivasi langsung setelah berhasil buka rekening online.
- 4) Aktivasi melalui kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat.
- 5) Aktivasi melalui chatbot Aisyah atau via *WhatsApp Business* Bank Syariah Indonesia di nomor 0815 8411 4040.

### 2.1.2 Tujuan *Mobile banking*

Adapun tujuan *Mobile banking* menurut Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu:

1. Bagi Nasabah 
  - a. Layanan bank dapat diakses nasabah tanpa batas waktu dan lokasi sesuai kebutuhan.
  - b. Setiap transaksi penarikan dari rekening akan langsung terpantau oleh nasabah.
  - c. Nasabah diberi kemudahan untuk bertransaksi melalui jaringan internet.
  - d. Pengguna mobile banking membuat proses transaksi lebih efisien dari segi waktu dan biaya

## 2. Bagi Bank

- a. Dapat menghemat biaya untuk nasabah.
- b. Dapat menghemat biaya pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan mendirikan outlet ATM.
- c. Meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan.
- d. Strategi yang kompetitif untuk memberikan Value added kepada nasabah (Rahmadaini, 2024).

Adapun peraturan-peraturan terkait *Mobile Banking* sebagai berikut:

- 1) Peraturan OJK No 12/POJK.03/2018  
Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. Bank dapat menyelenggarakan layanan perbankan elektronik atau layanan perbankan digital. Aturan ini dibuat untuk mendukung perbankan dalam menyelenggarakan layanan melalui elektronik.
- 2) Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 18/40/PBI/2016  
Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (PTP). Aturan ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrument, penyelenggara, mekanisme maupun Infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

### 3) Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 19/12/PBI/2017

Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Aturan yang dibuat Bank Indonesia ini bertujuan untuk menjaga kestabilan sistem keuangan di Indonesia dan dapat menjadi pendukung dalam terciptanya stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, serta sistem pembayaran yang efisien, aman, lancar, dan andal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan dan inklusif dengan menerapkan prinsip perlindungan konsumen serta manajemen risiko dan kehati-hatian. Hampir semua Bank di Indonesia menawarkan fasilitas Mobile Banking, baik dalam bentuk SIM Toolkit (Menu Layanan Data) atau SMS sederhana (SMS Manual), yang biasa disebut dengan SMS Banking. SMS Banking adalah fitur yang disediakan oleh Bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, seperti cek saldo, perubahan akun, dan lain-lain. Keuntungan dari penggunaan *Mobile Banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna ponsel dengan GSM, dengan adanya jangkauan sinyal GSM yang luas, *mobile banking* dapat memanjakan nasabahnya (Putra, 2023).

Manfaat *mobile banking* antara lain :

1. Memberikan layanan keuangan yang lebih cepat, praktis, dan efisien.
2. Mendukung Inklusi Keuangan



### 3. Mempercepat Perputaran Ekonomi

#### 2.1.3 Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Adapun dampak positif dan negatif dari penggunaan *mobile banking*, yaitu:

##### a. Dampak Positif

Nasabah akan lebih mudah dalam bertransaksi. Dikarenakan cara penggunaannya melalui *smartphone*. Sehingga pengguna lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankan, baik itu batas ruang, waktu serta dapat menghemat biaya.

##### b. Dampak Negatif

Sedangkan dampak negatif yang dimiliki adalah berisiko tinggi akan penipuan yang mengancam sistem keamanan akun *mobile banking* lalu dibutuhkan jaringan internet yang kuat agar tidak terjadi gangguan pada saat melakukan transaksi, kemudian harus adanya *smartphone* canggih untuk mengaksesnya.

Menurut buku *Bijak Ber-Electronic Banking* ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya penyalahgunaan *mobile banking*, antara lain :

- 1) Merahasiakan PIN dan tidak menyimpan pada ponsel
- 2) Menggunakan PIN yang tidak mudah ditebak
- 3) Mengganti PIN secara berkala
- 4) Senantiasa memperhatikan notifikasi-email dari bank

#### **2.1.4 Indikator Penggunaan *Mobile Banking***

Dalam penelitiannya Parasuraman (2020) menyebutkan indikator penggunaan aplikasi mobile banking diantaranya :

1. Menarik untuk digunakan
2. Banyak jenis transaksinya
3. Aman dan terpercaya

### **2.2 Persepsi Nasabah**

#### **2.2.1 Definisi Persepsi Nasabah**

Secara bahasa, istilah persepsi berasal dari bahasa Latin "perceptio" yang artinya pemahaman atau penangkapan. Dalam konteks umum, persepsi mengacu pada metode menangkap, memahami, dan menafsirkan informasi atau dorongan yang diterima lewat pancaindra. Jadi, persepsi secara bahasa adalah kapasitas dari seseorang untuk memahami sesuatu berdasarkan dari informasi yang didapat melalui pengamatan ataupun melalui pengalaman. Didalam bukunya Setiadi (2003) menjelaskan persepsi adalah proses yang terjadi akibat hadirnya sensasi, istilah sensasi menjadi penyebab dari suatu keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat diartikan sebagai respon cepat dari indra penerima terhadap perangsang dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, maka akan menimbulkan pemahaman yang disebut persepsi.

Rahmat (1990) mendefinisikan pengertian persepsi merupakan pengalaman tentang objek yang diterima atau hal-hal yang diperoleh dengan meringkas informasi dan menjelaskan

pesan. Kesamaan pendapat terlihat dari makna meringkas informasi dan menjelaskan pesan yang berkorelasi dengan proses dalam memberi arti. Brian Fellow mengartikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menganalisis dan menerima informasi. Sedangkan Zeithaml et al. (1990) menyatakan bahwa persepsi layanan adalah pandangan, pemahaman, atau penilaian seseorang terhadap kualitas suatu layanan berdasarkan pengalaman, ekspektasi, dan interaksi dengan yang menyediakan layanan tersebut. Persepsi ini mencakup beberapa aspek, yaitu seperti kualitas pelayanan, kecepatan, keramahan, kepuasan, dan ketepatan dalam mencukupi kebutuhan pelanggan. Persepsi layanan dapat berbeda-beda antara individu tergantung pada harapan awal dan pengalaman yang dilakukan selama proses layanan. Dalam penelitiannya Dewi (2022: 5) menjelaskan persepsi layanan *mobile banking* adalah pandangan, penilaian, atau interpretasi nasabah terhadap manfaat dan kualitas layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank melalui aplikasi mobile. Persepsi ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman nasabah, kemudahan dalam menggunakan aplikasinya, kecepatan dalam bertransaksi, keamanan, ketersediaan fitur, serta keandalan layanan yang disediakan.

#### 2.2.1.1 Macam-macam Persepsi

Menurut Sunaryo (2016) Persepsi terbagi atas dua macam yaitu:

1. *External Perception* dapat diartikan sebagai bentuk persepsi yang muncul akibat adanya stimulus dari luar individu. Unsur-unsur yang mempengaruhinya terdiri atas kuat atau lemahnya stimulus, gerakan, hal baru, serta pengulangan.
2. *Self Perception* merupakan persepsi yang terbentuk sebagai akibat dari rangsangan internal yang berasal dari dalam diri individu. Objek yang dipersepsikan dalam hal ini adalah diri individu itu sendiri. Komponen penyusun *Self Perception* terdiri atas faktor biologis dan faktor sosio-psikologis.  
Menurut Sobur (2003) dalam bukunya menjelaskan proses persepsi ada tiga komponen yang utama, yaitu:
  - a) Seleksi  
Seleksi adalah proses saat indera seseorang menerima rangsangan atau stimulus dari luar. Jumlah dan jenis rangsangan yang masuk bisa sedikit, bisa juga banyak, tergantung kondisinya.
  - b) Interpretasi  
Interpretasi adalah proses menyusun dan mengolah informasi yang masuk agar dapat dipahami artinya.
  - c) Pembulatan  
Pembulatan merupakan tahap terakhir berupa menarik kesimpulan dan memberi tanggapan terhadap informasi yang telah diproses.

Teori dan komponen persepsi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengamatan dan penginderaan terhadap proses berfikir yang dapat mewujudkan suatu kenyataan yang diinginkan oleh seseorang terhadap suatu obyek yang diamati sangat mempengaruhi pembentukan persepsi.

#### 2.2.1.2 Macam-macam Persepsi Nasabah

Menurut Slameto yang dijelaskan oleh Asra Yurita et al pada karya ilmiahnya, terdapat dua dari bentuk persepsi ada yang bersifat positif dan bersifat negatif.

1. Persepsi positif mengacu pada cara orang menilai sesuatu dan menerima pandangan tersebut dari cara orang melihat kepribadian baik dan sesuai dengan kepribadiannya.
2. Persepsi negatif mengacu pada cara orang menilai sesuatu seperti penolakan dan tidak sesuai dengan kepribadiannya.

#### 2.2.1.3 Proses Timbulnya Persepsi

Dalam penelitiannya Iriani (2019) menjelaskan bahwa bahwa proses terbentuknya persepsi terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Proses fisis, objek disekitar memancarkan rangsangan, lalu rangsangan tersebut mengenai indera seperti mata, telinga, atau kulit.
2. Proses fisiologis, rangsangan yang ditangkap indera kemudian diteruskan oleh saraf sensorik menuju otak untuk diproses lebih lanjut.

3. Proses psikologi, didalam otak terjadi pengolahan informasi, sehingga seseorang sadar dan mengerti apa yang ditangkap indera sebagai hasil dari rangsangan.

Proses pembentukan persepsi mempunyai 4 tahap yaitu :

- 1) Tahap fisik atau alami, panca indera yang dimiliki seseorang menerima rangsangan dari luar.
- 2) Tahap fisiologis, rangsangan yang ditelaah diterima indera lalu dikirim melalui saraf menuju otak.
- 3) Tahap psikologis, didalam otak terjadi proses pengolahan, sehingga terbentuklah kesadaran tentang rangsangan yang telah diterima indera.
- 4) Tahap hasil, tahap ini berupa adanya respon dan tindakan sebagai akibat dari proses persepsi yang terjadi (Arifin et al., 2017: 91).

## **2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Walgito, ada tiga faktor-faktor yang berperan dalam persepsi yaitu :

- 1) Objek yang dipersepsi menimbulkan dorongan yang mengenai alat indera atau reseptor. Rangsangan ini dapat berasal dari luar persepsi individu, dan bisa juga berasal dari dalam individu yang terlibat langsung mengenai saraf penerima yang berkerja sebagai alat pemicu respon.
- 2) Adanya alat indera atau alat pemicu respon, merupakan alat untuk menerima rangsangan.

- 3) Perhatian, adalah tahap awal yang mempersiapkan dan memberikan persepsi. Tanpa perhatian, persepsi tidak akan pernah terjadi.

Tiga faktor tersebut membuat persepsi individu berbeda antara satu sama lain dan akan berpengaruh terhadap individu di dalam mempersepsikan suatu objek, dan rangsangan, meskipun objek tersebut benar-benar sama (Akbar, 2015).

Menurut Krech dan Crutch Field sebagaimana dikutip oleh Jalaludin (2010) ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

1. Kebutuhan merupakan dorongan dari dalam diri seseorang agar bertindak, contohnya keinginan, tuntutan hidup dan cita-cita yang ingin dicapai.
2. Kesiapan mental, merupakan kemampuan seseorang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dengan tujuan agar memiliki hubungan baik dengan sesama.
3. Suasana emosional, merupakan kondisi perasaan yang terjadi terus-menerus, misalnya dengan timbulnya perasaan-perasaan seperti senang atau sebaliknya.

Dalam jurnalnya Kurniati (2019) menyebutkan persepsi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu, faktor internal dan faktor eksternal.



## 1) Faktor Internal

Faktor internal ini ialah faktor-faktor yang terkandung dalam diri individu yang dapat mempengaruhi persepsi, yang meliputi beberapa hal yaitu:

### a) Fisiologis

Infomasi datang melalui alat indera, selanjutnya informasi yang ditangkap akan mempengaruhi dan memberikan arti bagi lingkungan. Setiap orang memiliki kapasitas indera yang berbeda-beda sehingga pemahaman terhadap lingkungan juga akan berbeda.

### b) Perhatian

Perhatian, individu membutuhkan sejumlah besar energi untuk focus pada kemampuan fisik dan mental yang ada dalam situasi tertentu atau pada suatu objek.

### c) Minat

Minat, suatu objek mempersepsikan tergantung pada sebagian besar energy atau kewaspadaan sensori dimana kecenderungan seseorang untuk memperhatikan jenis tertentu dari stimulus atau rangsangan.

## 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor diluar individu yang dapat mempengaruhi persepsi pada karakteristik dari

lingkungan dan objek terkait. Elemen itu bisa mengubah cara pandang seseorang tentang dunia dan pengaruh sekitarnya bagaimana seseorang merasakan atau menerimannya. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi antara lain: ukuran dan penempatan objek atau stimulus (rangsangan), warna objek, keunikan dan kontras stimulus (rangsangan), intensitas dan kenyaringan stimulus (rangsangan) serta gerak atau gerakan (Walgito, 2010).

Berdasarkan pengertian persepsi diatas, kita dapat mengetahui definisi persepsi kemudian macam-macam persepsi, proses timbulnya persepsi serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi. Selanjutnya pembahasan mengenai definisi nasabah.

Nasabah menurut undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan. Dalam pasal 1 ayat 6 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank (Kasmir, 2013). Nasabah adalah Konsumen-konsumen sebagai penyedia dana (Saladin & Yupitri, 2017). Seseorang yang melakukan pembelian dan memanfaatkan produk atau layanan yang disediakan perusahaan disebut nasabah (Tjiptono & Wiryaningtyas, 2016). Nasabah adalah pihak, baik perorangan maupun badan usaha yang memiliki deposito, rekening giro, atau tabungan jenis lainnya pada sebuah bank (Komaruddin & Wiryaningtyas, 2016). Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah individu atau suatu badan usaha

yang memiliki rekening simpanan atau kredit, serta melakukan aktivitas transaksi yang berkaitan dengan simpanan atau kredit di suatu bank, dengan kalimat sederhananya adalah yang terlibat dengan pihak bank.

Adapun jenis-jenis nasabah terbagi menjadi 2 :

- 1) Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan dengan didasari perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- 2) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip tertentu yang berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan (OJK, 2025).

Adapun selain pengertian dari nasabah terdapat beberapa pembahasan yang berkaitan dengan hak-hak bagi nasabah sebagai berikut:

1. Nasabah bukan hanya berhak mendapatkan informasi mengenai produk perbankan yang ditawarkan namun nasabah juga berhak mengetahui secara jelas tentang informasi produk-produk perbankan
2. Nasabah berhak untuk mendapatkan keuntungan pada produk deposito dan tabungan yang dijanjikan
3. Nasabah memiliki hak untuk menerima layanan yang baik oleh pihak bank salah satunya seperti kartu ATM

4. Nasabah berhak menerima uang rupiah dalam bentuk fisik jika memang diperlukan oleh nasabah dengan syarat tertentu
5. Nasabah berhak atas kompensasi financial karena alasan kehilangan barang atau jasa yang disediakan oleh bank jika barang atau jasa tidak sesuai dengan bentuk kontrak kewajiban bank
6. Nasabah dapat melapor jika terjadi kendala atau masalah apapun yang terlibat dengan bank dan pihak bank wajib memproses laporan tersebut (Nurdin et al., 2020).

### **2.2.3 Technology Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu kerangka teori penting untuk mengkaji cara bagaimana seseorang menerima dan memanfaatkan sistem teknologi informasi. Teori ini cukup berpengaruh dan kerap digunakan sebagai acuan dalam menganalisis sejauh mana seseorang menggunakan teknologi informasi. *Technology Acceptance Model (TAM)* sering digunakan untuk menganalisis hal-hal yang mempengaruhi seseorang dalam menerima dan memakai teknologi, karena teori TAM fokus pada kemudahan pakai dan manfaat yang dirasakan. TAM pertama kali dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 sebagai model penelitian yang bertujuan untuk meneliti dan memahami faktor apa saja yang membuat pengguna menerima teknologi informasi. Model ini memiliki dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan

*perceived ease of use* (persepsi kemudahan), yang dianggap berdampak signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi (Basoeky et al., 2021).

*Technology Acceptance Model* memiliki beberapa kelebihan yaitu :

- a) TAM adalah model yang dapat menjelaskan penyebab-penyebab sistem teknologi informasi gagal diterapkan. Salah satu penyebabnya yaitu pengguna kurang tertarik atau tidak ingin menggunakan teknologi informasi tersebut.
- b) TAM adalah teori yang sudah banyak dikaji oleh para peneliti, sehingga teori ini menjadi teori yang kuat. Karena hal tersebut TAM menjadi teori yang andal dalam kajian teknologi.
- c) TAM memiliki struktur yang sederhana namun memberi hasil yang jelas dan berguna, teori ini dapat membantu peneliti memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kemauan seseorang dalam menggunakan teknologi, dan teori ini memudahkan peneliti dalam mengkaji dan menjelaskan sikap pengguna terhadap teknologi baru.

Model *Techonology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA), yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang muncul karena adanya reaksi atau cara pandang seseorang terhadap sesuatu. Teori TAM memiliki dua persepsi utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pakai pada teknologi informasi, kedua hal tersebut

mempengaruhi pengguna dalam memutuskan untuk menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut. Ketika teknologi dianggap dapat membantu pekerjaan menjadi lebih efisien dan mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menerima teknologi, begitupun sebaliknya. Dengan begitu, tingkat penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh dua indikator penting yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan.

Persepsi kegunaan merupakan besar atau kecilnya keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat memberi keuntungan dan membuat pekerjaan menjadi lebih produktif. Sederhananya, persepsi ini ukuran seberapa besar individu percaya bahwa teknologi yang digunakan dapat menambah nilai atau memberi keuntungan dalam kegiatan sehari-hari. Ketika teknologi terbukti berguna dan mempunyai dampak positif, maka minat serta keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi akan meningkat. Manfaat yang dirasakan pengguna menciptakan kepercayaan bahwa teknologi pantas untuk digunakan. Contoh pada *mobile banking*, nasabah percaya bahwa menggunakan aplikasi *mobile banking* dapat memberikan manfaat, seperti menghemat waktu, mengelola keuangan lebih mudah, dan akses layanan perbankan menjadi lebih cepat.

#### 2.2.4 Indikator Persepsi Nasabah

Terdapat 5 (lima) persepsi nasabah diantaranya yaitu:

1) Persepsi Kemudahan

Atarwaman (2022) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat dioperasikan tanpa hambatan teknis yang signifikan, yang mana keyakinan tersebut mempengaruhi perilaku pengguna. Dengan demikian semakin mudah sistem tersebut dioperasikan, maka semakin tinggi juga frekuensi penggunaannya (Ramadhani, Ekanova, & Putri, 2022).

2) Persepsi Kegunaan

Menurut Atarwaman (2022) persepsi kegunaan merupakan pandangan individu yang mana penerapan sistem tertentu dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja, sejalan dengan itu Gita dan Juliarsa (2021) menyatakan bahwa persepsi kegunaan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa teknologi informasi mampu memberikan nilai tambah dalam melaksanakan tugas serta meningkatkan kualitas hasil dari suatu pekerjaan (Pratama, Saleh, Zahra, & Afdhalia, 2019).

3) Persepsi Kepercayaan

Dalam teori Lau dan Lee dalam Tirtana dan Sari yang dikutip Atarwaman (2022), kepercayaan dipahami sebagai kesediaan seseorang untuk bersandar pada pihak lain



meskipun mengandung unsur resiko. Persepsi kepercayaan timbul dari harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan yang diharapkan tanpa membutuhkan pengendalian secara langsung (Fitriyani, 2021).

#### 4) Persepsi Risiko

Prakosa dan Sumantika (2019) mengemukakan bahwa persepsi risiko adalah kemungkinan munculnya dampak yang tidak diinginkan dan berupaya untuk menghindari saat penggunaan produk atau layanan. Menurut Atarwaman (2022) transaksi online memiliki risiko tinggi, karena adanya keterbatasan interaksi secara langsung serta adanya ketidakpastian mengenai ketepatan waktu prosesnya transaksi oleh pihak lembaga keuangan.

#### 5) Persepsi Keamanan

Keamanan sangat penting dalam penggunaan sistem teknologi informasi. Menurut Gita dan Juliarsa (2021) persepsi keamanan merupakan suatu langkah pencegahan agar suatu informasi-informasi penting tidak bocor ke pihak yang tidak diinginkan yang akan merugikan pihak lembaga atau pihak konsumen.

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) memang berdasarkan kelima persepsi diatas, akan tetapi yang paling berpengaruh dan ditinjau pada penelitian ini adalah persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai bentuk pengukuran akan pemakaian suatu teknologi informasi yang

diyakini dapat memberikan kemanfaatan bagi penggunanya. Menurut Priambodo & Prabawani (2016) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai rasa percaya akan adanya manfaat, sehingga menimbulkan rasa percaya pada pengguna teknologi atau sistem akan meningkatnya performa atau kinerja mereka akan penggunaan suatu teknologi. Sementara menurut Asja et al., (2021) menyatakan persepsi kegunaan merupakan keyakinan seseorang dalam mengambil keputusan, dimana apabila suatu sistem teknologi memberikan kontribusi positif atau sistem teknologi memiliki kegunaan maka individu sebagai pengguna akan mengadopsi sistem tersebut.

Menurut Atarwaman (2022) persepsi kegunaan adalah keyakinan seseorang penggunaan suatu sistem tertentu dapat mengoptimalkan kinerja. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gita dan Juliarsa (2021), persepsi kegunaan juga diartikan sebagai pandangan pengguna bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi dapat memberi nilai tambah dalam menjalankan suatu kegiatan dan mampu memperbaiki kualitas hasil kerja (Pratama et al., 2019: 204). Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa apabila pengguna merasa peningkatan produktivitas dengan menggunakan aplikasi *mobile banking*, maka intensi nasabah untuk terus menggunakan aplikasi tersebut akan semakin kuat.

Persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) menggambarkan keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan

suatu sistem mampu mendorong dalam meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat. Konsep ini menggambarkan keuntungan yang didapati pengguna teknologi informasi tersebut. Dalam lingkungan organisasi, persepsi kegunaan dikaitkan dengan peningkatan hasil kerja, baik itu dirasakan secara langsung maupun tidak langsung, yang pada akhirnya mampu memberikan nilai tambah, baik dalam bentuk material maupun non-material. Keputusan konsumen dalam memilih fitur layanan dan produk yang akan digunakan dalam penggunaan layanan perbankan digital dipengaruhi besar oleh manfaat atau kegunaan yang didapati atau dirasakan oleh nasabah. Ketika pihak bank mampu menyediakan layanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta harapan penggunanya, hal tersebut akan menjadi titik pencapaian tertinggi bagi pihak bank. Oleh karena itu, nasabah cenderung memilih layanan yang tidak sekedar mudah diakses, namun juga memiliki keunggulan lainnya berupa kemudahan transaksi dan penghematan waktu saat bertransaksi yang mana kemudahan tersebut selaras dengan kebutuhan pengguna. Adapun variabel kegunaan (*perceived usefulness*) terbagi atas beberapa dimensi yaitu :

1) Produktivitas (*Productivity*)

Produktivitas yang dimaksud adalah adanya peningkatan kinerja usaha yang dilakukan dari penggunaan sistem baru ke penggunaan sistem lama, hal tersebut dapat kita simpulkan perbandingan kinerja. Hal ini mencerminkan

sejauh mana penerapan sistem baru dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.

2) Efektivitas (*effectiveness*)

Merupakan kondisi yang mana mengalami perbaikan dalam efisiensi pekerjaan para pekerja setelah beralih dari sistem lama ke sistem baru. Peningkatan kinerja ini dapat dilihat dari berbagai sisi, seperti penghematan waktu, minimnya kesalahan, dan peningkatan kualitas hasil yang diperoleh. Dengan adanya perubahan menuju lebih positif dalam kinerja para pekerja dapat mendorong peningkatan produktivitas dan efektivitas dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan.

3) Pentingnya bagi tugas (*importance to job*)

Dengan adanya pembagian tugas maka lebih memaksimalkan kelancaran sistem yang digunakan oleh konsumen. Ketika pengguna merasakan keuntungan dan manfaat saat menggunakan sistem tersebut dan merasa sistem tersebut penting atau dibutuhkan bagi kelancaran operasional dan kesuksesan suatu usaha, maka disitulah pihak perusahaan mendapatkan keuntungan bisa berupa bertambahnya konsumen atau terciptanya loyalitas konsumen dalam menggunakan sistem tersebut.

4) Kebermanfaatan secara keseluruhan (*overall usefulness*)

Sistem ini bukan hanya memberi manfaat jangka pendek namun juga membantu kerja menjadi lebih efisien,

produktif, dan kualitas operasionalnya terjaga dalam jangka panjang. Aplikasi Byond by BSI memiliki fitur yang beragam dan praktis yang dapat digunakan langsung. Seperti ketersediaan layanan selama 24 jam, tampilan simple dan mudah dimengerti, transaksi menjadi lebih cepat, adanya fitur pengingat waktu salat, serta kemampuan untuk bertransaksi tanpa memerlukan kartu fisik. Dapat dikatakan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut secara konsisten.

Indikator dalam persepsi kegunaan adalah :

- a) Menjadikan pekerjaan lebih cepat  
Pengguna merasa bahwa sistem yang digunakan dapat membantu menuntaskan tugas lebih cepat daripada menggunakan metode manual atau metode lama.
- b) Bermanfaat  
Pengguna merasakan keuntungan dalam menggunakan teknologi tersebut, baik dari sisi kemudahan, kenyamanan, hingga hasil yang diperoleh.
- c) Menambah produktivitas  
Teknologi atau sistem yang digunakan memudahkan pengguna dalam meningkatkan hasil kerja dalam

kurun waktu yang sama, sehingga lebih banyak tugas yang dapat disiapkan.

d) Meningkatkan efektivitas

Teknologi tersebut membantu pengguna mencapai tujuannya dengan cara yang lebih optimal, yang mana dapat mengurangi kesalahan, serta meningkatkan kualitas hasil kerja (Fred D. Davis, 1989).

### **2.3 Layanan Digital Perbankan**

Layanan digital perbankan adalah layanan perbankan yang dilakukan secara mandiri melalui sarana elektronik milik bank ataupun melalui perangkat digital milik nasabah atau calon nasabah. Dengan layanan ini nasabah dapat mengakses informasi, dapat berkomunikasi, lalu mendaftar, membuka rekening dan menutup rekening, atau transaksi perbankan lainnya. Nasabah juga dapat menerima informasi lainnya dan melakukan transaksi diluar perbankan seperti investasi, jual beli e-commerce, dan kebutuhan lainnya. Salah satu bank yang menyediakan layanan digital perbankan adalah Bank Syariah Indonesia (OJK, 2025).

Bank Syariah Indonesia (BSI) berasal dari gabungan tiga bank Syariah ternama milik pemerintah, yakni dari BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah. Banyak masyarakat yang optimis BSI akan membawa dampak luar biasa pada perbankan syariah di Indonesia yang berdominan beragama Islam. Banyak pelaku ekonomi di Indonesia yang memberikan pendapat positif

untuk layanan digital pada BSI. Layanan digital yang diperoleh pada BSI juga sama seperti lembaga keuangan pada umumnya yang berupa aplikasi *mobile banking* dan *Byond by BSI* (BSI, 2025).

### 2.3.1 Sejarah Singkat Digital Banking

Munculnya krisis ekonomi dunia menjadi salah satu pemicu lahirnya babak baru pada industri jasa keuangan. Penyebab utamanya adalah sistem perbankan konvensional yang masih berada pada tingkat ketidakefisienan yang tinggi. Disisi lain, hadirnya berbagai inovasi keuangan mempercepat peralihan masyarakat yang menuju ke teknologi seluler serta penggunaan uang digital. Dampaknya adalah keunggulan kompetitif bank ritel konvensional menurun, sehingga mereka harus menyesuaikan model usaha dengan era digital.

Konsep *digital banking* sebenarnya sudah ada sejak tahun 1980-an di Amerika Serikat, namun bentuknya masih sangat sederhana dan berbeda dengan kondisi sekarang. Titik awal pengenalan digital banking secara luas terjadi pada tahun 1994, ketika *Stanford Credit Union* meluncurkan layanan perbankan berbasis website. Lewat layanan itu, kurang lebih 100 ribu orang sudah dapat mengecek rekeningnya secara daring. Setelah itu adanya peningkatan yang cepat, data tahun 2001 mencatat pengguna digital banking di AS telah menembus angka 20 juta. Perkembangan serupa juga terjadi di Indonesia. Bank Internasional Indonesia tercatat sebagai bank pertama yang menerapkan layanan



ini pada tahun 1998. Lalu BCA mengambil langkah lebih besar dengan mengoperasikan *e-banking* secara luas sejak 2001. Pergeseran dari penggunaan komputer ke smartphone mulai terasa sejak 2007 bersamaan dengan kemunculan iPhone. Berdasarkan data statistik, jumlah pengguna *digital banking* di Amerika Serikat sudah mencapai 54 juta pada tahun 2009 (Kompas.com, 2025).

Menurut Zeithaml (2014) ada beberapa tujuan kualitas layanan adalah:

- a. Untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang disediakan.
- b. Untuk mencegah terjadinya tuntutan-tuntutan berupa kebutuhan dari konsumen.
- c. Untuk meningkatkan rasa percaya dan kepuasan pada nasabah.
- d. untuk memastikan konsumen merasa seluruh kebutuhannya terpenuhi (Rahmadaini, 2024).

### **2.3.2 Jenis-Jenis Layanan Digital**

Menurut informasi resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan perbankan digital memiliki beberapa bentuk. Istilah *e-banking* umum dipakai untuk menggantikan sebutan dari digital banking, fungsinya memudahkan nasabah bertransaksi keuangan lewat berbagai saluran distribusi. Beberapa layanan yang termasuk di dalamnya adalah sebagai berikut :

### 1) *Internet banking*

Melalui internet banking, nasabah BSI dapat menjalankan transaksi finansial maupun non-finansial menggunakan komputer atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet bank. Layanan ini menjadi salah satu platform *e-banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara daring dengan perangkat seperti komputer, PC, maupun PDA/smartphone. Keunggulan utama platform ini terletak pada fitur riwayat transaksi yang dapat dilihat, disimpan, serta dicetak sebagai bukti. Selain praktis, internet banking juga mudah dimengerti pengguna karena menu yang tersedia dapat diakses tanpa perlu keahlian khusus.

### 2) *Phone banking*

Nasabah dapat menghubungi contact center bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui telepon. Bank telah menyediakan tenaga staf khusus yang akan melakukan transaksi nasabah atau program otomatis seperti interaksi pihak bank dengan nasabah hal tersebut tentu terkait transaksi nasabah. Jenis-jenis transaksi phone banking berupa: transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembelian pulsa dan lain-lain.

### 3) *SMS banking*

Layanan transaksi perbankan yang diakses nasabah melalui ponsel dengan menggunakan format *Short Message Service*

(sms). Untuk menggunakannya nasabah cukup mengirimkan pesan singkat ke nomor resmi bank atau menggunakan aplikasi khusus yang diinstal bank pada perangkat seluler nasabah.

4) *Mobile banking*

*Mobile banking* adalah layanan yang tidak terbatas pada infrastruktur konvensional seperti, cabang fisik, ATM, distributor, dan lainnya dengan menggunakan perangkat seluler portabel. *Mobile banking* juga dapat diakses melalui ponsel sama halnya dengan SMS banking, hanya saja *mobile banking* lebih canggih.

5) *Automated Teller Machine (ATM)*

Ini adalah saluran digital banking yang sangat familiar bagi nasabah. Manfaat ATM adalah, dapat melakukan transaksi perbankan tunai maupun non tunai tanpa harus datang ke kantor cabang dan dapat melakukan transaksi perbankan tanpa batasan waktu dan tempat, karena layanan ATM online 24 jam kapan saja nasabah dapat menggunakannya (Jannah, 2015).

### 2.3.3 Indikator Kualitas Layanan Digital Banking

Menurut Tatik Suryani dan May Sumiati, indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan *electronic banking* meliputi:

- 1) Efisiensi (*Efficiency*), adalah kemampuan bank dalam menyediakan website yang mudah diakses, memiliki

struktur yang tertata baik, serta menyajikan informasi utama yang dibutuhkan nasabah.

- 2) Pemenuhan janji (*Fulfillment*), adalah kesediaan bank untuk merealisasikan pesanan dan menyampaikan informasi sesuai janji yang diberikan kepada nasabah.
- 3) Kesediaan sistem beroperasi (*System availability*), adalah kemampuan bank dalam menjaga fungsi teknis website agar dapat beroperasi dengan baik dan tanpa gangguan.
- 4) Privasi (*Privacy*), adalah tingkat kemampuan bank dalam menciptakan rasa percaya bagi nasabah agar tidak ada keraguan pada nasabah.
- 5) Jaminan/kepercayaan (*Assurance/trust*), adalah kemampuan bank beserta karyawannya dalam memberikan pelayanan yang dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap bank.
- 6) Keartistikan laman (*Site aesthetics*), adalah kemampuan bank untuk menciptakan tampilan website yang menarik dan indah melalui pelayanan yang diberikan.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* memang sudah banyak diteliti sebelumnya, baik dari segi manfaat, kemudahan serta implementasi *mobil banking* di masyarakat. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut :

Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Moh Zaky Fakhrezy, yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Aplikasi Byond by BSI dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Nasabah Bank BSI Kota Malang)”* menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Serta hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menjadi perantara di hubungan kedua variabel atas loyalitas. Fakta ini mengungkap bahwa tingkatan kualitas layanan digital serta kemudahan akses aplikasi bisa mendorong kepuasan nasabah, sehingga memperkuat loyalitas mereka. Adapun persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan persepsi kualitas layanan digital, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

Penelitian berikutnya oleh Putri Ramadhani (2025) yang berjudul *“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Digital Terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Kabupaten Pinrang”* menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Serta hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan mobile banking; (2) persepsi kemudahan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan; dan (3) literasi digital turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

penggunaan mobile banking. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi signifikan dalam memengaruhi minat penggunaan mobile banking di Kabupaten Pinrang. Adapun persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan persepsi kegunaan, serta perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

Kemudian penelitian yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kuantitatif pada BPD Bali”* diteliti oleh Bayu Pasupati, Putu Indah Hapsari dan Made Setena (2025) dengan metode kuantitatif deskriptif dan bantuan program SPSS memperoleh hasil uji F secara bersama-sama kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 44,789 dan nilai signifikansi 0,000. untuk variabel kualitas layanan, dengan nilai  $t_{hitung}$  mencapai 5,513 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Angka signifikansi yang jauh di bawah batas 0,05 ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat berarti terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, variabel kemudahan penggunaan aplikasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,425, yang mana lebih besar dibandingkan dengan koefisien pada kualitas layanan. Nilai  $t$  hitung pada variabel ini juga cukup tinggi, yaitu 6,198, serta tingkat signifikansi yang mencapai 0,000, yang berarti pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan sangat signifikan. Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel



kualitas layanan digital, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

Menurut Nafisah Rizki Ramadhani (2025) berjudul *“Pengaruh Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond by BSI Sebagai Media Pembayaran Uang Kuliah Tunggal (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto).* Menjelaskan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat, keamanan, dan kemudahan secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memanfaatkan aplikasi BYOND by BSI untuk melakukan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT). Hal tersebut diperkuat dengan hasil pengujian menggunakan analisis ANOVA, di mana nilai F hitung tercatat sebesar 242,910, jauh melampaui F tabel yang bernilai 2,39. Selain itu, tingkat signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang berada di bawah 0,05. Adapun persamaan yang terletak pada penelitian ini yaitu pada variabel dependen yaitu penggunaan aplikasi Byond by BSI sedangkan perbedaan terletak pada variabel independennya serta objek yang diteliti.

Menurut Jefri Wandu, Syamsul Bachri dan Benyamin Parubak (2020) dalam penelitiannya yang berjudul *“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan Mobile Banking”* menjelaskan bahwa penelitian tersebut menggunakan pendekatan



kuantitatif serta hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi keuntungan dan persepsi keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persepsi keuntungan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persepsi keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan variabel persepsi kegunaan serta perbedaannya terletak pada objek dari penelitian tersebut.

Selanjutnya penelitian lain yang berjudul *“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking”* yang diteliti oleh Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) menjelaskan metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Objek penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan mobile banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan positif berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking dan persepsi kegunaan positif berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Persamaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada

persepsi kegunaan terhadap mobile banking sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan kedalam tabel dibawah ini :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Penelitian dan Peneliti                                                                                                                                                           | Metode & Variabel                                                                                                                                                                                                                                                  | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Pengaruh Kualitas Layanan Digital Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Aplikasi Byond By Bsi Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Moh Zaky Fakhrezy, 2026) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode : kuantitatif</li> <li>• Independen : kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan</li> <li>• Dependen : loyalitas nasabah pengguna aplikasi byond by bsi dengan kepuasan sebagai variabel mediasi</li> </ul> | Hasil studi mengungkap kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menjadi perantara di hubungan kedua variabel atas loyalitas                                                                                                                                                                   |
| 2. | Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Digital Terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Kabupaten Pinrang (Putri Ramadhani, 2025)                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode : kuantitatif</li> <li>• Independen : persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan literasi digital</li> <li>• Dependen : minat penggunaan layanan mobile banking</li> </ul>                                         | hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan mobile banking; (2) persepsi kemudahan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan; dan (3) literasi digital turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Secara simultan, ketiga variabel |

|    |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                         | tersebut memberikan kontribusi signifikan dalam memengaruhi minat penggunaan mobile banking di Kabupaten Pinrang                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 3. | Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kuantitatif pada BPD Bali (Bayu Pasupati, Putu Indah Hapsari, Made Setena, 2025)                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode : kuantitatif</li> <li>• Independen : kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan aplikasi</li> <li>• Dependen : loyalitas Nasabah</li> </ul>                                                                     | Hasil penelitian yang diperoleh adalah Uji F secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara parsial variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat berarti terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, variabel kemudahan penggunaan aplikasi pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan juga sangat signifikan.                                                 |
| 4. | Pengaruh Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond by BSI Sebagai Media Pembayaran Uang Kuliah Tunggal (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto). (Nafisah Rizki | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode : kuantitatif,</li> <li>• Independen : pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan</li> <li>• Dependen : keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI sebagai media pembayaran uang kuliah tunggal</li> </ul> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat, keamanan, dan kemudahan secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memanfaatkan aplikasi BYOND by BSI untuk melakukan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT). Hal tersebut diperkuat dengan hasil pengujian menggunakan analisis ANOVA, di mana nilai F hitung tercatat sebesar 242,910, jauh melampaui F tabel yang bernilai |

|    |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Ramadhani, 2025)                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                               | 2,39. Selain itu, tingkat signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang berada di bawah 0,05.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 5. | Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan Mobile Banking (Jefri Wandu, Syamsul Bachri dan Benyamin Parubak, 2020) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode : kuantitatif</li> <li>• Independen : persepsi kegunaan, persepsi keuntungan, persepsi keamanan</li> <li>• Dependen : minat nasabah BNI menggunakan mobile banking</li> </ul> | Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi keuntungan dan persepsi keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persepsi keuntungan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. Persepsi keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan mobile banking pada BNI cabang Palu. |

|    |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. | Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara, 2018) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode : kuantitatif</li> <li>• Independen : persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan</li> <li>• Dependen : penggunaan mobile banking</li> </ul> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan positif berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking dan persepsi kegunaan positif berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Sumber: Data diolah, 2025*

## 2.5 Hubungan Antar Variabel

### 2.5.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

Persepsi kegunaan merupakan keyakinan individu mengenai sejauh mana penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas kerja serta memberikan manfaat yang nyata bagi penggunanya. Ketika seseorang meyakini bahwa pemanfaatan teknologi tersebut dapat memberikan keuntungan, maka individu tersebut akan cenderung lebih sering menggunakan teknologi tersebut (Purba & Siregar, 2022).

Persepsi kegunaan yakni salah satu aspek dari model yang terdapat pada teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Persepsi kegunaan ini memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menggunakan aplikasi Byond by BSI. Nasabah akan menggunakan aplikasi Byond by BSI ketika pengguna merasa bahwa aplikasi Byond by BSI memberikan manfaat yang mana manfaat tersebut memenuhi kebutuhan nasabah dalam kegiatan sehari-hari. Keyakinan nasabah terhadap manfaat

suatu fitur digital, seperti kemudahan akses, efisiensi, dan keamanan, menjadi faktor pendorong utama. `

Penelitian serupa oleh Ramadhani (2025) juga mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking*. Dari penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan yang positif, yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kegunaan *mobile banking*, maka semakin tinggi pula minatnya untuk menggunakannya. Dalam penelitiannya juga Fadlan dan Dewantara (2018) menjelaskan semakin dirasakan kegunaan atau manfaat dari penggunaan *mobile banking* maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan konsep dari Davis (1989) yang mengkonsepkan bahwa persepsi kegunaan diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat sehingga persepsi kegunaan yang dirasakan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh pada penggunaan *mobile banking*.

### **2.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI**

Layanan digital perbankan merupakan layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, atau melalui media digital milik calon nasabah atau nasabah bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini



memungkinkan calon nasabah atau nasabah bank untuk mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank. Salah satu layanan digital perbankan juga terdapat pada Bank Syariah Indonesia (OJK, 2025). Dalam meningkatkan penggunaan aplikasi Byond by BSI, kualitas layanan digital menjadi poin utama yang sangat penting dalam meningkatnya minat pengguna. Dengan demikian terciptalah loyalitas nasabah yang menjadi tujuan setiap perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fakhrezy (2026) menjelaskan bahwa kualitas layanan digital menunjukkan pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dikarenakan bahwa tingkatan kualitas layanan digital serta kemudahan akses aplikasi bias mendorong kepuasan nasabah, sehingga memperkuat loyalitas mereka. Pada penelitian lainnya Basupati et al (2025) menjelaskan kualitas layanan dalam digital banking meliputi keandalan sistem, responsivitas terhadap keluhan, serta kemampuan menyediakan layanan yang cepat dan aman dimana semakin berkualitas layanan tersebut maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.



### **2.5.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI**

Persepsi layanan *mobile banking* adalah pandangan, penilaian, atau interpretasi nasabah terhadap manfaat dan kualitas layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank melalui aplikasi *mobile*. Persepsi ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman nasabah, kemudahan dalam menggunakan aplikasinya, kecepatan dalam bertransaksi, keamanan, ketersediaan fitur, serta keandalan layanan yang disediakan (Dewi, 2022: 5). Manfaat mengacu pada sejauh mana nasabah merasa bahwa menggunakan layanan perbankan memberikan keuntungan atau nilai tambah bagi mereka, seperti kemudahan dalam bertransaksi, efisiensi waktu, atau aksesibilitas layanan yang lebih cepat dan mudah. Jika pelanggan merasa bahwa layanan tersebut dapat meningkatkan kualitas hidup atau mempermudah pengelolaan keuangan mereka, maka mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya.

Dalam meningkatkan penggunaan aplikasi Byond by BSI, persepsi kegunaan sangatlah penting. Karena persepsi positif dapat membuat suatu aplikasi dapat berkembang. Oleh karena itu, pihak bank terus melakukan pembaruan sistem guna memberi kepuasan kepada nasabah. Begitu pula halnya kualitas layanan digital. Semakin bagus kualitas layanan digital yang diberikan oleh bank kepada nasabah maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI (Davis, 1989). Karena persepsi positif dapat membuat suatu aplikasi dapat berkembang

dan digunakan secara berkelanjutan (Zuliani et al., 2021). Penelitian Salsabila (2024) juga membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang Byond by BSI.

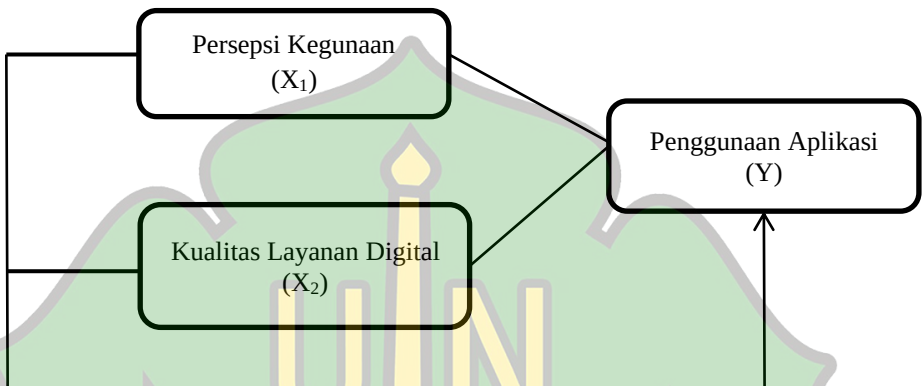
Oleh karena itu, pihak bank terus melakukan pembaruan sistem guna memberi kepuasan kepada nasabah. Begitu pula halnya kualitas layanan digital. Kualitas layanan digital merupakan evaluasi nasabah terhadap penyampaian layanan elektronik yang mencakup efisiensi, keandalan, dan pemenuhan kebutuhan nasabah (OJK, 2018). Semakin bagus kualitas layanan digital yang diberikan oleh bank kepada nasabah maka semakin meningkat pula loyalitas dan penggunaan nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI (Pasupati et al., 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian Fakhrezy (2026) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan digital serta kemudahan akses aplikasi dapat mendorong kepuasan nasabah, sehingga memperkuat loyalitas mereka. Pada konteks Byond by BSI, kelengkapan fitur finansial, lifestyle, dan islami yang terus di-update juga menjadi faktor yang membuat nasabah merasa aplikasi tersebut berguna (Masrohatin et al., 2025).

## 2.6 Kerangka Berpikir

Untuk mengetahui permasalahan yang dibahas, maka tersusunlah sebuah kerangka pemikiran dalam penelitian ini dengan variabel bebas (*independent variable*) adalah persepsi kegunaan ( $X_1$ ), kualitas layanan digital ( $X_2$ ), variabel terikat (*dependent*

variable) adalah penggunaan aplikasi Byond (Y). Adapun kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Data diolah, 2025

## 2.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015) hipotesis merupakan dugaan awal atau bisa dikatakan jawaban awal dari rumusan masalah penelitian dan belum dibuktikan oleh penelitian. Adapun hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

$H_{a1}$  : Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh

$H_{a2}$  : Kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh

$H_{a3}$  : Persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap

penggunaan aplikasi Byond pada nasabah PT. Bank Syariah  
Indonesia di Kota Banda Aceh



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Yusuf (2014) penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu sebuah pendekatan yang menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kejadian langsung dan sifat populasi tertentu dan bisa juga mencoba menggambarkan suatu fenomena secara detail. Metode deskriptif mengacu pada suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan, mengklarifikasi, menganalisa serta menginterpretasikan data yang ada hubungannya dengan masalah lalu membandingkan dengan keadaan yang sebenarnya terjadi kemudian mengambil kesimpulan. Kemudian jenis penelitian disebutkan penelitian kuantitatif, karena ilmu yang digunakan pada penelitian merupakan pengetahuan dengan menggunakan data yang berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22 dijadikan metode penelitian untuk mengetahui keterkaitan serta pengaruh variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital sebagai variabel bebas (X), dan penggunaan aplikasi Byond by BSI sebagai variabel terikat (Y).

## **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang menjadi tempat penelitian ini adalah seluruh nasabah di Banda Aceh. Peneliti memilih lokasi di Banda Aceh, karena peneliti ingin memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital terhadap penggunaan aplikasi Byond yang ada di lingkungan tersebut. Dan yang menjadi sasaran penelitian adalah nasabah pengguna aplikasi Byond di Kota Banda Aceh.

## **3.3 Populasi dan Sampel**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi yakni kumpulan objek atau bisa jadi suatu kejadian yang memiliki jumlah dan karakteristik khusus untuk dijadikan sebagai target penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Menurut Priadana dan Sunarsi (2021), populasi merupakan titik fokus pada penelitian yang mencakup seluruh subjek. Dalam studi ini, populasi yang dipilih adalah nasabah yang menggunakan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh.

### **3.3.2 Sampel**

Menurut Priadana & Sunarsi (2021) sampel didefinisikan sebagai poin terkecil populasi dari keseluruhan populasi yang dimiliki. Fungsi sampel sebagai penjelas keterbatasan populasi yang memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Dengan memilih sampel yang sesuai dengan karakteristiknya, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian tersebut pada

keseluruhan populasi. Sedangkan menurut Sekaran & Bougie (2017) sampel adalah beberapa elemen atau individu yang dipilih dari populasi yang dapat mewakili subjek penelitian dari popuasi sebagai representasi. Pada penelitian ini pemilihan sampel yang dilakukan terdiri dari:

1. Nasabah berusia  $\geq 18$  tahun
2. Nasabah yang berlokasi di Kota Banda Aceh
3. Nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI

Proses pengambilan sampel yakni dengan menggunakan Rumus Lemeshow dikarenakan perhitungan pengguna aplikasi Byond yang tidak dapat diperhitungkan (Riyanto & Hatmawan, 2020). Mendefinisikan rumus Lemeshow sebagai penentuan ukuran sampel ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Di sisi lain peneliti memilih menggunakan rumus ini dikarenakan ukuran populasi yang menjadi sasaran terlalu besar, jumlahnya tidak konsisten dan berubah-ubah. Dengan demikian cara untuk mengetahui hitungan ukuran sampel dengan Rumus Lemeshow dalam penelitian ini dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel yang diperlukan/jumlah responden

$Z$  = tingkat kepercayaan 95% = 1,96

$P$  = maksimal estimasi = 0,5

$d$  = *margin of error* = 0,10



Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel yang akan digunakan dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2) \times 0,5 \times (1-0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

**$n = 96,04$**  dibulatkan menjadi 100

Hasil dari perhitungan dengan rumus Lemeshow memperoleh hasil 96.04, artinya diperlukan 96,04 sampel untuk penelitian ini. Akan tetapi, untuk membantu peneliti dalam proses penelitian, jumlah sampel tersebut dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian penelitian ini membutuhkan 100 responden.

Kemudian teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Teknik ini dipilih karena tidak semua nasabah PT. Bank Syariah Indonesia menggunakan aplikasi Byond by BSI, sehingga diperlukan responden yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi tersebut agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.

### 3.4 Sumber Data

Adapun sumber data yang diterapkan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Dalam bukunya Bungin (2006) menyebutkan bahwa :

1. Data primer merupakan data perolehan secara langsung dengan sumber yang pertama ditemui pada sasaran penelitian, yakni diperoleh dari sumber-sumber primer atau sumber asli yang menyampaikan informasi maupun data penelitian. Adapun data primer yang diperoleh oleh peneliti dengan melakukan penelitian langsung pada PT. Bank Syariah Indonesia
2. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber kedua atau yang sudah ada sebelumnya (tidak langsung), seperti buku, jurnal, ataupun media lainnya yang dapat digunakan sebagai pendukung penelitian.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Kuesioner

Metode kuesioner tertutup menjadi metode yang menjadi pilihan peneliti dalam mengumpulkan data, yang dibagikan kepada responden secara daring dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa daftar pertanyaan yang telah dirancang sebagai

sumber informasi untuk disampaikan kepada responden (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian ini menerapkan kuesioner tertutup karena daftar pertanyaan yang telah tersedia dengan beberapa pilihan jawaban, oleh karena itu responden hanya memilih satu jawaban yang dianggap paling sesuai dari alternatif yang telah tersedia. Kuesioner tertutup memungkinkan pengumpulan data yang objektif, pengolahan data yang efisien, dan mengoptimalkan kepercayaan dari responden. Kemudian skala Likert sering peneliti pilih sebagai alat penelitian untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok mengenai suatu kejadian (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Dalam penelitian ini, pengukuran setiap variabel menggunakan kuesioner yang telah dirancang berdasarkan indikator masing-masing variabel yang terdiri atas persepsi kegunaan ( $X_1$ ) lalu kualitas layanan digital ( $X_2$ ) dan penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia sebagai variabel ( $Y$ ) yang menjadi variabel terikat, dengan metode ini peneliti dapat menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Dalam menetapkan skor dari setiap pertanyaan dan jawaban masing-masing variabel menggunakan skala likert berupa:

**Tabel 3.1**  
**Skor Pernyataan**

| Pernyataan                | Skor Likert |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5           |
| Setuju (S)                | 4           |
| Kurang Setuju (KS)        | 3           |
| Tidak Setuju (TS)         | 2           |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1           |

Sumber : Sugiyono (2015: 136)

Dalam penelitian ini terdapat kuesioner yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yang mana masing-masing memiliki beberapa pertanyaan atau pernyataan yang dibuat berbentuk pilihan yang jawabannya sudah tersedia di dalam kuesioner.

**b. Dokumentasi**

Dalam penelitian ini, studi dokumentasi dilakukan melalui studi literatur dengan menelaah berbagai sumber seperti bacaan dari buku, jurnal, artikel, dan sumber online yang berkaitan dengan penelitian ini seperti definisi dan indikator persepsi kegunaan, kualitas layanan digital, dan penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia. Dokumentasi yang dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi informasi tentang perkembangan pada Bank Syariah Indonesia yang diteliti.

### 3.6 Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memperoleh informasi berdasarkan tanggapan responden dari masing-masing variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ), kualitas layanan digital ( $X_2$ ) dan penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia ( $Y$ ). Menurut Sugiyono (2017) data yang diperoleh dari jawaban masing-masing indikator yang dijawab oleh responden pada tiap variabel, sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyak kelas}}$$

Standar untuk lima kelas tersebut adalah:

- a) 1,00-1,80 = sangat rendah
- b) 1,81-2,60 = rendah
- c) 2,61-3,40 = cukup
- d) 3,41-4,20 = tinggi
- e) 4,21-5,00 = sangat tinggi

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bogie (2017), uji validitas memiliki fungsi untuk memperkirakan kemampuan suatu alat dapat mengukur variabel atau konsep yang dituju secara akurat. Uji validitas adalah ukuran untuk menilai validitas atau keabsahan instrumen penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Kuesioner dikatakan valid jika dapat mengungkapkan informasi yang akan

diukur melalui pertanyaan yang diajukan. Proses pengolahan data dalam uji validitas dilakukan melalui software SPSS versi 22.

Seluruh indikator dinyatakan valid apabila seluruh daftar pertanyaan memenuhi kriteria uji validitas. Penentuan validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item kuesioner tersebut valid. Sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dikatakan item kuesioner tidak valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Riyanto dan Hatmawan (2020) berpendapat bahwa uji reliabilitas adalah prosedur dalam pengukuran suatu variabel untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian diukur secara konsisten atau stabil. Sedangkan menurut Sahir (2021) reliabilitas berhubungan dengan konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden. Jadi, kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang konsisten atau stabil. Uji ini dilakukan dengan menggunakan statistik *Cronbach's Alpha*. Penentuan reliabilitas dilakukan mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 sebagai batas minimum. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila *Alpha cronbach* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2013: 52).

## 3.8 Definisi dan Operasional Variabel

1. Variabel Independen (X) adalah variabel yang berpengaruh yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2015). Maka dalam

penelitian ini peneliti menggunakan persepsi kegunaan ( $X_1$ ), kualitas layanan digital ( $X_2$ ) sebagai variabel independen.

2. Variabel Dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (independen) (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia sebagai variabel dependen.

### **3.8.1 Definisi Variabel**

Definisi variabel dipahami sebagai definisi yang memberikan makna kepada suatu variabel. Pengertian lainnya yaitu definisi operasional variabel merupakan bagaimana peneliti menemukan lalu mengukur variabel yang efektif atau singkat dan jelas.

#### **1) Persepsi Kegunaan**

Dalam penelitiannya Dewi (2022: 5) menjelaskan persepsi nasabah adalah pandangan, penilaian, atau interpretasi nasabah terhadap manfaat dan kualitas layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank melalui aplikasi *mobile banking*. Pengukuran persepsi nasabah dengan menggunakan teori TAM dari segi persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan adalah bentuk pengukuran akan pemakaian suatu teknologi informasi yang diyakini dapat memberikan kemanfaatan bagi



penggunanya. Menurut Fred D. Davis (1989) indikator persepsi nasabah adalah persepsi kegunaan yaitu meliputi:

- a) Menjadikan pekerjaan lebih cepat
  - b) Bermanfaat.
  - c) Menambah produktivitas
  - d) Meningkatkan efektivitas
- 2) Kualitas Layanan

Kualitas layanan digital menurut Hanna et al, (2019) adalah perbandingan kualitas berupa kualitas setelah pelanggan menerima layanan dengan kualitas yang diinginkan atau diharapkan (*expected quality*) secara digital. Wardhana dikutip (Arifudin, 2021) menjelaskan kualitas layanan digital merupakan isu strategis pada setiap organisasi pemasaran dari bentuk produk yang diproduksi dapat dinilai dengan melihat tingkat kesesuaian dari layanan digital yang diharapkan para nasabah dengan yang diterima nasabah, yang mana kemungkinan dapat menimbulkan dampak positif ataupun sebaliknya (Sondakh., 2015). Menurut Tatik Suryani dan May Sumiati, Indikator Kualitas Layanan Digital yaitu:

- a) Efisiensi (*Efficiency*),
- b) Pemenuhan janji (*Fulfillment*)
- c) Ketersediaan sistem beroperasi (*System availability*)
- d) Privasi (*Privacy*)

- e) Jaminan/kepercayaan (*Assurance/trust*)
- f) Keartistikan laman (*Site aesthetics*)

### 3) Penggunaan Aplikasi Byond

Menurut Riayu dan Susanto (2021) pengguna aplikasi byond adalah konsumen yang menggunakan fasilitas dari aplikasi byond dengan tujuan mempermudah masyarakat melakukan transaksi melalui perangkat telepon yang dapat diakses jika memiliki internet. Menurut Parasuraman (2020) menyebutkan indikator penggunaan aplikasi *mobile banking* diantaranya :

- a) Menarik untuk digunakan
- b) Banyak jenis transaksinya
- c) Aman dan terpercaya

## 3.8.2 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

| No | Variabel                    | Definisi Operasional Variabel                                                                                                                                                                                                                          | Indikator                                                                                                                                                                             | Skala        |
|----|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1  | Persepsi Kegunaan ( $X_1$ ) | Pengukuran persepsi nasabah dengan menggunakan teori TAM dari segi persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan adalah bentuk pengukuran akan pemakaian suatu teknologi informasi yang diyakini dapat memberikan kemanfaatan bagi penggunaanya (Dewi, 2022: 5) | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menjadikan pekerjaan lebih cepat</li> <li>b. Bermanfaat.</li> <li>c. Menambah produktivitas</li> <li>d. Meningkatkan efektivitas</li> </ul> | Likert (1-5) |

|   |                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |              |
|---|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 2 | Kualitas Layanan Digital (X <sub>2</sub> ) | <p>Kualitas layanan digital adalah perbandingan kualitas berupa kualitas setelah pelanggan menerima layanan dengan kualitas yang diinginkan atau diharapkan (<i>expected quality</i>) secara digital. Kualitas layanan digital merupakan isu strategis pada setiap organisasi pemasaran dari bentuk produk yang diproduksi dapat dinilai dengan melihat tingkat kesesuaian dari layanan digital yang diharapkan para nasabah dengan yang diterima nasabah, yang mana kemungkinan dapat menimbulkan dampak positif ataupun sebaliknya. (Sondakh, 2015).</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Efisiensi (<i>Efficiency</i>),</li> <li>b. Pemenuhan janji (<i>Fulfillment</i>)</li> <li>c. Ketersediaan sistem beroperasi (<i>System availability</i>)</li> <li>d. Privasi (<i>Privacy</i>)</li> <li>e. Jaminan/kepercayaan (<i>Assurance/trust</i>)</li> <li>f. Keartistikan laman (<i>Site aesthetics</i>)</li> </ul> | Likert (1-5) |
| 3 | Penggunaan Aplikasi Byond (Y)              | <p>pengguna aplikasi byond adalah konsumen yang menggunakan fasilitas dari aplikasi byond dengan tujuan mempermudah masyarakat melakukan transaksi melalui perangkat telepon yang dapat diakses jika memiliki internet. (Riayu dan Susanto, 2021)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menarik untuk digunakan</li> <li>b. Banyak jenis transaksinya</li> <li>c. Aman dan terpercaya</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 | Likert (1-5) |

### 3.9 Metode dan Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi kondisi data yang digunakan peneliti dalam penelitian. Selanjutnya, uji asumsi klasik ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya penyimpangan pada data yang digunakan pada penelitian. Dalam penelitian ini, model analisis regresi mensyaratkan terpenuhinya beberapa asumsi dasar yang diuji melalui uji asumsi klasik, yang meliputi sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk memilih metode statistika secara tepat dengan menentukan data yang diperoleh mengikuti distribusi normal, (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui *software* SPSS 22.

Untuk menentukan normal tidaknya distribusi data dapat diperhatikan nilai signifikansi perolehan variabel, jika diketahui signifikan lebih besar dari 0,05 atau 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali, (2006: 105) uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi variabel bebas (independen) dalam model regresi. Pengujian ini diharapkan menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antarvariabel independen. Penentuan uji multikolonieritas

yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Artinya apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, hal ini berarti tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Sahir (2021), untuk mengidentifikasi perbedaan dalam varians residual dari observasi individu dalam model regresi harus adanya uji heteroskedastitas yang mana uji heteroskedastisitas merujuk pada ketidakstabilan varians variabel dalam model.

Dalam penelitian ini digunakan uji metode *scatterplot*. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas menggunakan grafik plot yaitu jika nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dasar analisisnya sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang diatur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 maka sumbu Y tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.9.2 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2015) regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengkaji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Metode ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah persepsi kegunaan, kualitas layanan digital. Sedangkan variabel terikat adalah penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia. perlu melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu sebelum melakukan analisis regresi linier Persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Penggunaan Aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_{1,2,3}$  : Koefisien regresi

$X_1$  : Persepsi Kegunaan

$X_2$  : Kualitas Layanan Digital

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau bisa juga disebut Uji  $R^2$  (AdjustR Square) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel

dependen dalam penelitian (Ghozali, 2013: 110). Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Menurut Ghozali (2006) Kemampuan variabel independen yang hanya dapat menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas akan ditunjukkan dengan Adjusted R Square atau nilai  $R^2$  yang kecil. Sedangkan variabel independen hampir semua menyampaikan informasi yang diperlukan dalam memprediksi variasi variabel dependen akan menunjukkan Adjusted R Square atau nilai  $R^2$  yang mendekati satu.

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur persentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen pada garis regresi. Untuk itu, semakin baik hasil untuk model regresi tersebut maka semakin mendekati 1 dan sebaliknya jika semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

- a) 0 = Tidak terjadi korelasi kedua variabelnya
- b) 0 - 0,25 = Korelasi yang terjadi sangat lemah
- c) 0,25 - 0,5 = Korelasi yang terjadi cukup
- d) 0,5 - 0,75 = Korelasi yang terjadi kuat
- e) 0,75 - 0,99 = Korelasi yang terjadi sangat kuat
- f) 1 = Korelasi terjadi sempurna

### 3.10 Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu persepsi kegunaan dan kualitas layanan



digital secara parsial terhadap variabel dependennya yaitu penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia. Penentuan untuk pengujian ini ditentukan dengan melihat nilai  $t_{hitung}$  dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikansi 0,05. Artinya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu penggunaan aplikasi Byond. Selanjutnya jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital.

b. Uji simultan (Uji F)

Menurut Ghozali, (2006: 139) uji F dilakukan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Penentuan untuk uji simultan dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan nilai  $f_{tabel}$ , apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< (0,05 \text{ atau } 5\%)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $> (0,05 \text{ atau } 5\%)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Umum Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah memiliki peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia, telah mengalami peningkatan dan pengembangan secara signifikan. Salah satunya yaitu Bank Syariah Indonesia yang dimiliki oleh Bank BUMN, yang mana BSI tercipta dari merger beberapa bank yang terdiri dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Merger yang dilakukan memberikan layanan yang lebih lengkap, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Penggabungan tersebut mewujudkan bank syariah Indonesia yang menjadi kebanggaan masyarakat dan membangun ekonomi nasional serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat luas.

##### **4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia**

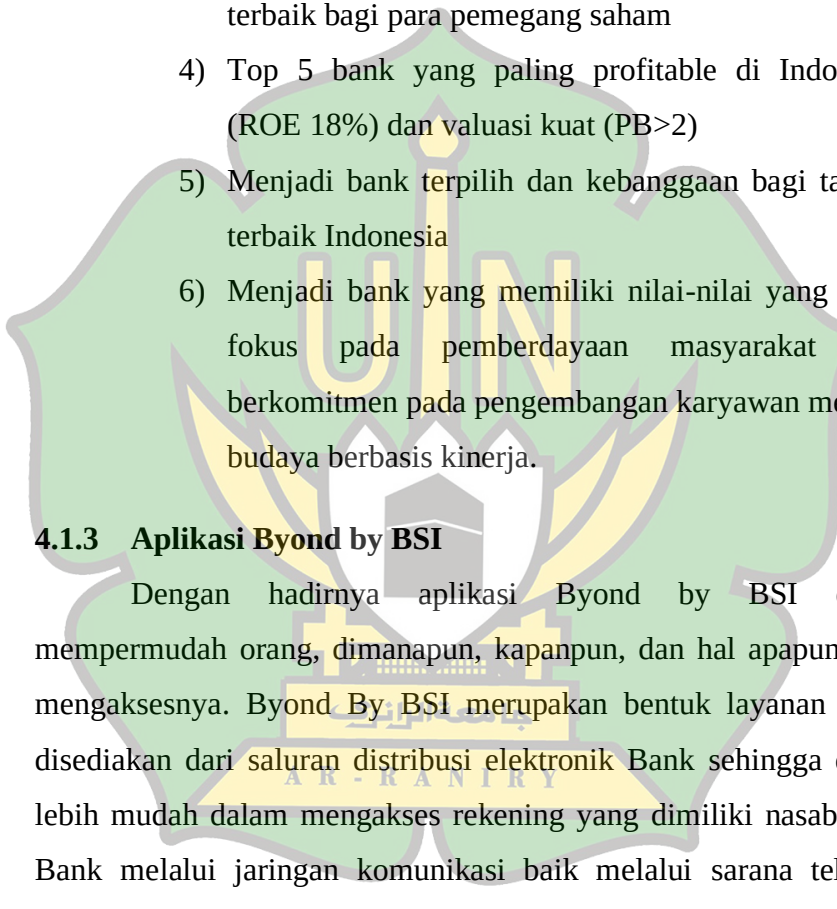
a. Visi

Adapun visi dari Bank Syariah Indonesia yaitu “TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

b. Misi

Sedangkan Misi Bank Syariah Indonesia antara lain:

- 1) Menyediakan akses terhadap berbagai solusi keuangan syariah bagi masyarakat di Indonesia

- 
- 2) Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
  - 3) Menjadi bank besar yang dapat memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
  - 4) Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
  - 5) Menjadi bank terpilih dan kebanggaan bagi talenta terbaik Indonesia
  - 6) Menjadi bank yang memiliki nilai-nilai yang kuat, fokus pada pemberdayaan masyarakat dan berkomitmen pada pengembangan karyawan melalui budaya berbasis kinerja.

#### **4.1.3 Aplikasi Byond by BSI**

Dengan hadirnya aplikasi Byond by BSI dapat mempermudah orang, dimanapun, kapanpun, dan hal apapun bisa mengaksesnya. Byond By BSI merupakan bentuk layanan yang disediakan dari saluran distribusi elektronik Bank sehingga dapat lebih mudah dalam mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi baik melalui sarana telepon seluler atau komputer tablet. Adapun beberapa fitur utama yang terdapat pada Byond by BSI sebagai berikut :

a. Informasi dan Fitur Tambahan.

Terdapat saldo rekening, portfolio, blokir kartu, e-commerce, Layanan Islami, Ziswaf, jadwal shalat, Transfer

Terjadwal, promo produk, sosial media BSI, Kotak Masuk, Lokasi kantor Cabang & ATM, Tentang Aplikasi.

b. Transfer Dana.

Dalam hal ini termasuk transaksi pemindahbukuan antar rekening di BSI maupun pemindahbukuan dari rekening BSI ke rekening bank lain.

c. Pembayaran.

Untuk pembayaran dalam dilakukan dengan berbagai jenis tagihan.

d. Pembelian.

Pembelian pula dapat dilakukan diberbagai jenis transaksi.

e. BSI Call.

Fasilitas BSI call juga dapat langsung terhubung dengan layanan BSI Call 14040.

f. Buka Rekening dan Deposito.

Terdapat pada fitur pembukaan rekening untuk nasabah eksisting dan Pembukaan Deposito.

g. Top Up eWallet.

Fitur transaksi untuk e-wallet berupa informasi saldo, top up saldo dan update saldo eMoney, LinkAja, Layanan Syariah Link Aja, Gopay, Paytren dan OVO.

h. QRIS.

Fitur pendukung untuk bisa melakukan transaksi, salah satunya dapat dilakukan dengan menggunakan kode QR.

i. Penarikan Tunai Tanpa Kartu (*Cardless Withdrawal*).

Layanan ini dapat dilakukan nasabah untuk melakukan transaksi penarikan tanpa menggunakan kartu BSI Debit pada mesin ATM atau pada outlet *merchant* yang telah bekerja sama dengan Bank.

j. Login Aplikasi

Facilitas login aplikasi *Byond By BSI* yang memanfaatkan fitur keamanan yang terdapat pada *smartphone* dimana aplikasi *Byond By BSI* tersebut terinstal. Fitur keamanan tersebut dapat berupa konfirmasi sidik jari, kata sandi, *Face Detection*, *Automatic closed* (apabila aplikasi tidak digunakan dalam waktu 3 menit).

Persyaratan dan Tata Cara Pendaftaran:

A. Nasabah Baru atau Belum Memiliki Rekening di BSI

- 1) Memiliki e-KTP atau di atas 17 Tahun
- 2) Sudah melakukan perekaman wajah di Dukcapil
- 3) No HP belum terdaftar di BYOND
- 4) Memiliki email aktif

Tata cara:

- a) Pilih Produk tabungan
- b) Mengisi data No HP yang terverifikasi OTP
- c) Mengisi email yang terverifikasi OTP
- d) Membuat password akun BYOND
- e) Foto KTP
- f) Mengisi data KTP dan diverifikasi kesesuaian data KTP dengan data Dukcapil

- g) Melengkapi informasi diri
  - h) Melakukan verifikasi wajah
  - i) Melakukan akad
- 5) Verifikasi data sesuai, rekening terbentuk dan membuat PIN transaksi Byond
- 6) Terdapat hasil verifikasi jika tidak sesuai dapat pilihan dapat dilakukan dengan melakukan video call dan jika sudah sesuai maka rekening terbentuk dan membuat PIN Transaksi Byond. Selanjutnya jika hasil verifikasi tidak sesuai dapat langsung datang ke cabang dan jika verifikasi selesai rekening terbentuk di Byond dan membuat PIN Transaksi Byond

B. Nasabah eksisting atau Sudah Memiliki Rekening di BSI

- 1) Pendaftaran dan aktivasi Byond By BSI dapat dilakukan nasabah dengan:
- a. Melalui Byond By BSI
    - 1. Data yang diinput adalah nomor *handphone*, Nomor Induk Kependudukan (NIK), beserta nomor rekening. Ketiga data tersebut harus sesuai dengan data yang tersimpan di BSI
    - 2. Metode verifikasi yang digunakan adalah sebagai berikut:
      - a) Kode OTP;

- b) Nomor Kartu dan *Expirate Date* Kartu Debit ;
  - c) PIN Kartu Debit, dan
  - d) *Face Recognition*
- b. Mendatangi Outlet Bank
- c. Media Bank lainnya yang telah ditetapkan Bank dapat memberikan layanan pendaftaran Byond By BSI kepada nasabah.
- 2) Aktivasi Byond By BSI menggunakan kode OTP yang dikirimkan oleh Bank melalui SMS ke nomor handphone yang terdaftar pada sistem Bank Syariah Indonesia.
- 3) Aktivasi Byond By BSI di Outlet Bank dengan menggunakan Kode Reservasi hanya berlaku apabila nomor handphone nasabah telah terblokir karena 2 (dua) kali percobaan nilai *Face Recognition* adalah  $< 78\%$  (kurang dari tujuh puluh delapan persen) atau  $< 6$  (kurang dari enam). Prosedur verifikasi aktivasi Byond By BSI menggunakan Kode Verifikasi diatur lebih lanjut pada PTO *Electronic Banking (E-Banking)*.
- 4) PIN Byond By BSI
- a) Apabila salah input PIN Byond By BSI, maka nasabah menginput ulang PIN Byond By BSI.



- b) Apabila sampai dengan 2 (dua) kali percobaan PIN Byond By BSI belum sesuai, maka nasabah menginput ulang PIN Byond By BSI atau pilih Lupa PIN.
- c) Apabila sampai dengan 3 (tiga) kali PIN Byond By BSI belum sesuai, maka sistem secara otomatis memblokir nomor handphone nasabah.

Terdapat beberapa keunggulan Byond by BSI, diantaranya yaitu :

- 1) Keunggulan Spiritual  
Byond by BSI juga dilengkapi fitur islami seperti Peningat Shalat, Arah Kiblat, Juz 'Amma, Kalkulator Qurban, Asmaul Husna, dan lainnya.
- 2) Keunggulan Sosial (Berbagi)  
Lebih dari sekadar donasi, BYOND by BSI menawarkan fitur amal, ziswaf, beasiswa acara, dan berbagai inisiatif kemanusiaan.
- 3) Keunggulan Finansial  
Melampaui fitur umum yang ada di aplikasi lain, BYOND by BSI menyediakan berbagai transaksi keuangan, investasi, e-commerce, dan masih banyak lagi.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden pada penelitian ini dibatasi berdasarkan jenis kelamin, usia, kecamatan tempat tinggal, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan serta lama penggunaan aplikasi Byond by BSI. Kemudian data diperoleh dengan teknik *purposive*

*sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua nasabah PT. Bank Syariah Indonesia menggunakan aplikasi Byond by BSI, sehingga diperlukan responden yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi tersebut agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI.

#### 4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin merupakan pengelompokkan jenis kelamin responden, dalam hal ini terbagi menjadi dua yaitu pria dan wanita. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.1 :

**Tabel 4.1**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Pria          | 20     | 20%        |
| Wanita        | 80     | 80%        |
| Total         | 100    | 100%       |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, diketahui dari 100 sampel responden nasabah yang berjenis kelamin pria berjumlah 20 orang dengan persentase 20%, sedangkan yang berjenis kelamin wanita berjumlah 80 orang dengan persentase 80%. Hal ini menunjukkan bahwa responden wanita lebih mendominasi dalam meningkatkan

pengguna aplikasi Byond by BSI dibanding pria di Kota Banda Aceh.

#### 4.2.2 Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 :

**Tabel 4.2**  
**Berdasarkan Usia**

| Usia            | Jumlah | Persentase |
|-----------------|--------|------------|
| 18-20 Tahun     | 17     | 17%        |
| 21-30 Tahun     | 48     | 48%        |
| 31-40 Tahun     | 15     | 15%        |
| 41-50 Tahun     | 7      | 7%         |
| Diatas 50 Tahun | 13     | 13%        |
| Total           | 100    | 100%       |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, diketahui dari 100 sampel responden nasabah yang diambil berdasarkan usia terdapat nasabah yang berusia 18-20 tahun sebanyak 17 orang dengan persentase 17%, nasabah yang berusia 21-30 tahun sebanyak 48 orang dengan persentase 48%, nasabah yang berusia 31-40 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 15%, nasabah berusia 41-50 tahun sebanyak 7 orang dengan pesentase 7% dan nasabah berusia diatas 50 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 13%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang paling banyak menggunakan aplikasi Byond by BSI adalah nasabah memiliki rentang usia 21-30 yang berjumlah 48 orang dan nasabah yang berusia 18-20 tahun yang berjumlah 17 orang.

#### 4.2.3 Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal

Karakteristik responden berdasarkan kecamatan tempat tinggal yang terdapat di kota Banda Aceh pada Tabel berikut :

**Tabel 4.3**  
**Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal**

| Kecamatan Tempat Tinggal | Jumlah | Persentase |
|--------------------------|--------|------------|
| Baiturrahman             | 17     | 17%        |
| Banda Raya               | 7      | 7%         |
| Jaya Baru                | 3      | 3%         |
| Kuta Alam                | 5      | 5%         |
| Kuta Raja                | 4      | 4%         |
| Lueng Bata               | 9      | 9%         |
| Meuraxa                  | 4      | 4%         |
| Syiah Kuala              | 27     | 27%        |
| Ulee Kareng              | 24     | 24%        |
| Total                    | 100    | 100%       |

Sumber : Data Diolah (2026)

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa, dari 100 responden nasabah yang diambil berdasarkan kecamatan tempat tinggal dari Kecamatan Baiturrahman berjumlah 17 orang dengan persentase 17%, Banda Raya berjumlah 7 orang dengan persentase 7%, Jaya baru berjumlah 3 orang dengan persentase 3%, Kuta Alam berjumlah 5 orang dengan persentase 5%, Lueng Bata berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, Meuraxa berjumlah 4 orang dengan persentase 4%, Syiah Kuala berjumlah 27 orang dengan persentase 27% dan terakhir kecamatan Ulee Kareng berjumlah 24 orang dengan persentase 24%. Hal tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang paling banyak dan paling mempengaruhi penggunaan aplikasi Byond by BSI merupakan nasabah yang bertempat tinggal di

kecamatan Syiah Kuala sebanyak 27 orang dengan persentase 27% dan nasabah yang bertempat tinggal di kecamatan Ulee Kareng sebanyak 24 orang dengan persentase 24%.

#### 4.2.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 4.4**  
**Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persentase |
|---------------------|--------|------------|
| SMA/Sederajat       | 32     | 32%        |
| Diploma/Sarjana     | 57     | 57%        |
| Magister            | 8      | 8%         |
| Doktor              | 3      | 3%         |
| Total               | 100    | 100%       |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa dari 100 responden nasabah pengguna aplikasi Byond sesuai dengan pendidikan terakhir dari jenjang SMA/Sederajat diperoleh 32 orang dengan persentase 32%, sedangkan jenjang Diploma/Sarjana diperoleh 57 orang dengan persentase 57%, jenjang Magister diperoleh 8 orang dengan persentase 8%, dan untuk jenjang Doktor diperoleh 3 orang dengan persentase 3%. Hal tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang paling banyak dalam meningkatkan penggunaan aplikasi Byond by BSI adalah nasabah dari jenjang Diploma/Sarjana sebanyak 57 orang dengan persentase 57%.

#### 4.2.5 Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 4.5**  
**Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

| Jenis Pekerjaan   | Jumlah | Persentase |
|-------------------|--------|------------|
| Mahasiswa/Pelajar | 38     | 38%        |
| PNS               | 19     | 19%        |
| Wiraswasta        | 9      | 9%         |
| Karyawan Swasta   | 6      | 6%         |
| Lain-lain         | 28     | 28%        |
| Total             | 100    | 100%       |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, dari 100 responden nasabah diketahui yang berstatus sebagai Mahasiswa/Pelajar berjumlah 38 orang dengan persentase 38%, PNS berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, Wiraswasta berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, Karyawan swasta berjumlah 6 orang dengan persentase 6%, dan yang berstatus lain-lain (termasuk *fresh graduate*, IRT dan tidak bekerja) berjumlah 28 orang dengan persentase 28%. Dengan demikian jenis pekerjaan yang mendominasi adalah Mahasiswa/Pelajar sebanyak 38 orang dengan persentase 38%.

#### 4.2.6 Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

**Tabel 4.6**  
**Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Byond by BSI**

| Lama Penggunaan Aplikasi | Jumlah | Persentase |
|--------------------------|--------|------------|
| < 1 Tahun                | 25     | 25%        |
| 1-2 Tahun                | 46     | 46%        |
| 3-4 Tahun                | 18     | 18%        |
| >5 Tahun                 | 11     | 11%        |
| Total                    | 100    | 100%       |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, dari 100 responden nasabah yang diambil berdasarkan lama penggunaan aplikasi Byond by BSI kurang dari 1 tahun berjumlah 25 orang dengan persentase 25%, 1-2 tahun berjumlah 46 orang dengan persentase 46%, 3-4 tahun berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, dan nasabah yang lebih dari 5 tahun berjumlah 11 orang dengan persentase 11%. Jadi dapat disimpulkan bahwa lama penggunaan aplikasi Byond terbanyak adalah 46 orang dengan persentase 46%.

#### 4.3 Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memperoleh informasi berdasarkan tanggapan responden dari masing-masing variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ), kualitas layanan digital ( $X_2$ ) dan penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia ( $Y$ ).

##### 1. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan ( $X_1$ )

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tanggapan responden dari setiap indikator yang



digunakan untuk mengukur variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Persepsi**  
**Kegunaan ( $X_1$ )**

| No | Indikator                                                                                                               | Skor |    |    |    |    | Jumlah sampel | Rata-rata |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|----|----|---------------|-----------|
|    |                                                                                                                         | STS  | TS | KS | S  | SS |               |           |
| 1. | Menurut saya, penggunaan aplikasi Byond by BSI membantu saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat                        | 0    | 0  | 4  | 64 | 32 | 100           | 4,28      |
|    | Saya dapat menghemat waktu menjalankan aktivitas perbankan dengan menggunakan aplikasi Byond by BSI dibandingkan manual | 0    | 1  | 3  | 48 | 48 |               | 4,43      |
| 2. | Saya merasa aplikasi Byond by BSI memberikan manfaat dan nilai tambah dalam aktivitas saya sehari-hari                  | 0    | 1  | 4  | 56 | 39 |               | 4,33      |
|    | Dengan hadirnya Byond by BSI dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam kegiatan keuangan saya                     | 0    | 1  | 3  | 54 | 42 |               | 4,37      |

|                               |                                                                                                                                       |   |   |    |    |    |  |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----|----|----|--|---------------------------------|
| 3.                            | Semenjak menggunakan aplikasi Byond By BSI sangat membantu saya dalam menyelesaikan pekerjaan yang lebih banyak dalam waktu yang sama | 0 | 2 | 8  | 62 | 28 |  | 4,16                            |
|                               | Aplikasi Byond by BSI dapat meningkatkan produktivitas saya dalam melakukan transaksi                                                 | 0 | 1 | 2  | 64 | 33 |  | 4,29                            |
| 4.                            | Menurut saya, aplikasi Byond by BSI meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya                                                        | 0 | 2 | 15 | 50 | 33 |  | 4,14                            |
|                               | Saya merasa dapat menyelesaikan kebutuhan perbankan dengan lebih efisien semenjak hadirnya aplikasi Byond by BSI                      | 0 | 1 | 5  | 55 | 39 |  | 4,32                            |
| <b>Rata-rata Angka Indeks</b> |                                                                                                                                       |   |   |    |    |    |  | <b>4,29<br/>(Sangat tinggi)</b> |

A Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa jika dilihat yang diperoleh mendapat rata-rata 4,29 dengan kategori sangat tinggi. Dapat dikatakan tinggi karena banyak responden yang setuju bahwa aplikasi Byond banyak kegunaannya, meskipun demikian tetap saja ada responden yang tidak setuju bahwa Byond by BSI memberikan banyak manfaat terhadap pengguna nya.

## 2. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan Digital (X<sub>2</sub>)

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tanggapan responden dari setiap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas layanan digital (X<sub>2</sub>) sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Kualitas Layanan Digital (X<sub>2</sub>)**

| No | Indikator                                                                                                                      | Skor |    |    |    |    | Jumlah sampel | Rata-rata |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|----|----|---------------|-----------|
|    |                                                                                                                                | STS  | TS | KS | S  | SS |               |           |
| 1. | Menurut saya, Byond By BSI memberikan layanan yang cepat, mudah diakses, dan hemat waktu/biaya                                 | 0    | 1  | 9  | 48 | 42 | 100           | 4,31      |
|    | Fitur dan menu yang terdapat pada aplikasi Byond by BSI mudah dipahami                                                         | 0    | 1  | 2  | 57 | 40 |               | 4,36      |
| 2. | Menurut saya, pihak bank telah memberikan layanan penuh berupa informasi transaksi secara akurat melalui aplikasi Byond by BSI | 0    | 1  | 6  | 72 | 21 |               | 4,13      |
|    | Aplikasi Byond by BSI konsisten memberikan layanan sesuai janji layanan digital                                                | 0    | 1  | 9  | 68 | 22 |               | 4,11      |
| 3. | Menurut saya, aplikasi Byond by BSI sangat membantu karena dapat diakses kapan dan dimana saja                                 | 0    | 1  | 3  | 48 | 48 |               | 4,43      |

|                               |                                                                                                     |   |   |    |    |    |  |                                 |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----|----|----|--|---------------------------------|
|                               | Aplikasi Byond by BSI sudah mulai jarang mengalami gangguan ketika digunakan                        | 0 | 7 | 26 | 47 | 20 |  | 3,80                            |
| 4.                            | Saya merasa aman saat melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi Byond by BSI                  | 0 | 1 | 5  | 66 | 28 |  | 4,21                            |
|                               | Aplikasi Byond by BSI menjaga penuh informasi pribadi pengguna                                      | 0 | 1 | 3  | 60 | 36 |  | 4,31                            |
| 5.                            | Menurut saya, aplikasi Byond by BSI sudah dikelola secara professional oleh pihak BSI               | 0 | 1 | 11 | 55 | 33 |  | 4,20                            |
|                               | Aplikasi Byond by BSI memberikan rasa percaya ketika digunakan                                      | 0 | 1 | 6  | 67 | 26 |  | 4,18                            |
| 6.                            | Menurut saya, tampilan aplikasi Byond by BSI dan tata letak fiturnya terlihat rapi dan menarik      | 0 | 1 | 6  | 54 | 39 |  | 4,31                            |
|                               | Secara menyeluruh, aplikasi Byond by BSI memberikan tampilan yang terlihat teratur dan professional | 0 | 2 | 2  | 68 | 28 |  | 4,22                            |
| <b>Rata-rata Angka Indeks</b> |                                                                                                     |   |   |    |    |    |  | <b>4,21<br/>(Sangat tinggi)</b> |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa jika dilihat yang diperoleh mendapat rata-rata 4,21 dengan kategori sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa banyaknya responden yang menganggap kualitas layanan aplikasi Byond by BSI sudah

sangat baik, namun ada beberapa responden yang tidak setuju karena menganggap bahwa kualitas layanan pada aplikasi Byond by BSI masih kurang.

### 3. Analisis Deskriptif Variabel Penggunaan Aplikasi Byond By BSI (Y)

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tanggapan responden dari setiap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y) sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y)**

| No | Indikator                                                                                                             | Skor |    |    |    |    |               | Rata-rata |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|----|----|---------------|-----------|
|    |                                                                                                                       | STS  | TS | KS | S  | SS | Jumlah sampel |           |
| 1. | Menurut saya, Byond by BSI menarik untuk digunakan karena memudahkan transaksi dan dapat meningkatkan kinerja nasabah | 0    | 1  | 2  | 58 | 39 | 100           | 4,35      |
|    | Aplikasi Byond by BSI memiliki banyak fitur yang menarik untuk digunakan                                              | 0    | 1  | 2  | 62 | 35 |               | 4,31      |
| 2. | Byond by BSI menawarkan banyak jenis transaksi pada nasabah                                                           | 0    | 1  | 5  | 53 | 41 |               | 4,34      |
|    | Fitur transaksi yang                                                                                                  | 0    | 1  | 3  | 64 | 32 |               | 4,27      |

|                               |                                                                                                                             |   |   |   |    |    |                                 |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|----|----|---------------------------------|
|                               | ada pada aplikasi Byond by BSI cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan saya                                                  |   |   |   |    |    |                                 |
| 3.                            | Menurut saya, layanan transaksi Byond by BSI memiliki sistem yang aman sehingga saya merasa nyaman saat melakukan transaksi | 0 | 1 | 3 | 64 | 32 | 4,27                            |
|                               | Saya percaya aplikasi Byond by BSI mampu menjaga kerahasiaan data pribadi dan informasi pengguna dengan baik                | 0 | 1 | 5 | 58 | 36 | 4,29                            |
| <b>Rata-rata Angka Indeks</b> |                                                                                                                             |   |   |   |    |    | <b>4,30<br/>(Sangat tinggi)</b> |

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa jika dilihat yang diperoleh mendapat rata-rata 4,30 dengan kategori sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi Byond by BSI sangat banyak penggunaanya, namun ada sedikit responden yang tidak setuju untuk penggunaan aplikasi Byond by BSI.

#### 4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran untuk menilai validitas atau keabsahan instrumen penelitian. Kuesioner dikatakan valid jika

dapat mengungkapkan informasi yang akan diukur melalui pertanyaan yang diajukan. Untuk pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Seluruh indikator dinyatakan valid apabila seluruh daftar pertanyaan memenuhi kriteria uji validitas. Penentuan validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item kuesioner tersebut valid. Sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dikatakan item kuesioner tidak valid.

Untuk mencari nilai  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% yaitu pada  $df$  (derajat kebebasan) sejumlah 100 nasabah. Sehingga pada penelitian ini  $r_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 0,1946. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

#### 1. Persepsi Kegunaan ( $X_1$ )

Hasil uji validitas pada variabel persepsi kegunaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan ( $X_1$ )**

| Variabel                          | Pernyataan | Person<br>Correlation<br>( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----------------------------------|------------|-------------------------------------------|-------------|------------|
| Persepsi<br>Kegunaan<br>( $X_1$ ) | P1         | 0.741                                     | 0,1946      | Valid      |
|                                   | P1         | 0.661                                     |             | Valid      |
|                                   | P2         | 0.734                                     |             | Valid      |
|                                   | P2         | 0.638                                     |             | Valid      |
|                                   | P3         | 0.723                                     |             | Valid      |
|                                   | P3         | 0.645                                     |             | Valid      |
|                                   | P4         | 0.757                                     |             | Valid      |
|                                   | P4         | 0.671                                     |             | Valid      |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan pada variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ )



dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0.1946.

## 2. Kualitas Layanan Digital ( $X_2$ )

**Tabel 4.11**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Digital ( $X_2$ )**

| Variabel                           | Pernyataan | <i>Person Correlation</i><br>( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------------------------------|------------|-----------------------------------------------|-------------|------------|
| Kualitas Layanan Digital ( $X_2$ ) | P1         | 0.564                                         | 0,1946      | Valid      |
|                                    | P1         | 0.588                                         |             | Valid      |
|                                    | P2         | 0.525                                         |             | Valid      |
|                                    | P2         | 0.634                                         |             | Valid      |
|                                    | P3         | 0.594                                         |             | Valid      |
|                                    | P3         | 0.562                                         |             | Valid      |
|                                    | P4         | 0.619                                         |             | Valid      |
|                                    | P4         | 0.590                                         |             | Valid      |
|                                    | P5         | 0.717                                         |             | Valid      |
|                                    | P5         | 0.592                                         |             | Valid      |
|                                    | P6         | 0.594                                         |             | Valid      |
|                                    | P6         | 0.504                                         |             | Valid      |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, diketahui bahwa dari seluruh item pernyataan 1 hingga pernyataan 6 dari variabel kualitas layanan digital ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan ketentuan  $r_{tabel}$  adalah 0.1946 dan dinyatakan valid.

## 3. Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y)

**Tabel 4.12**  
**Uji Validitas Variabel Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y)**

| Variabel            | Pernyataan | <i>Person Correlation</i><br>( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---------------------|------------|-----------------------------------------------|-------------|------------|
| Penggunaan Aplikasi | P1         | 0.777                                         |             | Valid      |
|                     | P1         | 0.763                                         |             | Valid      |

|     |    |       |        |       |
|-----|----|-------|--------|-------|
| (Y) | P2 | 0.749 | 0,1946 | Valid |
|     | P2 | 0.757 |        | Valid |
|     | P3 | 0.847 |        | Valid |
|     | P3 | 0.705 |        | Valid |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Selanjutnya dari Tabel 4.12 diatas, menunjukkan bahwa seluruh item dari pernyataan variabel penggunaan aplikasi Byond tidak ada yang menunjukkan nilai dibawah  $r_{tabel}$  yaitu 0.1946. artinya seluruh pernyataan untuk variabel penggunaan aplikasi Byond by BSI dinyatakan valid.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah prosedur dalam pengukuran suatu variabel untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian diukur secara konsisten atau stabil. Jadi, kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang konsisten atau stabil. Uji ini dilakukan dengan menggunakan statistik *Cronbach's Alpha*. Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas yaitu menggunakan batasan 0,60 yang artinya suatu variabel dikatakan reliable jika nilai menunjukkan *Alpha cronbach* lebih besar dari 0,60. Berikut uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.13**  
**Uji Reabilitas**

| Variabel | Minimal Cronbach Alpha | Cronbach Alpha | Keterangan |
|----------|------------------------|----------------|------------|
| X1       | 0,60                   | 0.847          | Reliable   |
| X2       |                        | 0.825          | Reliable   |
| Y        |                        | 0.858          | Reliable   |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Dari Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa masing-masing dari *Cronbach's Alpha* diperoleh hasil untuk variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) sebesar 0.847, kualitas layanan digital ( $X_2$ ) yaitu 0.825 dan untuk variabel penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y) sebesar 0.858. Artinya dari ketiga variabel diatas perolehan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari batas *Cronbach's Alpha* 0.60. Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ), kualitas layanan digital ( $X_2$ ) dan variabel penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y) pada pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel.

#### **4.5 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi kondisi data yang digunakan peneliti dalam penelitian. Selanjutnya, uji asumsi klasik ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya penyimpangan pada data yang digunakan pada penelitian. Adapun yang termasuk pada uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

##### **4.5.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk memilih metode statistika secara tepat dengan menentukan data yang diperoleh mengikuti distribusi normal, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui *software* SPSS 22. Untuk menentukan normal tidaknya distribusi data dapat diperhatikan nilai signifikansi perolehan variabel, jika diketahui signifikan lebih

besar dari 0,05 atau 5% maka menunjukkan distribusi data normal.  
Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 4.14**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 100                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                   |
|                                  | Std. Deviation | 1.68589387                 |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .097                       |
|                                  | Positive       | .097                       |
|                                  | Negative       | -.054                      |
| Test Statistic                   |                | .097                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .022 <sup>c</sup>          |
| Exact Sig. (2-tailed)            |                | .287                       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas, menunjukkan bahwa uji normalitas yang diperoleh menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* sebesar 0.022 sehingga hasil data diperoleh tidak berdistribusi normal kemudian dilakukan pengujian kembali sehingga memperoleh hasil 0.287. Artinya nilai signifikan uji normalitas lebih besar dari 0.05, hal tersebut menjelaskan bahwa data pada penelitian berdistribusi normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi variabel bebas (independen) dalam model regresi. Pengujian ini diharapkan menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antarvariabel independen. Penentuan uji multikolonieritas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Artinya apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, hal ini berarti tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan Tabel uji multikolonieritas :

**Tabel 4.15**  
**Uji Multikolonieritas**

| Variabel                           | Tolerance | VIF   |
|------------------------------------|-----------|-------|
| Persepsi Kegunaan ( $X_1$ )        | 0.523     | 1.912 |
| Kualitas Layanan Digital ( $X_2$ ) | 0.523     | 1.912 |

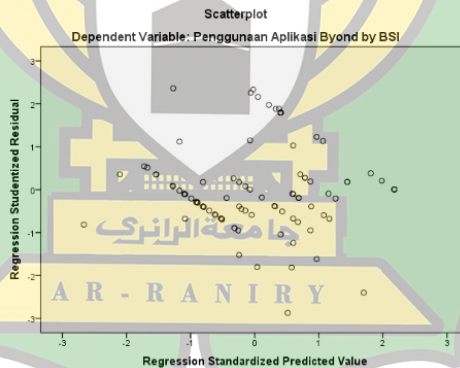
Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas, menjelaskan bahwa masing-masing variabel memperoleh nilai *tolerance* variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) sebesar 0.523 dan variabel kualitas layanan digital ( $X_2$ ) sebesar 0.523. Artinya dari masing-masing nilai *tolerance* diatas lebih besar dari 0.10, sedangkan untuk nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dari masing-masing variabel independen.

### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini digunakan uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot*. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas menggunakan grafik plot yaitu jika nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dasar analisisnya, apabila ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang diatur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Begitupula sebaliknya apabila tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 maka sumbu Y tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, menunjukkan bahwa titik-titik *scatterplot* menyebar merata dan acak tanpa membentuk pola tertentu, pola tidak menyempit dan tidak bergelombang serta

menyebar diatas nol dan dibawah nol. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa sumbu Y tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengkaji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Metode ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah persepsi kegunaan, kualitas layanan digital. Sedangkan variabel terikat adalah penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 4.16**  
**Uji Analisis Regresi Berganda**

| Variabel                                   | Unstandardized Coefficients | T     | Sig   |
|--------------------------------------------|-----------------------------|-------|-------|
|                                            | B                           |       |       |
| Constant                                   | 3.485                       | 1.529 | 0.130 |
| Persepsi Kegunaan (X <sub>1</sub> )        | 0.174                       | 2.288 | 0.024 |
| Kualitas Layanan Digital (X <sub>2</sub> ) | 0.326                       | 5.431 | 0.000 |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.16 diatas, dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3.485 + 0.174 (X_1) + 0.326 (X_2) + e$$



Berdasarkan persamaan diatas dijelaskan tentang hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) memiliki nilai positif sebesar 3.485. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi persepsi kegunaan ( $X_1$ ) dan variabel kualitas layanan digital ( $X_2$ ) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, variabel penggunaan aplikasi Byond by BSI ( $Y$ ) meningkat sebesar 3.485.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) memiliki nilai positif sebesar 0.174. Hal ini menunjukkan jika persepsi kegunaan mengalami kenaikan 1%, maka penggunaan aplikasi Byond by BSI akan naik sebesar 0.174 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan digital ( $X_2$ ) memiliki nilai positif sebesar 0.326. Hal ini menunjukkan jika kualitas layanan digital mengalami kenaikan 1%, maka penggunaan aplikasi Byond by BSI akan naik sebesar 0.326 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya

menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

#### 4.7 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau bisa juga disebut Uji  $R^2$  (Adjusted R Square) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam penelitian. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Untuk itu, semakin baik hasil untuk model regresi tersebut maka semakin mendekati 1 dan sebaliknya jika semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

**Tabel 4.17**  
**Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .711 <sup>a</sup> | .506     | .495              | 1.775                      |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Digital, Persepsi Kegunaan

b. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas, besar koefisien determinasi yang diperoleh dari R Square sebesar 0.506 dengan jumlah 50,6% variabel penggunaan aplikasi Byond by BSI dijelaskan oleh variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) dan kualitas layanan digital ( $X_2$ ). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel pada penelitian ini. Artinya korelasi yang terjadi tergolong kuat karena perolehan nilai 0.506.

## 4.8 Uji Hipotesis

### 4.8.1 Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital secara parsial terhadap variabel dependennya yaitu penggunaan aplikasi Byond By Bank Syariah Indonesia. Penentuan untuk pengujian ini ditentukan dengan melihat nilai  $t_{hitung}$  dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikansi 0,05. Yaitu apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital, begitupula sebaliknya. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 4.18**  
**Uji T**

| Variabel                           | T     | Sig.  |
|------------------------------------|-------|-------|
| Persepsi Kegunaan ( $X_1$ )        | 2.288 | 0.024 |
| Kualitas Layanan Digital ( $X_2$ ) | 5.431 | 0.000 |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### a. Hipotesis 1

Dari tabel 4.18 diatas, menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.288 sedangkan  $t_{tabel}$  bernilai sebesar 1,660 yang diperoleh dari perhitungan ( $N$ )  $df = n - k = 100 - 3 = 97$ , yang berarti

$t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.288 > 1.660$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Selanjutnya dapat dilihat dari nilai signifikasi yang diperoleh sebesar 0.024 yaitu lebih kecil dari 0,05 ( $0.024 < 0.05$ ). Oleh karena itu  $H_a$  diterima, bahwa persepsi kegunaan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y).

b. Hipotesis 2

Dari tabel 4.18 diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan digital ( $X_2$ ) mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.431 sedangkan  $t_{tabel}$  bernilai sebesar 1,660, yang berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5.431 > 1.660$ ). Dengan demikian nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan digital pengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Selanjutnya dapat dilihat dari nilai signifikasi yang diperoleh sebesar 0.000 yaitu lebih kecil dari 0,05 ( $0.000 < 0.05$ ). Artinya  $H_a$  diterima, bahwa kualitas layanan digital ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y). Sehingga semakin meningkat kualitas layanan digital yang diberikan, maka semakin meningkat pula nasabah dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI.

#### 4.8.2 Uji F

uji F dilakukan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Yaitu dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ , apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, begitupula sebaliknya. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.19**  
**Uji F**

| Model      | F      | Sig.  |
|------------|--------|-------|
| Regression | 49.611 | 0.000 |

Sumber : Data Diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.19 diatas menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 49.611 serta nilai signifikan sebesar 0.000. Untuk  $F_{tabel}$  bernilai 3.09 yang diperoleh dari perhitungan  $(N1) df = k - 1 = 3 - 1 = 2$   $(N2) df = n - k = 100 - 3 = 97$  dan bisa dilihat pada Distribusi  $F_{tabel}$ . Jadi, apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel persepsi kegunaan dan variabel kualitas layanan digital secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Untuk itu berdasarkan hipotesis ketiga yang menyebutkan bahwa variabel persepsi kegunaan dan variabel kualitas layanan

digital secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI.

#### **4.9 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.9.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan ( $X_1$ ) Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y)**

Persepsi kegunaan menggambarkan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan efektivitas dan efesiensi dalam pekerjaannya. Dalam konteks layanan *mobile banking*, aplikasi yang dirancang dengan baik seharusnya dapat membantu pengguna menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan praktis, bukan malah menimbulkan kesulitan baru.

Berdasarkan uji parsial, pengujian hipotesis ini digunakan untuk melihat perbandingan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Sehingga persepsi kegunaan ( $X_1$ ) memperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2.288 serta  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 dari Tabel distribusinya. Untuk itu dapat diketahui bahwa dari hasil pengujian parsial yang diperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan nilai signifikan 0.024 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian,  $H_a$  diterima, artinya variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin banyak nasabah dalam memberikan persepsi dari segi kegunaan maka semakin meningkat pula keinginan nasabah terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Fred Davis pada tahun 1986, menyatakan bahwa persepsi seseorang terhadap kegunaan suatu teknologi sangat mempengaruhi niat serta keputusan dalam penggunaan aplikasi digital. Dalam hal ini, nasabah melihat bahwa aplikasi Byond by BSI memberikan nilai tambah yang nyata seperti fitur transfer BI-Fast *real-time*, pembukaan rekening online tanpa ke kantor, pembayaran zakat dan infaq, serta monitoring transaksi yang memudahkan nasabah dalam mengelola keuangan syariahnya. Persepsi yang baik dapat mendorong kepercayaan pada nasabah dalam memilih menggunakan aplikasi Byond by BSI. Dengan demikian, pentingnya mengedepankan aspek kegunaan dari segi kelengkapan fitur, kecepatan layanan, kemudahan penggunaan, maupun keamanan sistem, untuk mengembangkan aplikasi Byond guna meningkatkan keyakinan dan loyalitas pengguna dalam memanfaatkan aplikasi secara berkelanjutan.

Persepsi kegunaan dalam penelitian ini diukur melalui empat indikator, yaitu menjadikan pekerjaan lebih cepat, bermanfaat, menambah produktivitas, dan meningkatkan efektivitas. Keempat indikator ini merepresentasikan sejauh mana nasabah merasa bahwa layanan aplikasi Byond by BSI dapat memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan.

Pertama, pada indikator menjadikan pekerjaan lebih cepat dimana nasabah akan menilai suatu aplikasi bermanfaat apabila



aplikasi tersebut mampu mempersingkat waktu dalam menyelesaikan transaksi perbankan. Pada aplikasi Byond by BSI, fitur seperti transfer instan, pembayaran tagihan, dan cek saldo dapat diakses hanya dalam beberapa detik. Dengan demikian, nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor cabang atau mengantri sehingga seluruh aktivitas keuangan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan efisien.

Kedua, indikator selanjutnya adalah manfaat yang dirasakan. Kegunaan suatu teknologi akan terlihat ketika teknologi tersebut benar-benar memberikan nilai tambah bagi penggunanya. Dalam konteks Byond by BSI, kebermanfaatan terlihat dari adanya berbagai fitur yang mendukung kebutuhan transaksi syariah seperti pembayaran zakat, infaq, pembelian pulsa, hingga pembukaan rekening online. Adanya fitur-fitur tersebut membuat nasabah merasa bahwa penggunaan aplikasi Byond memberikan keuntungan nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Ketiga, pada indikator menambah produktivitas yang mana ketika sebuah sistem mampu membantu pengguna menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dalam waktu yang sama, maka sistem tersebut dianggap produktif. Melalui Byond by BSI, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa terikat jam operasional bank. Hal ini memungkinkan nasabah untuk lebih fokus pada aktivitas lain karena urusan perbankan dapat diselesaikan secara mandiri dan tidak mengganggu rutinitas utama.

Keempat, indikator Meningkatkan efektivitas menjelaskan bahwa suatu sistem dikatakan efektif apabila mampu membantu pengguna mencapai tujuan dengan hasil yang optimal. Aplikasi Byond by BSI dinilai efektif karena mampu memfasilitasi nasabah dalam mengelola keuangan secara tepat, akurat, dan sesuai prinsip syariah. Adanya fitur notifikasi transaksi, mutasi rekening, dan laporan keuangan membuat nasabah lebih mudah memantau dan mengontrol dana yang dimiliki. Dengan begitu, penggunaan Byond tidak hanya mempermudah tetapi juga meningkatkan efektivitas dalam pengelolaan keuangan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh Rania et al. (2026) yang menjelaskan bahwa transformasi digital yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia melalui aplikasi Byond telah memenuhi harapan nasabah. Dimensi yang paling menonjol dalam membentuk persepsi positif ini adalah kemudahan penggunaan (*usability*) dan keandalan (*reliability*). Nasabah merasa antarmuka aplikasi jauh lebih modern dan stabil dibandingkan versi sebelumnya. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan penelitian Ramadhani (2023) yang menemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking*. Pada penelitiannya Fadlan dan Dewantara (2018) mengindikasikan bahwa semakin dirasakan kegunaan atau manfaat dari penggunaan *mobile banking* maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, ditemukan

bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan *mobile banking* dapat menghemat waktu dalam melakukan kegiatan perbankan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ketika nasabah merasa aplikasi Byond memberikan manfaat nyata dalam aktivitas perbankan, maka minat untuk menggunakannya akan meningkat.

Implikasi dari temuan ini adalah Bank Syariah Indonesia perlu untuk terus meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi Byond dengan menambah fitur yang relevan bagi nasabah, seperti perencanaan keuangan syariah, notifikasi keuangan otomatis, dan integrasi dengan merchant syariah. Dengan meningkatnya persepsi kegunaan, diharapkan loyalitas dan jumlah pengguna aktif Byond by BSI juga akan semakin meningkat sehingga dapat memperkuat posisi BSI sebagai bank syariah digital terdepan di Indonesia.

#### **4.9.2 Pengaruh Kualitas Layanan Digital (X<sub>2</sub>) Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI (Y)**

Layanan digital perbankan merupakan bentuk layanan yang memungkinkan nasabah melakukan aktivitas perbankan secara mandiri melalui media elektronik yang disediakan oleh bank maupun melalui perangkat digital pribadi milik nasabah atau calon nasabah. Melalui layanan ini, nasabah dapat memperoleh informasi, berkomunikasi, melakukan registrasi, pembukaan maupun penutupan rekening, serta berbagai transaksi perbankan lainnya. Selain itu, nasabah juga dapat menerima informasi tambahan dan melakukan transaksi non-perbankan seperti investasi, jual beli di e-commerce, dan pemenuhan kebutuhan

lainnya. Salah satu lembaga keuangan yang telah menyediakan layanan digital perbankan adalah Bank Syariah Indonesia (OJK, 2025).

Berdasarkan pengujian parsial yang diperoleh pada variabel kualitas layanan digital ( $X_2$ ) memperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar 5.431 sedangkan  $t_{tabel}$  bernilai sebesar 1,660, yang berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5.431 > 1.660$ ). Dengan demikian nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan digital pengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Selanjutnya dapat dilihat dari nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000 yaitu lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Artinya  $H_a$  diterima, bahwa kualitas layanan digital ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI ( $Y$ ).

Menurut Tatik Suryani dan May Sumiati (2018), kualitas layanan digital dapat diukur melalui enam indikator yaitu efisiensi, pemenuhan janji, kesiapan sistem beroperasi, privasi, jaminan/kepercayaan, dan keartistikan laman. Dalam konteks aplikasi Byond by BSI, keenam indikator tersebut menjadi tolak ukur penting bagi nasabah dalam menilai kualitas layanan yang diberikan. Ketika nasabah merasakan bahwa aplikasi mampu memberikan layanan yang cepat, sesuai janji, stabil, aman, terpercaya, dan memiliki tampilan yang menarik, maka niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut akan semakin tinggi.

Secara rinci, penerapan indikator kualitas layanan digital pada Byond by BSI dapat dijelaskan sebagai berikut. Efisiensi

terlihat dari kemudahan dan kecepatan nasabah dalam mengakses fitur transaksi. Pemenuhan janji tercermin dari kesesuaian layanan dengan yang dijanjikan seperti transfer yang diproses tepat waktu. Ketersediaan sistem beroperasi ditunjukkan dengan minimnya gangguan dan aplikasi yang dapat diakses 24 jam. Privasi diwujudkan melalui perlindungan data pribadi nasabah dan fitur keamanan seperti OTP dan biometrik. Jaminan/kepercayaan terlihat dari adanya customer service dan kepastian transaksi sesuai prinsip syariah. Sedangkan keartistikan laman tampak dari desain antarmuka Byond yang modern, mudah dipahami, dan *user friendly*.

Hasil penelitian ini didukung oleh Rania, et al. (2026) yang menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan oleh aplikasi Byond khususnya dalam hal tampilan, kemudahan penggunaan, keandalan, daya tanggap, dan penerapan nilai-nilai syariah maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian Fakhrezy (2026) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan oleh BSI melalui aplikasi Byond, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan aplikasi oleh nasabah. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan

kepuasan dan loyalitas, tetapi juga memperkuat citra BSI sebagai bank syariah digital yang terpercaya.

Implikasi dari temuan ini adalah BSI perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan digital Byond pada keenam indikator tersebut. Upaya peningkatan dapat dilakukan dengan memperbarui tampilan aplikasi, menjaga stabilitas sistem, serta memperkuat sistem keamanan agar kepercayaan nasabah terhadap Byond by BSI semakin meningkat.

#### **4.9.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kualitas Layanan Digital Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond by BSI**

Berdasarkan uji simultan yang dilakukan memperoleh nilai sebesar 49.611 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 dan  $F_{tabel}$  bernilai 3.09. Sehingga  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel persepsi kegunaan dan variabel kualitas layanan digital secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Selanjutnya dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2$  atau R Square sebesar 0,506 atau 50,6%. Nilai ini menunjukkan bahwa 50,6% variasi penggunaan aplikasi Byond by BSI dapat dijelaskan oleh persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital secara bersama-sama. Sementara itu, 49,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, promosi, dan faktor eksternal lainnya. Semakin tinggi



nilai  $R^2$  maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

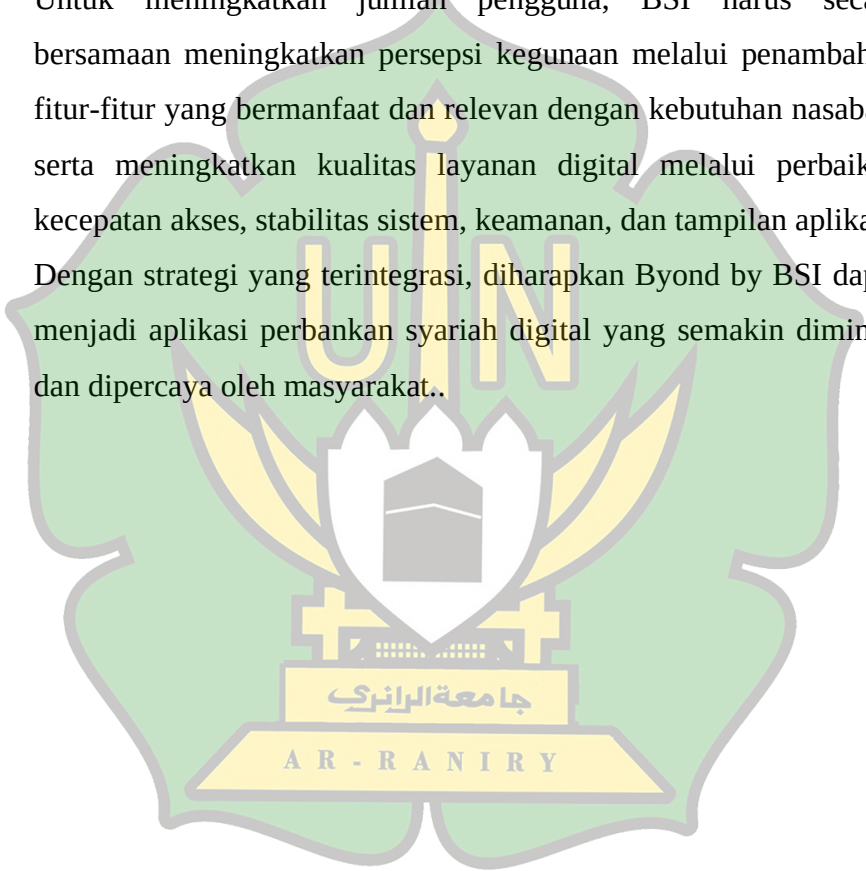
Secara teoritis, persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital memiliki keterkaitan dalam mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi. Nasabah tidak hanya menilai apakah suatu aplikasi bermanfaat dalam membantu transaksi, tetapi juga menilai apakah layanan yang diberikan sudah berkualitas, aman, dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut perlu diuji secara simultan untuk melihat pengaruhnya secara menyeluruh terhadap penggunaan Byond by BSI.

Hasil penelitian ini didukung oleh Indah Lestari (2024) yang menjelaskan bahwa layanan mobile banking syariah mendapat persepsi positif dari mayoritas nasabah dengan kontribusi sebesar 65%. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut antara lain persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko, dan persepsi kepatuhan syariah. Selain itu, penelitian Rania (2026) juga membuktikan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan digital BSI dengan nilai  $\text{Sig.} = 0,000$  dan  $\text{Adjusted } R^2 = 0,784$  atau 78,4%. Dalam *Journal of Digital Islamic Finance* juga disebutkan bahwa kombinasi kualitas sistem, keandalan, empati, dan nilai spiritual menjadi determinan utama keberhasilan layanan digital di Indonesia. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan ( $X_1$ ) dan kualitas layanan digital ( $X_2$ )



secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI (Y).

Implikasi dari hasil uji simultan ini adalah BSI tidak dapat hanya fokus pada satu aspek saja dalam pengembangan Byond. Untuk meningkatkan jumlah pengguna, BSI harus secara bersamaan meningkatkan persepsi kegunaan melalui penambahan fitur-fitur yang bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan nasabah, serta meningkatkan kualitas layanan digital melalui perbaikan kecepatan akses, stabilitas sistem, keamanan, dan tampilan aplikasi. Dengan strategi yang terintegrasi, diharapkan Byond by BSI dapat menjadi aplikasi perbankan syariah digital yang semakin diminati dan dipercaya oleh masyarakat..



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh mengacu pada hasil penelitian dan penjelasan mengenai Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Byond Pada PT. Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.288 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 ( $2.288 > 1.660$ ) serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.024 yaitu lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu  $H_a$  diterima, bahwa persepsi kegunaan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI ( $Y$ ).
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.431 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 ( $5.431 > 1.660$ ) serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu  $H_a$

diterima, bahwa kualitas layanan digital ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI ( $Y$ ).

3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi Byond pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 49.611 dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Selain itu, nilai R Square sebesar 0.506 atau 50,6% menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kualitas layanan digital mampu menjelaskan 50,6% variabel penggunaan aplikasi Byond, sedangkan sisanya 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini

## 5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan untuk penelitian ini dipaparkan sebagai berikut :

### A. Kepada Bank Syariah Indonesia

- 1) Meningkatkan Efisiensi dan Keandalan Sistem: BSI perlu terus melakukan pemeliharaan sistem Byond agar dapat diakses 24 jam tanpa gangguan. Hal ini penting karena indikator kesediaan sistem beroperasi merupakan salah satu kunci kualitas layanan digital.
- 2) Mengoptimalkan Fitur yang Bermanfaat: Mengingat persepsi kegunaan berpengaruh signifikan, BSI disarankan menambah fitur-fitur yang benar-benar

dibutuhkan nasabah seperti fitur perencanaan keuangan syariah, notifikasi zakat/infaq otomatis, dan integrasi dengan *marketplace* syariah.

- 3) Meningkatkan Keamanan dan Kepercayaan: BSI perlu terus mengedukasi nasabah terkait fitur keamanan seperti OTP dan biometrik, serta memperkuat *customer service* untuk meningkatkan aspek jaminan dan kepercayaan nasabah terhadap Byond.

B. Kepada Nasabah/Pengguna

- 1) Memanfaatkan Seluruh Fitur Byond: Nasabah disarankan untuk tidak hanya menggunakan Byond untuk transaksi dasar seperti transfer, tetapi juga memanfaatkan fitur investasi, e-commerce, dan layanan syariah lainnya agar merasakan manfaat yang lebih besar.
- 2) Memberikan Feedback: Nasabah diharapkan aktif memberikan masukan kepada BSI terkait kendala atau fitur yang dibutuhkan pada aplikasi Byond agar kualitas layanan digital terus berkembang.

C. Kepada Penelitian Selanjutnya, untuk menyempurnakan dan memperluas penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan:

- 1) Menambah Variabel Lain: Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi penggunaan aplikasi Byond seperti Kepercayaan, Literasi Keuangan Digital, Promosi, atau

Pengaruh Sosial karena dalam penelitian ini masih terdapat 49,4% faktor lain di luar  $X_1$  dan  $X_2$  yang mempengaruhi Y.

- 2) Memperluas Objek dan Lokasi Penelitian: Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna aplikasi Byond by BSI. Untuk hasil yang lebih general, penelitian selanjutnya dapat membandingkan Byond dengan aplikasi bank syariah lain seperti BSI Mobile, Livin Syariah, atau dilakukan di wilayah lain di luar Banda Aceh
- 3) Menggunakan Metode Berbeda: Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam untuk mengetahui alasan mendetail mengapa nasabah memilih atau tidak memilih menggunakan Byond.
- 4) Menguji Variabel Moderasi/Mediasi: Peneliti selanjutnya dapat menguji apakah Kepuasan Nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan digital terhadap penggunaan, atau menguji Usia sebagai variabel moderasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adila, N. (2023). Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Strategi Pemasarannya Pada Layanan BSI Mobile (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lampriet). *Repository Uin Ar-Raniry*, 40-45.
- Afrizal, A., Yurita, A., & Makmur. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Mati Di Dealer Prima Motor Pasir Pengraian. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 4, 4.
- Akbar, R. F. (2015). Analisis persepsi pelajar tingkat menengah pada sekolah tinggi agama Islam negeri Kudus. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10, 195-196.
- Andrayani, K. F. (2021). Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Pendekatan E-kualitas Layanan. *UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 27.
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kurwarno, E. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Pendidikan Komunikasi dan Opini Publik*, 21, 91.
- Askur Hamid Nst, E. R. (2023). Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking BSI. *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 115.
- Askur Hamid Nst, E. R.-K. (2023). Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking BSI. *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 114.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2024) APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> . Diakses pada 4 Juli 2026
- Atarwaman, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking Di Kota Ambon. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10, 281-290.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Profil Bank Syariah Indonesia*. Jakarta: Bank Syariah Indonesia.
- Basoeky (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Bungin, B. (2006). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital Muhammad Danuri, 2019, hal 116. *INFOKAM*, 116-123.
- Dewi, S. (2022). Persepsi Layanan terhadap Mobile banking di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 15, 1-15.
- Fasa, R. P. (2025). Transformasi Digital Dan Efisiensi Operasional: Studi Kualitatif Tentang Pengurangan Kertas Dalam Perbankan Berkelanjutan. *Intelek Insan Cendikia*, 7076.
- Fitriyani. (2021). *Pengaruh Teknologi dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.



- Gita, N. W., & Juliarsa, G. (2021). Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius. *E-Jurnal Akuntansi*, 2088.
- Harahap, S., & Amanah, F. (2019). *Perbankan Syariah: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Penerbit Alfabeta.
- Huda, N., & Nasution, A. (2021). *Digital Banking: Perkembangan dan Tantangan di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Mandiri.
- Indonesia, R. (1998). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Indonesia, R. (2008). *Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Iriani, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Presepsi Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Journal of Wind Engineering and Industrial Aerodynamics*, 35.
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Jannah, R. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance And Use Of Technolog. *Jurnal Informasi Teknologi (utaut)*, 9, 36.
- Karim, A. (2019). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kasmir. (2013). *Dasar-Dasar Perbankan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Khasanah, A. U. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking Di BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. *IAIN Ponorogo*, 2.
- Kholis, N. (2018). Perbankan Dalam Era Baru Digital. *Economicus : Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson.
- Kurniati. (2019). Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di DIY. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 2, 242-243.
- Laukkanen, T. (2017). Mobile Banking Hambatan untuk Adopsi dan Outlook Masa Depan. *Jurnal Pemasaran Jasa Keuangan*, 198-199.
- Lubis, M. V., & Siregar, O. M. (2021). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat. *SENRIABDI*, 877.
- Mansur, S., & Muhtadic, R. (2020). Strategi Keandalan Pelayanan Pada PT. Sarana Prima Mandiri. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 268-269.
- Masrohatin, S., Yunus, M., Maulana, F., & Hidayatullah, M. A. (2025). Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Melalui Mobile Banking BYOND BY BSI. *Jurnal Penelitian Nusantara*, Page 465-472.
- Nst, A. H., Sembiring, E. R., Al-Khoiri, P. A., & Nurbaiti. (2023). Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking BSI. *Jurnal UINSU*, 116.

- Nurbaiti, T. (2020). Dampak Layanan Jasa Mobile Banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus bank Muamalat KCPZA Pagar Alam. *IAIN Metro Repository*, 1.
- Nuridin, Musyawarah, I., Nurfitriani, & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 91.
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking. *Jurnal Manajemen*, 9, 273.
- Pratama, A., Saleh, F. M., Zahra, F., & Afdhalia, N. (2019). Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Kenyamanan Pengaruhnya Terhadap Niat Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo*, 2, 204–216.
- Putra, M. A. (2023). Persepsi Nasabah Pada Fitur Di Aplikasi BSI Mobile (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Mataram). *FEBI UIN Mataram*, 18.
- Rachmawati, N. (2020). Persepsi Pengguna Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 45.
- Rahmadaini. (2024). Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Action Mobile Banking Menggunakan Metode Servqual Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bener Meriah Provinsi Aceh. *Repository UIN Ar-Raniry*, 19.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmat, J. (1990). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .

- Ramadhani, S. M., Ekanova, A. P., & Putri, R. A. (2022). Pengaruh Persepsi Penggunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Tentang Niat Nasabah Millenial Menggunakan BNI Mobile Banking Melalui Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *International Journal Management and Economic*, 46.
- Risna Ardianto, R. F. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 80-88.
- Robbins, S. P. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Indeks.
- Saladin, & Yupitri. (2017). *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media .
- Saputri, D. S., Rahayu, S. P., Anggraini, A. A., Wibowo, T. A., Martiningsih, & Sulistiyani, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. *Jurnal Potensial*, 100.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setijadi, W. S. (2021). Pengaruh Merek, Harga, Fitur Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan-Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi ditoko Cendanacell Banjarnegara. *jurnal media komunikasi dan bisnis*, 2.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2007). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sulfiana, E. (2020). Penerapan Sistem Mobile Banking Dalam Peningkatan Pelayanan Nasabah Bank Sulsel Cabang Barru. *IAIN Pare*, 25-26.

- Sunaryo, P. U. (2016). *Psikologi Untuk Keperawatari*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Sutrisno, H. (2020). Kepercayaan dan Loyalitas dalam Layanan Perbankan Digital. *Jurnal Ekonomi Islam*, 120-135.
- Tjiptono, F., & Wiryaningtyas, D. P. (2016). *Manajemen Bank dan Lembaga Keuangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu .
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 182-183.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiastuti, T., & Suhaji. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. *Jurnal Ilmiah Aset*, 55-56.
- Willian, F., & Purba, N. (2020). *Kualitas Pelayanan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zeithaml, Parasuraman, & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Costumer Perceptions And Expectations*. New York: The Free Press.
- Zuhri, A. (2016). *Manajemen Kepatuhan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

##### Petunjuk Pengisian

1. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner
2. Berikut ini adalah keterangan alternative pilihan jawaban yang tersedia, yaitu :  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
KS : Kurang Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

3. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan member tanda check list (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang tersedia dibawah ini:

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan member tanda check list (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang tersedia dibawah ini:

##### Profil Responden

1. Jenis Kelamin : ( ) Pria ( ) Wanita
2. Usia : ( ) 18-20 Tahun ( ) 21-30 Tahun ( ) 31-40 Tahun  
( ) 41-50 Tahun



( ) Diatas 50 Tahun

3. Kecamatan tempat tinggal : ( ) Baiturrahman ( ) Banda Raya ( ) Jaya Baru ( ) Kuta Alam ( ) Kuta Raja ( ) Lueng Bata ( ) Meuraxa ( ) Syiah Kuala ( ) Ulee Kareng
4. Pendidikan terakhir : ( ) SMA/Sederajat ( ) Diploma/Sarjana ( ) Magister
5. Jenis Pekerjaan : ( ) Mahasiswa/Pelajar ( ) PNS ( ) TNI/POLRI ( ) Wiraswasta ( ) Karyawan Swasta ( ) Lain-lain
6. Apakah Pengguna Aplikasi Byond by BSI? ( ) Ya ( ) Tidak
7. Berapa Lama Menggunakan Aplikasi Byond by BSI?  
( ) < 1 Tahun ( ) 1-2 Tahun ( ) 3-4 Tahun ( ) >5 Tahun

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan member tanda check list (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang tersedia dibawah ini:

**Daftar Pernyataan**

| (X1) Persepsi Kegunaan                     |                                                                                                  | 1  | 2 | 3  | 4  | 5   |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
|                                            |                                                                                                  | SS | S | KS | TS | STS |
| <b>A. Menjadikan pekerjaan lebih cepat</b> |                                                                                                  |    |   |    |    |     |
| 1.                                         | Menurut saya, penggunaan aplikasi Byond by BSI membantu saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat |    |   |    |    |     |
| 2.                                         | Saya dapat menghemat                                                                             |    |   |    |    |     |



|                                    |                                                                                                                                       |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|                                    | waktu menjalankan aktivitas perbankan dengan menggunakan aplikasi Byond by BSI dibandingkan manual                                    |  |  |  |  |  |
| <b>B. Bermanfaat</b>               |                                                                                                                                       |  |  |  |  |  |
| 1.                                 | Saya merasa aplikasi Byond by BSI memberikan manfaat dan nilai tambah dalam aktivitas saya sehari-hari                                |  |  |  |  |  |
| 2.                                 | Dengan hadirnya Byond by BSI dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam kegiatan keuangan saya                                   |  |  |  |  |  |
| <b>C. Menambah produktivitas</b>   |                                                                                                                                       |  |  |  |  |  |
| 1.                                 | Semenjak menggunakan aplikasi Byond By BSI sangat membantu saya dalam menyelesaikan pekerjaan yang lebih banyak dalam waktu yang sama |  |  |  |  |  |
| 2.                                 | Aplikasi Byond by BSI dapat meningkatkan produktivitas saya dalam melakukan transaksi                                                 |  |  |  |  |  |
| <b>D. Meningkatkan efektivitas</b> |                                                                                                                                       |  |  |  |  |  |
| 1.                                 | Menurut saya, aplikasi Byond by BSI meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya                                                        |  |  |  |  |  |
| 2.                                 | Saya merasa dapat menyelesaikan kebutuhan perbankan dengan lebih efisien semenjak hadirnya aplikasi Byond by BSI                      |  |  |  |  |  |

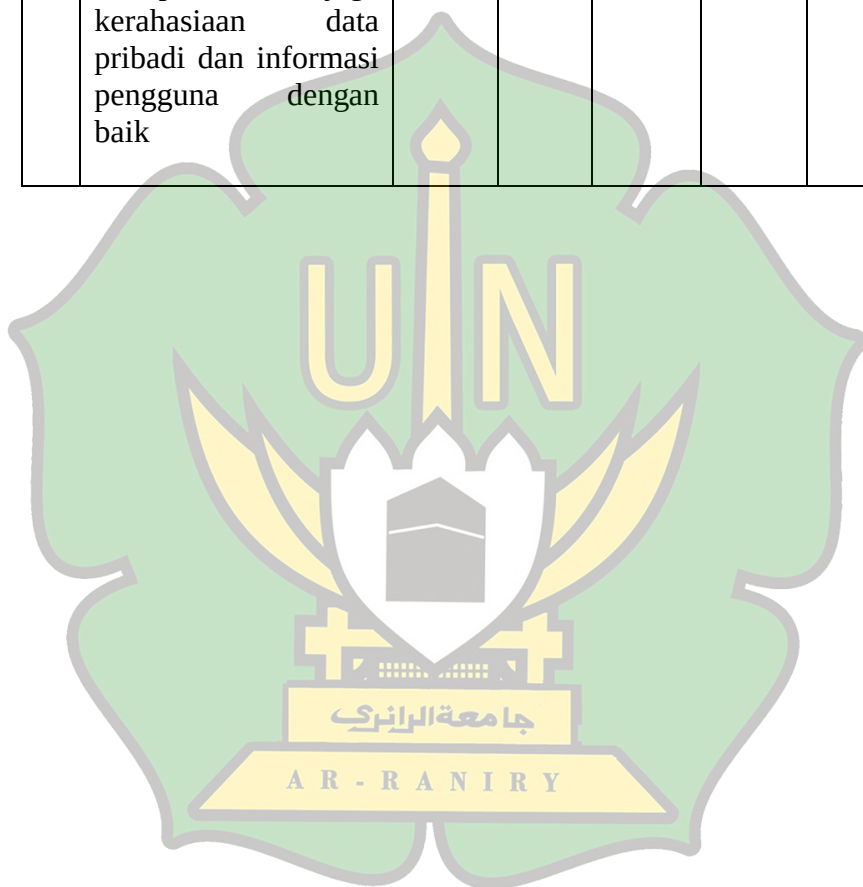
| (X <sub>2</sub> ) Kualitas Layanan Digital                      |                                                                                                                                | 1  | 2 | 3  | 4  | 5   |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
|                                                                 |                                                                                                                                | SS | S | KS | TS | STS |
| <b>g. Efisiensi (<i>Efficiency</i>)</b>                         |                                                                                                                                |    |   |    |    |     |
| 1.                                                              | Menurut saya, Byond By BSI memberikan layanan yang cepat, mudah diakses, dan hemat waktu/biaya                                 |    |   |    |    |     |
| 2.                                                              | Fitur dan menu yang terdapat pada aplikasi Byond by BSI mudah dipahami                                                         |    |   |    |    |     |
| <b>. Pemenuhan janji (<i>Fulfillment</i>)</b>                   |                                                                                                                                |    |   |    |    |     |
| 1.                                                              | Menurut saya, pihak bank telah memberikan layanan penuh berupa informasi transaksi secara akurat melalui aplikasi Byond by BSI |    |   |    |    |     |
| 2.                                                              | Aplikasi Byond by BSI konsisten memberikan layanan sesuai janji layanan digital                                                |    |   |    |    |     |
| <b>Kesediaan sistem beroperasi (<i>System availability</i>)</b> |                                                                                                                                |    |   |    |    |     |
| 1.                                                              | Menurut saya, aplikasi Byond by BSI sangat membantu karena dapat diakses kapan                                                 |    |   |    |    |     |

|                                             |                                                                                                |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|                                             | dan dimana saja                                                                                |  |  |  |  |  |
| 2.                                          | Aplikasi Byond by BSI sudah mulai jarang mengalami gangguan ketika digunakan                   |  |  |  |  |  |
| <b>Privasi (Privacy)</b>                    |                                                                                                |  |  |  |  |  |
| 1.                                          | Saya merasa aman saat melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi Byond by BSI             |  |  |  |  |  |
| 2.                                          | Aplikasi Byond by BSI menjaga penuh informasi pribadi pengguna                                 |  |  |  |  |  |
| <b>Jaminan/keperayaan (Assurance/trust)</b> |                                                                                                |  |  |  |  |  |
| 1.                                          | Menurut saya, aplikasi Byond by BSI sudah dikelola secara professional oleh pihak BSI          |  |  |  |  |  |
| 2.                                          | Aplikasi Byond by BSI memberikan rasa percaya ketika digunakan                                 |  |  |  |  |  |
| <b>Keartistikan laman (Site aesthetics)</b> |                                                                                                |  |  |  |  |  |
| A.                                          | Menurut saya, tampilan aplikasi Byond by BSI dan tata letak fiturnya terlihat rapi dan menarik |  |  |  |  |  |
| B.                                          | Secara menyeluruh, aplikasi Byond by                                                           |  |  |  |  |  |

|  |                                                                |  |  |  |  |  |
|--|----------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|  | BSI memberikan tampilan yang terlihat teratur dan professional |  |  |  |  |  |
|--|----------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

| (Y) Penggunaan                    |                                                                                                                       | 1  | 2 | 3  | 4  | 5   |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| Aplikasi Byond by BSI             |                                                                                                                       | SS | S | KS | TS | STS |
| <b>A. Menarik untuk digunakan</b> |                                                                                                                       |    |   |    |    |     |
| 1.                                | Menurut saya, Byond by BSI menarik untuk digunakan karena memudahkan transaksi dan dapat meningkatkan kinerja nasabah |    |   |    |    |     |
|                                   | Aplikasi Byond by BSI memiliki banyak fitur yang menarik untuk digunakan                                              |    |   |    |    |     |
| <b>Banyak jenis transaksinya</b>  |                                                                                                                       |    |   |    |    |     |
| 2.                                | Byond by BSI menawarkan banyak jenis transaksi pada nasabah                                                           |    |   |    |    |     |
|                                   | Fitur transaksi yang ada pada aplikasi Byond by BSI cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan saya                       |    |   |    |    |     |
| <b>Aman dan terpercaya</b>        |                                                                                                                       |    |   |    |    |     |
| 3.                                | Menurut saya, layanan transaksi Byond by BSI memiliki sistem yang                                                     |    |   |    |    |     |

|  |                                                                                                              |  |  |  |  |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|  | aman sehingga saya merasa nyaman saat melakukan transaksi                                                    |  |  |  |  |  |
|  | Saya percaya aplikasi Byond by BSI mampu menjaga kerahasiaan data pribadi dan informasi pengguna dengan baik |  |  |  |  |  |



## Lampiran 2 Tabulasi Data

| X<br>1.<br>1 | X<br>1.<br>1 | X<br>1.<br>2 | X<br>1.<br>2 | X<br>1.<br>3 | X<br>1.<br>3 | X<br>1.<br>4 | X<br>1.<br>4 | To<br>tal | X<br>2.<br>1 | X<br>2.<br>1 | X<br>2.<br>2 | X<br>2.<br>2 | X<br>2.<br>3 | X<br>2.<br>3 | X<br>2.<br>4 | X<br>2.<br>4 | X<br>2.<br>5 | X<br>2.<br>5 | X<br>2.<br>6 | X<br>2.<br>6 | To<br>tal |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------|
| 5            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 35        | 5            | 4            | 4            | 3            | 5            | 3            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 49        |
| 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 32        | 5            | 5            | 3            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 49        |
| 5            | 5            | 5            | 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 38        | 5            | 4            | 4            | 3            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 5            | 5            | 5            | 51        |
| 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 40        | 4            | 4            | 4            | 4            | 3            | 5            | 3            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 48        |
| 5            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 34        | 5            | 5            | 4            | 3            | 4            | 3            | 4            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 50        |
| 4            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 35        | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 3            | 4            | 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 53        |
| 4            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 35        | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 3            | 4            | 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 53        |
| 4            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 4            | 4            | 37        | 4            | 4            | 4            | 5            | 5            | 4            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 56        |
| 4            | 5            | 3            | 4            | 4            | 4            | 3            | 4            | 31        | 4            | 4            | 4            | 4            | 3            | 2            | 4            | 5            | 3            | 5            | 4            | 4            | 46        |
| 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 5            | 4            | 5            | 37        | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 53        |
| 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 34        | 3            | 4            | 4            | 4            | 4            | 3            | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 48        |
| 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 40        | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 60        |
| 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 35        | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 48        |
| 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 4            | 5            | 5            | 36        | 4            | 4            | 5            | 5            | 5            | 4            | 5            | 5            | 5            | 5            | 4            | 4            | 55        |
| 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 35        | 4            | 5            | 3            | 5            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 5            | 5            | 54        |
| 5            | 5            | 5            | 4            | 5            | 5            | 4            | 5            | 38        | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 55        |
| 4            | 4            | 3            | 3            | 4            | 5            | 3            | 3            | 29        | 4            | 4            | 4            | 3            | 5            | 2            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 49        |
| 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 4            | 35        | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 3            | 4            | 5            | 5            | 5            | 4            | 4            | 51        |
| 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 36        | 5            | 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 54        |
| 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 32        | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 2            | 3            | 4            | 3            | 3            | 4            | 4            | 43        |
| 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 5            | 4            | 5            | 37        | 4            | 4            | 5            | 5            | 5            | 5            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 54        |
| 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 5            | 34        | 3            | 4            | 4            | 4            | 5            | 3            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 47        |
| 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 32        | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 3            | 3            | 3            | 3            | 4            | 4            | 4            | 44        |
| 5            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 36        | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 5            | 4            | 52        |
| 5            | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 5            | 5            | 37        | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 3            | 4            | 4            | 4            | 48        |
| 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 40        | 5            | 4            | 4            | 4            | 5            | 5            | 4            | 5            | 5            | 5            | 4            | 4            | 54        |
| 3            | 3            | 3            | 3            | 3            | 3            | 3            | 4            | 25        | 3            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 47        |
| 5            | 5            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 35        | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 50        |
| 4            | 5            | 4            | 4            | 3            | 4            | 3            | 4            | 31        | 3            | 4            | 4            | 3            | 4            | 3            | 4            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 47        |
| 5            | 5            | 4            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 39        | 4            | 5            | 3            | 4            | 4            | 4            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 4            | 51        |
| 5            | 5            | 5            | 4            | 4            | 5            | 5            | 5            | 38        | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 5            | 4            | 3            | 3            | 3            | 4            | 52        |
| 4            | 3            | 4            | 4            | 4            | 4            | 3            | 3            | 29        | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 4            | 48        |

|   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 31 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 47 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 54 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 46 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 53 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 50 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 54 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 33 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 49 |
| 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 48 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 53 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 48 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 37 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 53 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 52 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 53 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 55 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 36 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 55 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 53 |



|   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 51 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 37 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 55 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 53 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 53 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 53 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 44 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 55 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 53 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 55 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 59 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 56 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 55 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 55 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 56 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 49 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 35 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 50 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 46 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 49 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 37 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |

| Y.1 | Y.1 | Y.2 | Y.2 | Y.3 | Y.3 | Total |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 26    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |
| 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 26    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |
| 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 28    |
| 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 28    |
| 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 25    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 26    |
| 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 27    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 23    |
| 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 27    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 28    |
| 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 5   | 24    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 26    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 27    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 25    |
| 3   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 23    |
| 4   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 26    |
| 3   | 4   | 5   | 4   | 3   | 3   | 22    |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 24    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 30    |

|   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

|   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 26 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 28 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |

### Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### Uji Validitas

##### a) Persepsi Kegunaan

Correlations

|       |                     | X1.1   | X1.1A  | X1.2  | X1.2A  | X1.3   | X1.3A  | X1.4  | X1.4A  | Total  |
|-------|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| X1.1  | Pearson Correlation | 1      | .501** | .533* | .345** | .443** | .497** | .477* | .380** | .741** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.1A | Pearson Correlation | .501** | 1      | .344* | .370** | .391** | .393** | .261* | .492** | .661** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000  | .000   | .000   | .000   | .009  | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.2  | Pearson Correlation | .533** | .344** | 1     | .564** | .358** | .330** | .604* | .351** | .734** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |       | .000   | .000   | .001   | .000  | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.2A | Pearson Correlation | .345** | .370** | .564* | 1      | .319** | .230*  | .450* | .293** | .638** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  |        | .001   | .021   | .000  | .003   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.3  | Pearson Correlation | .443** | .391** | .358* | .319** | 1      | .552** | .510* | .418** | .723** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .001   |        | .000   | .000  | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.3A | Pearson Correlation | .497** | .393** | .330* | .230*  | .552** | 1      | .331* | .345** | .645** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .001  | .021   | .000   |        | .001  | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.4  | Pearson Correlation | .477** | .261** | .604* | .450** | .510** | .331** | 1     | .452** | .757** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .009   | .000  | .000   | .000   | .001   |       | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| X1.4A | Pearson Correlation | .380** | .492** | .351* | .293** | .418** | .345** | .452* | 1      | .671** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .003   | .000   | .000   | .000  |        | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |
| Total | Pearson Correlation | .741** | .661** | .734* | .638** | .723** | .645** | .757* | .671** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   | .000  | .000   |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b) Kualitas Layanan Digital

| Correlations                                             |        |           |        |        |        |       |        |       |        |           |        |        |        |
|----------------------------------------------------------|--------|-----------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|-----------|--------|--------|--------|
|                                                          | X2.1   | X2.1<br>A | X2.2   | X2.2A  | X2.3   | X2.3A | X2.4   | X2.4A | X2.5   | X2.5<br>A | X2.6   | X2.6A  | Total  |
| X2.1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N  | 1      | .499**    | .360** | .208*  | .378** | .189  | .232*  | .131  | .291** | .114      | .307** | .249*  | .564** |
|                                                          |        | .000      | .000   | .038   | .000   | .060  | .020   | .194  | .003   | .261      | .002   | .012   | .000   |
|                                                          | 100    | 100       | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100   | 100    | 100       | 100    | 100    | 100    |
| X2.1A Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .499** | 1         | .179   | .365** | .309** | .174  | .237*  | .204* | .343** | .135      | .476** | .292** | .588** |
|                                                          | .000   |           | .075   | .000   | .002   | .083  | .018   | .042  | .000   | .180      | .000   | .003   | .000   |
|                                                          | 100    | 100       | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100   | 100    | 100       | 100    | 100    | 100    |
| X2.2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N  | .360** | .179      | 1      | .425** | .308** | .177  | .379** | .244* | .191   | .320**    | .120   | .148   | .525** |
|                                                          | .000   | .075      |        | .000   | .002   | .079  | .000   | .014  | .057   | .001      | .233   | .142   | .000   |
|                                                          | 100    | 100       | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100   | 100    | 100       | 100    | 100    | 100    |

|               |                                                   |            |            |            |        |            |        |            |        |            |            |       |       |        |
|---------------|---------------------------------------------------|------------|------------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|------------|-------|-------|--------|
| X2<br>.2<br>A | Pearson<br>Correlat<br>ion<br>Sig. (2-<br>tailed) | .208<br>*  | .365<br>** | .425<br>** | 1      | .248<br>*  | .515** | .434<br>** | .248*  | .249<br>*  | .275<br>** | .256* | .255* | .634** |
|               |                                                   | .038       | .000       | .000       |        | .013       | .000   | .000       | .013   | .012       | .006       | .010  | .010  | .000   |
|               | N                                                 | 100        | 100        | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100        | 100   | 100   | 100    |
| X2<br>.3      | Pearson<br>Correlat<br>ion<br>Sig. (2-<br>tailed) | .378<br>** | .309<br>** | .308<br>** | .248*  | 1          | .165   | .405<br>** | .384** | .477<br>** | .146       | .195  | .252* | .594** |
|               |                                                   | .000       | .002       | .002       | .013   |            | .101   | .000       | .000   | .000       | .147       | .052  | .011  | .000   |
|               | N                                                 | 100        | 100        | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100        | 100   | 100   | 100    |
| X2<br>.3<br>A | Pearson<br>Correlat<br>ion<br>Sig. (2-<br>tailed) | .189       | .174       | .177       | .515** | .165       | 1      | .402<br>** | .318** | .267<br>** | .275<br>** | .121  | .080  | .562** |
|               |                                                   | .060       | .083       | .079       | .000   | .101       |        | .000       | .001   | .007       | .006       | .231  | .427  | .000   |
|               | N                                                 | 100        | 100        | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100        | 100   | 100   | 100    |
| X2<br>.4      | Pearson<br>Correlat<br>ion<br>Sig. (2-<br>tailed) | .232<br>*  | .237<br>*  | .379<br>** | .434** | .405<br>** | .402** | 1          | .453** | .333<br>** | .351<br>** | .155  | .035  | .619** |
|               |                                                   | .020       | .018       | .000       | .000   | .000       | .000   |            | .000   | .001       | .000       | .123  | .729  | .000   |
|               | N                                                 | 100        | 100        | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100    | 100        | 100        | 100   | 100   | 100    |



|               |                                                    |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|---------------|----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| X2<br>.4      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .131<br>.194<br>100   | .204*<br>.042<br>100  | .244*<br>.014<br>100  | .248*<br>.013<br>100  | .384**<br>.000<br>100 | .318**<br>.001<br>100 | .453**<br>.000<br>100 | 1<br>.000<br>100      | .437**<br>.000<br>100 | .486**<br>.000<br>100 | .238*<br>.017<br>100  | .087<br>.387<br>100   | .590**<br>.000<br>100 |
| X2<br>.5      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .291**<br>.003<br>100 | .343**<br>.000<br>100 | .191<br>.057<br>100   | .249*<br>.012<br>100  | .477**<br>.000<br>100 | .267**<br>.007<br>100 | .333**<br>.001<br>100 | .437**<br>.000<br>100 | 1<br>.000<br>100      | .563**<br>.000<br>100 | .506**<br>.000<br>100 | .412**<br>.000<br>100 | .717**<br>.000<br>100 |
| X2<br>.5<br>A | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .114<br>.261<br>100   | .135<br>.180<br>100   | .320**<br>.001<br>100 | .275**<br>.006<br>100 | .146<br>.147<br>100   | .275**<br>.006<br>100 | .351**<br>.000<br>100 | .486**<br>.000<br>100 | .563**<br>.000<br>100 | 1<br>.001<br>100      | .314**<br>.007<br>100 | .270**<br>.000<br>100 | .592**<br>.000<br>100 |
| X2<br>.6      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .307**<br>.002<br>100 | .476**<br>.000<br>100 | .120<br>.233<br>100   | .256*<br>.010<br>100  | .195<br>.052<br>100   | .121<br>.231<br>100   | .155<br>.123<br>100   | .238*<br>.017<br>100  | .506**<br>.000<br>100 | .314**<br>.001<br>100 | 1<br>.000<br>100      | .556**<br>.000<br>100 | .594**<br>.000<br>100 |
| X2<br>.6<br>A | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .249*<br>.194<br>100  | .292**<br>.042<br>100 | .148<br>.014<br>100   | .255*<br>.013<br>100  | .252*<br>.000<br>100  | .080<br>.007<br>100   | .035<br>.001<br>100   | .087<br>.000<br>100   | .412**<br>.000<br>100 | .270**<br>.000<br>100 | .556**<br>.000<br>100 | 1<br>.000<br>100      | .504**<br>.000<br>100 |

|       |                     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |      |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
|       | Sig. (2-tailed)     | .012   | .003   | .142   | .010   | .011   | .427   | .729   | .387   | .000   | .007   | .000   |        | .000 |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100  |
| Total | Pearson Correlation | .564** | .588** | .525** | .634** | .594** | .562** | .619** | .590** | .717** | .592** | .594** | .504** | 1    |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |      |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100  |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### c) Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

|     |                     | Correlations |        |        |        |        |        | Total  |
|-----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|     |                     | Y1           | Y1A    | Y2     | Y2A    | Y3     | Y3A    |        |
| Y1  | Pearson Correlation | 1            | .603** | .436** | .473** | .563** | .511** | .777** |
|     | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|     | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y1A | Pearson Correlation | .603**       | 1      | .429** | .492** | .545** | .465** | .763** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|     | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

|       |                     |        |        |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y2    | Pearson Correlation | .436** | .429** | 1      | .670** | .589** | .294** | .749** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .003   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y2A   | Pearson Correlation | .473** | .492** | .670** | 1      | .547** | .304** | .757** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .002   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y3    | Pearson Correlation | .563** | .545** | .589** | .547** | 1      | .653** | .847** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y3A   | Pearson Correlation | .511** | .465** | .294** | .304** | .653** | 1      | .705** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .003   | .002   | .000   |        | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Total | Pearson Correlation | .777** | .763** | .749** | .757** | .847** | .705** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

### a) Persepsi Kegunaan

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .847                   | 8          |

### b) Kualitas Layanan Digital

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .825                   | 12         |

### c) Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .858                   | 6          |

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 1.68589387              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .097                    |
|                                    | Positive       | .097                    |
|                                    | Negative       | -.054                   |
| Test Statistic                     |                | .097                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .022 <sup>c</sup>       |
| Exact Sig. (2-tailed)              |                | .287                    |

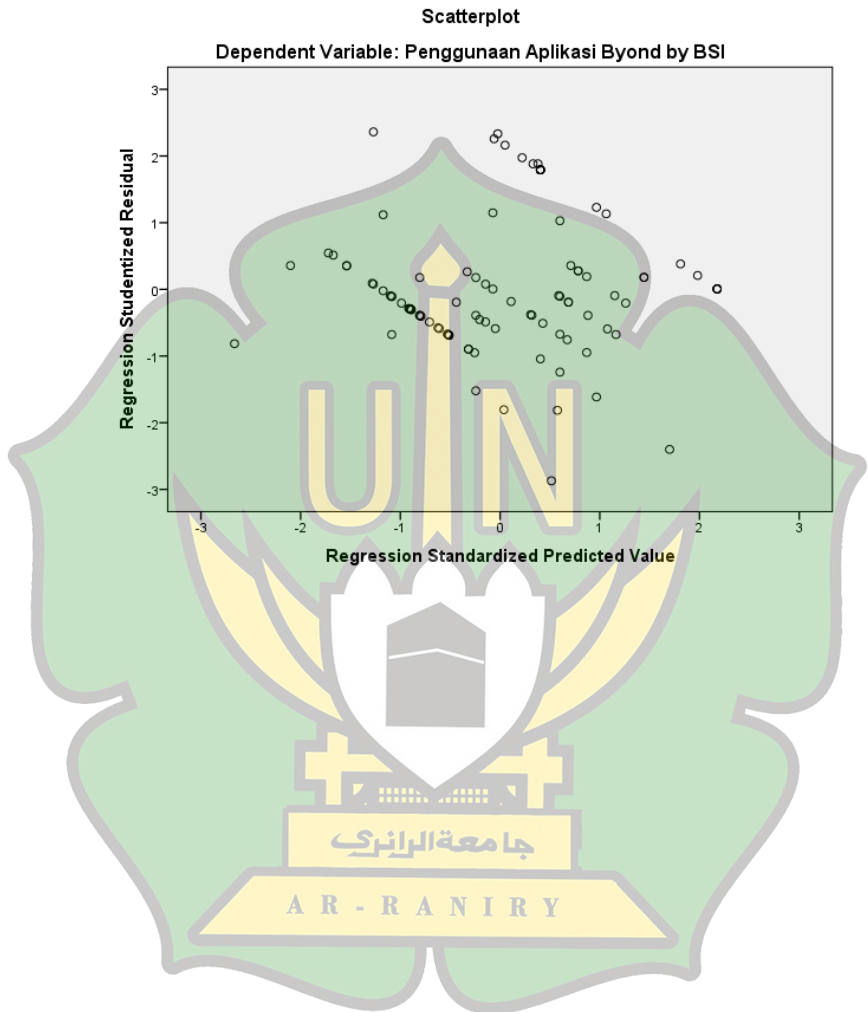
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

2) Uji Multikolonieritas

| Coefficients <sup>a</sup> |                          |                             |            |                           |       |      |                         |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|
|                           |                          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |                         |
|                           |                          | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. | Collinearity Statistics |
| Model                     |                          |                             |            |                           |       |      | Tolerance VIF           |
| 1                         | (Constant)               | 3.485                       | 2.279      |                           | 1.529 | .130 |                         |
|                           | Persepsi Kegunaan        | .174                        | .076       | .226                      | 2.288 | .024 | .523 1.912              |
|                           | Kualitas Layanan Digital | .326                        | .060       | .536                      | 5.431 | .000 | .523 1.912              |

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

### 3) Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda

### 1) Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                          | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)               | 3.485                       | 2.279      |                           | 1.529 | .130 |
|       | Persepsi Kegunaan        | .174                        | .076       | .226                      | 2.288 | .024 |
|       | Kualitas Layanan Digital | .326                        | .060       | .536                      | 5.431 | .000 |

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

### 2) Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 312.782        | 2  | 156.391     | 49.611 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 305.778        | 97 | 3.152       |        |                   |
|       | Total      | 618.560        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Byond by BSI

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Digital, Persepsi Kegunaan

### 3) R<sup>2</sup>

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .711 <sup>a</sup> | .506     | .495              | 1.775                      |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Digital, Persepsi Kegunaan

b. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Byond by BSI



## Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hurriyatun Nissa  
NIM : 190603090  
Tempat/ Tgl. Lahir : Banda Aceh/13 april 2001  
Status : Mahasiswa  
Alamat : Lambitra, Lr. Langsung, Kec. Darussalam,  
Kab. Aceh Besar  
No. Hp : 082171999503  
Email : 190603090@student.ar-raniry.ac.id

#### Riwayat Pendidikan

1. MIN Tungkop : 2013
2. SMP Islam Al-Falah Abu Lam U : 2016
3. SMA Islam Al-Falah Abu Lam U : 2019
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

#### Data Orang Tua

Nama Ayah : (alm) Mukhlis  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Nur Asifah  
Pekerjaan : PNS  
Alamat Orang tua : Lambitra, Lr. Langsung, Kec. Darussalam,  
Kab. Aceh Besar

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y