

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Kenyamanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Byond By BSI* (Studi pada Nasabah Generasi Z Kota Malang)

Nada Pricilia^{1*}, Arista Fauzi Kartika Sari², Naimatul Hasanah³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Koresponden: Nprisilia09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan terhadap minat nasabah Generasi Z dalam menggunakan *Byond By BSI* di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 75 nasabah BSI dari Generasi Z di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *IBM SPSS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Byond By BSI*. Secara parsial, persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z dalam menggunakan *Byond By BSI*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kenyamanan, Minat Nasabah, *Byond By BSI*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, perceived security, and perceived convenience on Generation Z customers' intention to use Byond By BSI in Malang City. This study employed a quantitative research method using primary data collected through questionnaires distributed to 75 Generation Z customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) in Malang City. The sampling technique used was purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS software. The results show that perceived ease of use, perceived security, and perceived convenience have a significant effect on customers' intention to use Byond By BSI. Partially, perceived ease of use, perceived security, and perceived convenience each have a positive and significant effect on customers' intention. These findings indicate that the higher the levels of perceived ease of use, perceived security, and perceived convenience perceived by customers, the stronger their intention to use Byond By BSI.

Keywords: *Perceived ease of use, perceived security, perceived convenience, customer intention, Byond By BSI.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sektor perbankan mengalami perubahan yang cukup besar. Salah satu wujud nyata dari perkembangan tersebut adalah hadirnya layanan *mobile banking*, yaitu layanan keuangan digital yang memungkinkan nasabah mengakses rekening mereka melalui perangkat elektronik seperti *smartphone* atau media digital lainnya secara praktis dan fleksibel. *mobile banking* menjadi inovasi teknologi yang mempermudah serta mempercepat akses layanan perbankan bagi nasabah (Yani et al., 2024).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) merupakan salah satu bank yang gencar melakukan transformasi digital melalui *platform Byond By BSI*. Hingga Juni 2024, *Byond By BSI* telah memiliki 7,1 juta pengguna, dengan jumlah transaksi mencapai 247,5 juta transaksi

dan volume transaksi sebesar Rp299 triliun (BSI, 2024). Meskipun demikian, berdasarkan survei Populix, penggunaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia masih didominasi oleh BCA Mobile sebesar 60%, diikuti BRI Mo 26%, Livin' by Mandiri 25%, BNI *Mobile Banking* 23%, sedangkan *Byond By BSI* hanya sebesar 9% (Angelia, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa adopsi *mobile banking* di Indonesia terus meningkat, namun daya saing *Byond By BSI* masih relatif rendah dibandingkan bank-bank konvensional yang memiliki infrastruktur digital lebih matang (OJK, 2023).

Fenomena saat ini menunjukkan bahwa preferensi layanan perbankan Generasi Z semakin bergeser menuju layanan digital. Generasi Z cenderung mengandalkan *mobile banking* karena praktis, efisien, serta sesuai dengan karakteristik mereka yang dekat dengan teknologi (Maksum, 2023). Namun, minat penggunaan *Byond By BSI* pada Generasi Z masih belum optimal. Pengguna *Byond By BSI* tercatat sekitar 4,81 juta, sedangkan jumlah nasabah mencapai 17,79 juta (Savitri & Arianti, 2024). Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa meskipun *Byond By BSI* membantu mempercepat pekerjaan, aplikasi tersebut dinilai belum memberikan manfaat yang maksimal sehingga memengaruhi minat penggunaan (Syaepana et al., 2024).

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), minat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi (Davis, 1989). Selain kemudahan, keamanan dan kenyamanan juga menjadi faktor penting dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Namun, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian Nasrulloh, (2025) menemukan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Byond By BSI*, sedangkan penelitian Khotijah & Yunita, (2024) menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan penggunaan. Di sisi lain, penelitian Finannafi'ah & Witono, (2022) membuktikan bahwa kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sedangkan Wijanarto & Wardani, (2022) menemukan hasil yang tidak signifikan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan, dan kenyamanan merupakan faktor yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* (Lubis et al., 2023; Handinisari et al., 2022; Junaedi & Neneng, 2023). Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji perilaku penggunaan *Byond By BSI* pada Generasi Z di Kota Malang serta belum menempatkan kenyamanan sebagai variabel yang relevan sesuai perkembangan kebutuhan pengguna digital (Sharma et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan terhadap minat nasabah Generasi Z dalam menggunakan *Byond By BSI* di Kota Malang.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kenyamanan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Penelitian ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, (1989) sebagai model yang menjelaskan penerimaan individu terhadap suatu sistem teknologi. TAM menyatakan bahwa minat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan penggunaan

(perceived ease of use) dan persepsi terhadap manfaat (*perceived usefulness*), yang pada akhirnya membentuk niat perilaku (behavioral intention) (Davis et al., 2024).

Dalam konteks penelitian ini, *Technology Acceptance Model* digunakan untuk menjelaskan minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan layanan *Byond By BSI* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Persepsi kemudahan tercermin dari sejauh mana nasabah merasa bahwa fitur-fitur dalam aplikasi *Byond By BSI* mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak memerlukan usaha yang rumit. Semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan, maka semakin besar minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Menurut Davis et al., (2024) teknologi yang dipersepsikan mudah digunakan akan lebih mudah untuk diterima oleh pengguna karena tidak menimbulkan beban tambahan dalam penggunaannya.

Minat Nasabah

Minat nasabah dalam konteks penggunaan layanan teknologi finansial seperti *mobile banking* adalah kecenderungan atau niat seseorang untuk menggunakan dan terus menggunakan suatu layanan teknologi berdasarkan evaluasi persepsi terhadap aspek-aspek tertentu dari layanan tersebut. Menurut Putri & Sabaruddin, (2025) tentang *behavioral intention* terhadap *mobile banking*, minat penggunaan (*intention to use*) merupakan keinginan atau rencana seseorang untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* di masa mendatang sebagai respons dari faktor-faktor seperti kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan yang dimilikinya terhadap teknologi tersebut.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan sebuah sistem atau teknologi tidak membutuhkan usaha yang besar dan tidak menimbulkan kesulitan yang berarti dalam pemakaiannya. Konsep ini merupakan bagian dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan bahwa kemudahan dalam penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang untuk menerima dan memakai suatu teknologi.

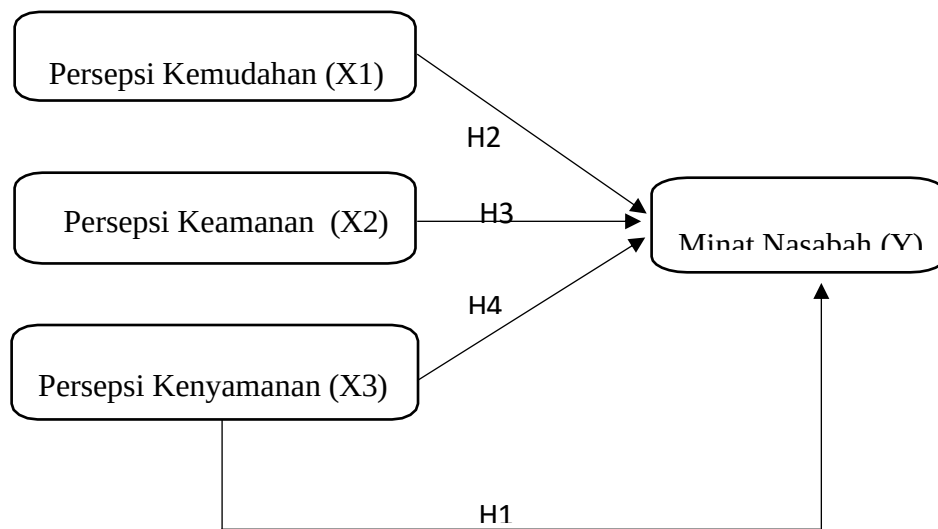
Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan (*perceived security*) dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem atau layanan digital mampu memberikan perlindungan terhadap data pribadi dan aktivitas transaksi dari berbagai ancaman, seperti peretasan, pencurian informasi, maupun akses ilegal oleh pihak yang tidak berwenang. Dalam layanan *mobile banking*, keamanan menjadi aspek yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan transaksi keuangan serta informasi sensitif milik nasabah. Oleh sebab itu, tingkat keamanan yang dirasakan pengguna akan memengaruhi rasa percaya dan minat mereka dalam memanfaatkan layanan perbankan digital (Saputra et al., 2025).

Persepsi Kenyamanan

Persepsi kenyamanan (*perceived convenience*) merupakan penilaian individu mengenai sejauh mana suatu layanan dapat digunakan secara praktis, fleksibel, serta memberikan kemudahan dalam menghemat waktu dan tenaga. Dalam konteks layanan digital, kenyamanan sering dikaitkan dengan kemudahan akses kapan saja dan di mana saja tanpa harus melalui prosedur yang rumit. Pada layanan *mobile banking*, kenyamanan menjadi faktor penting karena memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan secara cepat tanpa harus datang ke kantor cabang. Faktor ini dapat memengaruhi minat penggunaan layanan secara berkelanjutan (Rahmadghani et al., 2024).

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian:

H1: Persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.

H3: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.

H4: Persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI generasi Z Kota Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, jumlah populasi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang termasuk dalam kategori Generasi Z di Kota Malang tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Malhotra karena jumlah populasi tidak diketahui. Berdasarkan perhitungan rumus Malhotra maka jumlah sampel penelitian ini sebanyak 75 responden.

Definisi Operasional Variabel

Minat Nasabah

Minat menggunakan *Byond By BSI* merupakan niat atau kecenderungan nasabah untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara digital. Menurut Maharani et al., (2023) terdapat beberapa indikator minat yaitu:

1. Minat eksploratif
2. Minat preferensial
3. Minat transaksional
4. Komitmen berkelanjutan
5. Minat referensial.

Persepsi Kemudahan

Kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi informasi dapat dilakukan dengan sederhana, jelas, dan tidak

memerlukan usaha yang berat. Beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi menurut Junaedi & Neneng, (2023), antara lain :

1. *Easy system to learn*
2. *Easy to use*
3. *Skills increase.*
4. *Easy to operate.*

Persepsi Keamanan

Keamanan dapat diartikan sebagai pandangan atau keyakinan nasabah mengenai kemampuan pihak bank dalam menjaga serta melindungi informasi pribadi yang diperoleh dari transaksi elektronik agar tidak diakses oleh pihak yang tidak berhak. Menurut Rahardjo, (2005) indikator dari Persepsi Keamanan yaitu:

1. Tingkat kepercayaan
2. Tingkat kerahasiaan data
3. Tingkat keamanan.

Persepsi Kenyamanan

Kenyamanan merupakan kondisi ketika kebutuhan individu atau pelanggan dapat terpenuhi sehingga menimbulkan rasa puas, terutama ketika setiap proses yang dijalani berlangsung dengan mudah dan cepat. Menurut Hasibuan et al., (2024) terdapat dimensi kenyamanan yaitu:

1. Kenyamanan akses
2. Kenyamanan transaksi
3. Kenyamanan setelah memperoleh manfaat.

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan didistribusikan secara daring kepada para responden menggunakan *Google Form*.

Metode Analisis Data

Seluruh proses pengolahan dan pengujian data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), sehingga hasil analisis dapat lebih akurat dan terukur.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun *output* dari regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.972	0.042		28.419	0.000
	Persepsi Kemudahan	0.370	0.001	0.002	1.997	0.017
	Persepsi Keamanan	0.410	0.008	-0.246	5.157	0.000
	Persepsi Kenyamanan	1.192	0.008	1.240	2.578	0.000

Sumber: Data diolah, 2026

- a. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan (X1) sebesar 0,370. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, maka minat nasabah cenderung meningkat dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi keamanan (X2) sebesar 0,410. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan, maka minat nasabah cenderung

- meningkat, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kenyamanan (X3) sebesar 1,192. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kenyamanan, maka minat nasabah akan meningkat, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner, pada penelitian ini uji validitas menggunakan tingkat signifikan $< 0,05$ dengan syarat nilai r hitung $> r$ tabel maka dapat disimpulkan item pernyataan valid, sedangkan jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai r hitung $< r$ tabel ditanyakan tidak valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Persepsi Kemudahan				
X1.1	0,696	0.2272	0,000	Valid
X1.2	0,633	0.2272	0,000	Valid
X1.3	0,661	0.2272	0,000	Valid
X1.4	0,576	0.2272	0,000	Valid
X1.5	0,707	0.2272	0,000	Valid
X1.6	0,726	0.2272	0,000	Valid
X1.7	0,633	0.2272	0,000	Valid
X1.8	0,715	0.2272	0,000	Valid
Persepsi Keamanan				
X2.1	0,680	0.2272	0,000	Valid
X2.2	0,622	0.2272	0,000	Valid
X2.3	0,719	0.2272	0,000	Valid
X2.4	0,591	0.2272	0,000	Valid
X2.5	0,660	0.2272	0,000	Valid
X2.6	0,715	0.2272	0,000	Valid
Persepsi Kenyamanan				
X3.1	0,637	0.2272	0,000	Valid
X3.2	0,694	0.2272	0,000	Valid
X3.3	0,786	0.2272	0,000	Valid
X3.4	0,759	0.2272	0,000	Valid
X3.5	0,696	0.2272	0,000	Valid
X3.6	0,752	0.2272	0,000	Valid
Minat Nasabah				
Y.1	0,658	0.2272	0,000	Valid
Y.2	0,613	0.2272	0,000	Valid
Y.3	0,731	0.2272	0,000	Valid
Y.4	0,643	0.2272	0,000	Valid
Y.5	0,660	0.2272	0,000	Valid
Y.6	0,638	0.2272	0,000	Valid
Y.7	0,769	0.2272	0,000	Valid
Y.8	0,737	0.2272	0,000	Valid
Y.9	0,534	0.2272	0,000	Valid
Y.10	0,625	0.2272	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai r hitung pada setiap item pernyataan juga lebih besar daripada r tabel sebesar 0,2272. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi kriteria validitas sehingga mampu mengukur variabel independen (persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kenyamanan) dan variabel dependen (minat nasabah) yang diteliti secara tepat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner memiliki hasil yang sama ketika digunakan berulang kali. Dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,5.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Crobach's Alpha	Keterangan
1.	Persepsi Kemudahan (X1)	0,820	Reliabel
2.	Persepsi Keamanan (X2)	0,703	Reliabel
3.	Persepsi Kenyamanan (X3)	0,815	Reliabel
4.	Minat Nasabah (Y)	0,858	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi keamanan (X2), persepsi kenyamanan (X3), dan minat nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas, sehingga instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur setiap variabel penelitian.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah residual dalam model regresi terdistribusi normal atau tidak, karena model regresi yang ideal ditandai dengan residu yang terdistribusi normal, sehingga model memenuhi asumsi dasar regresi linear.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters a,b	Mean	39.79
	Std. Deviation	17.965
Most Extreme Differences	Absolute	0.075
	Positive	0.075
	Negative	-0.052
Test Statistic		0.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.063 ^c

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,063. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi yang digunakan, yaitu 0,05 (0,063 > 0,05). Dengan demikian, H_0 diterima, yang berarti residual pada model regresi berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi linear berganda.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Kemudahan	0.643	1.554
	Persepsi Keamanan	0.644	1.553
	Persepsi Kenyamanan	0.641	1.552

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel adalah > 0,01 dan nilai VIF dari setiap variabel adalah < 10. Hal ini merepresentasikan bahwa data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi di antara variabel independen sehingga

data penelitian ini layak untuk digunakan.

- 2) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antar tingkat prediksi dalam model regresi.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.730	2.893		0.252	0.801
	Persepsi Kemudahan	0.010	0.046	0.033	0.226	0.822
	Persepsi Keamanan	0.627	0.549	0.726	1.142	0.257
	Persepsi Kenyamanan	-0.586	0.528	-0.710	-1.110	0.271

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel adalah $>0,05$, di mana hal ini merepresentasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga data penelitian ini layak untuk digunakan.

Uji Hasil Uji Hipotesis

- 1) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1531.031	3	510.344	42.748	0.000 ^b
	Residual	847.636	71	11.939		
	Total	2378.667	74			

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 42,748 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat nasabah.

- 2) Koefisien determinasi (R Square) dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y).

Tabel 8 Hasil Uji R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.802 ^a	0.644	0.629	3.455

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,629 yang berarti variabel bebas (persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kenyamanan) memengaruhi sebesar 62,9% terhadap variabel terikat (minat nasabah), dan variabel lain yaitu sebesar 37,1% dijelaskan variabel lain di luar model.

- 3) Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05.

Tabel 9 Hasil Uji R Square

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.972	0.042		28.419	0.000
	Persepsi Kemudahan	0.370	0.001	0.002	1.997	0.017
	Persepsi Keamanan	0.410	0.008	-0.246	5.517	0.000
	Persepsi Kenyamanan	1.192	0.008	1.240	2.578	0.000

Sumber: Data diolah, 2026

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah

Hipotesis kedua menyatakan bahwa persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah (Y), dengan t hitung 1,997 (lebih besar dari t tabel 1,993) dan signifikansi 0,017 (kurang dari 0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah yang memiliki persepsi kemudahan yang tinggi terhadap *Byond By BSI* cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Nasabah yang merasa *Byond By BSI* mudah dipelajari, mudah dipahami, mudah digunakan, serta memiliki fitur yang mudah diakses akan lebih percaya diri dalam melakukan transaksi digital. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi membuat nasabah semakin mahir dalam mengoperasikan *Byond By BSI*. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya minat nasabah untuk mencari informasi mengenai fitur-fitur *Byond By BSI*, memilih *Byond By BSI* sebagai layanan *mobile banking* utama, terus menggunakannya dalam bertransaksi, serta bersedia merekomendasikannya kepada orang lain.

2. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa persepsi keamanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah (Y), dengan t hitung 51,573 (lebih besar dari t tabel 1,993) dan signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah yang memiliki persepsi keamanan yang tinggi terhadap *Byond By BSI* cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Nasabah yang percaya bahwa *Byond By BSI* aman digunakan untuk bertransaksi, memiliki sistem perlindungan yang dapat diandalkan, mampu menjaga kerahasiaan data pribadi dan informasi rekening, serta memberikan rasa aman dan nyaman saat bertransaksi akan semakin yakin dalam menggunakan aplikasi. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya minat nasabah untuk mencari informasi mengenai fitur-fitur *Byond By BSI*, memilih *Byond By BSI* sebagai layanan *mobile banking* utama, terus menggunakannya dalam melakukan transaksi, serta bersedia merekomendasikannya kepada teman maupun keluarga.

3. Pengaruh Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah

Hipotesis keempat menyatakan bahwa persepsi kenyamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah (Y), dengan t hitung 257,811 (lebih besar dari t tabel 1,993) dan signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah yang memiliki persepsi kenyamanan yang tinggi terhadap *Byond By BSI* cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Nasabah yang merasa nyaman mengakses *Byond By BSI* kapan pun dan di mana pun, mudah mengakses aplikasi tanpa kendala, nyaman saat melakukan transaksi, serta merasakan proses transaksi yang cepat dan tidak merepotkan akan memperoleh pengalaman penggunaan yang lebih baik. Selain itu, kepuasan dan pengalaman transaksi yang menyenangkan setelah menggunakan *Byond By BSI* semakin meningkatkan keyakinan nasabah dalam menggunakan aplikasi. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya minat nasabah untuk mencari informasi mengenai fitur-fitur *Byond By BSI*, memilih *Byond By BSI* sebagai layanan *mobile banking* utama, terus menggunakannya dalam melakukan transaksi, serta bersedia merekomendasikannya kepada teman maupun keluarga.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.

3. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.
4. Persepsi kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan *Byond By BSI*.

Keterbatasan

1. Penelitian ini dilakukan pada periode tertentu sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan kondisi minat penggunaan *Byond By BSI* pada saat penelitian dilaksanakan.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu lokasi penelitian sehingga hasil yang diperoleh belum tentu dapat menggambarkan kondisi pengguna *Byond By BSI* di wilayah lain yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan tingkat adopsi teknologi yang berbeda.
3. Cakupan penelitian masih terbatas pada lingkup wilayah penelitian yang relatif sempit (kota) dan belum mencakup tingkat provinsi.
4. Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada responden tanpa didukung data sekunder mengenai daftar pengguna aktif *Byond By BSI*.
5. Penelitian ini berfokus pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menggunakan *Byond by BSI*.
6. Data usia responden diperoleh melalui pilihan kategori usia pada kuesioner, sehingga informasi mengenai usia responden belum tergambarkan secara rinci. Selain itu, penelitian ini belum secara tegas menetapkan kriteria responden yang telah berusia minimal 17 tahun atau telah memiliki e-KTP sebagai syarat untuk menggunakan *Byond by BSI* secara mandiri.
7. Penelitian ini hanya mengolah data sebanyak 75 responden sesuai dengan jumlah minimal hasil perhitungan sampel, meskipun jumlah kuesioner yang memenuhi kriteria penelitian lebih banyak.

Saran

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan mempertimbangkan perkembangan layanan digital perbankan yang terus berubah, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi penggunaan *mobile banking* yang lebih aktual.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada lokasi yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* berdasarkan karakteristik wilayah maupun kondisi responden.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian hingga tingkat provinsi dengan melibatkan responden dari berbagai kabupaten/kota. Cakupan penelitian yang lebih luas diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih representatif serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* pada Generasi Z.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan data sekunder atau bekerja sama dengan pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) guna memperoleh informasi mengenai jumlah maupun karakteristik pengguna aktif *Byond by BSI*. Dengan demikian, proses penentuan populasi pada pemilihan sampel dapat dilakukan secara lebih tepat sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan representatif.
5. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperjelas kriteria responden, yaitu responden yang benar-benar merupakan pengguna aktif *Byond by BSI*. Selain itu, penelitian dapat memperluas objek penelitian dengan membandingkan pengguna *Byond by BSI* dengan nasabah BSI yang belum menggunakan *Byond by BSI* atau dengan pengguna layanan *mobile banking* dari bank lain. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan perbankan digital.
6. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menetapkan kriteria responden secara lebih spesifik,

yaitu responden yang telah berusia minimal 17 tahun atau telah memiliki e-KTP sehingga memenuhi persyaratan untuk mendaftar dan menggunakan aplikasi *Byond by BSI* secara mandiri. Selain itu, pada instrumen kuesioner sebaiknya identitas seperti usia dicantumkan dalam bentuk isian (essay) daripada pilihan ganda agar data yang diperoleh lebih akurat dan dapat menggambarkan karakteristik responden secara lebih rinci. Peneliti selanjutnya juga disarankan melakukan penyaringan (screening) pada awal kuesioner untuk memastikan bahwa seluruh responden merupakan pengguna aktif *Byond by BSI* sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan sesuai dengan objek penelitian.

7. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengolah seluruh data kuesioner yang telah memenuhi kriteria penelitian. Jumlah sampel tidak harus terbatas pada jumlah minimal yang diperoleh berdasarkan perhitungan rumus Malhotra, melainkan dapat menggunakan seluruh responden yang valid apabila jumlahnya melebihi batas minimal tersebut. Penggunaan seluruh data responden yang memenuhi kriteria diharapkan dapat meningkatkan representativitas hasil penelitian serta memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *Byond by BSI*

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, D. (2022). *Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022*. Goodstats.Id.
- BSI. (2024). https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apresiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile?utm_source=chatgpt.com. Bankbsi.Co.Id.https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apresiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile?utm_source=chatgpt.com
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. *Mis Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D., Granić, A., & Marangunić, N. (2024). *The Technology Acceptance Model: 30 Years Of Tam*. Springer.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). *Pengaruh Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking*. 10(1), 172–182.
- Handinisari, H., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 818–828. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V4i3.2076>
- Hasibuan, M. H., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2024). Analisis Penggunaan Fitur Pembayaran Online E-Commerce Dan Top Up E-Wallet Terhadap Kenyamanan Bertransaksi Menggunakan *Byond By Bsi* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Sumatera Utara). *Jesya*, 7(2), 2121–2133. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i2.1772>
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-Best: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/Ibest.V2i1.338>
- Khotijah, D., & Yunita, R. (2024). Pengaruh Fitur *Byond By Bsi* Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsi Kc Madiun Agus Salim. *Wadiah*, 8(1), 57–83.
- Lubis, A. P., Ramadhani, S., & Inayah, N. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kenyamanan *Mobile Banking* Syariah Terhadap Customer Intention (Minat Nasabah) Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderating. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 14–30. <https://doi.org/10.71456/Sur.V2i1.637>
- Maksum. (2023). Eksplorasi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

- Syariah Dan Konvensional Perspektif Theory Of Consumption Value. *Jii*, 8(2), 182–197. <https://doi.org/10.32505/Jii.V8i2.7717>
- Nasrulloh, M. (2025). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Keamanan Terhadap Nasabah Muara Bulian Menggunakan *Byond By Bsi*. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 1151–1158.
- Nur Izzati Maharani, Arsa, & Firman Syah Noor. (2023). Pengaruh Kepercayaan Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 130–143. <https://doi.org/10.61722/Jssr.V1i2.120>
- OJK. (2023). *Keuangan Digital , Kunci Perekonomian Indonesia 2045*.
- Putri, E. N., & La Ode Sabaruddin. (2025). *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness And Perceived Trust On Behavior Intention To Use Mobile Banking*. *Amkop Management Accounting Review (Amar)*, 5(2), 547–554. <https://doi.org/10.37531/Amar.V5i2.2362>
- Rahardjo, B. (2005). Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet. *Bandung: Pt. Insan Indonesia*.
- Rahmadghani, T., Usman, O., & Aditya, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi,Manajemendanakuntansi*,9(2),693–710. <http://Jurnal.Kolibi.Org/Index.Php/Neraca3025-1192>
- Saputra, M. R. H., Ekowati, T., & Runanto, D. (2025). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bca Di Purworejo). *Jurnal Volatilitas*, 7(1), 1–14.
- Savitri, A. E., & Arianti, F. (2024). *Analisis Faktor Penentu Penggunaan Byond By Bsi Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)*. Undip: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Sharma, N., Sharma, M., & Singh, T. (2024). *Mobile banking app experience of generation Y and Z consumers*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(8), 2008–2027.
- Syaepana, A., Purbasari, V. A., Syaepana, A., Purbasari, V. A., & Info, A. (2024). *Persepsi Kemanfaatan dalam Penggunaan Byond By BSI oleh Generasi X , Y dan Z*. 3(2), 90–102. <https://doi.org/10.21154/falahiya.v3i2.3967>
- Wijanarto, A. L., & Wardani, D. (2022). *Peran Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA (Studi pada Nasabah Pengguna Fasilitas M - BCA di Kota Depok)*. 8114.
- Yani, S., Usdeldi, U., & Ridho, T. (2024). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *Byond By BSI* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *ECo-Fin*, 6(2), 341–349. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i2.1307>