

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

PENGARUH KUALITAS INTERAKSI DIGITAL, PERSEPSI KEAMANAN, DAN USER EXPERIENCE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG *BYOND* BY BSI (STUDI PADA NASABAH BSI KC BANYUWANGI BASUKI RAHMAT)

¹Ristian Sinta, ²Putri Sella Enjelita, ³Shaffiyah, ⁴Nadia Azalia Putri

^{1,2,3,4}Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Email: ¹sinta31946@gmail.com, ²putrisela041@gmail.com, ³itsmeshaffiyah@gmail.com,
⁴nadiaazalia@uinkhas.com.id

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Kata Kunci:

Interaksi Digital, Persepsi Keamanan, User Experience.

Cara Sitasi:

Penulis, Ristian Sinta, Putri Sella Enjelita, Shaffiyah, Nadia Azalia Putri.

“Pengaruh Kualitas Interaksi Digital, Persepsi Keamanan, dan *User experience* terhadap Minat Penggunaan Berulang *BYOND* by BSI (Studi pada Nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat).” *Currency: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* [Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

Perkembangan transformasi digital pada industri perbankan syariah mendorong peningkatan penggunaan layanan *mobile banking* sebagai sarana transaksi yang praktis dan efisien. Salah satu inovasi layanan digital tersebut adalah *BYOND* by BSI yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas interaksi digital, persepsi keamanan, dan *user experience* terhadap minat penggunaan berulang aplikasi *BYOND* by BSI pada nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang aplikasi *BYOND* by BSI. Sementara itu, kualitas interaksi digital dan *user experience* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Temuan ini menunjukkan bahwa keamanan menjadi faktor utama yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah secara berkelanjutan.

The rapid growth of digital transformation in the Islamic banking industry has increased the use of mobile banking services as a practical and efficient transaction medium. One of these digital innovations is BYOND by BSI, developed by Bank Syariah Indonesia to improve service quality for customers. This study aims to examine the influence of digital interaction quality, perceived security, and user experience on the continuance intention to use the BYOND by BSI application among customers of BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat. The study employed a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Partial Least Square-

Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 3.0 software. The findings indicate that perceived security has a positive and significant effect on continuance intention to use the BYOND by BSI application. Meanwhile, digital interaction quality and user experience have positive but insignificant effects on continuance intention. These findings suggest that security is the primary factor influencing customer loyalty in continuously using Islamic mobile banking service.

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia telah melihat kemajuan yang nyata dalam 10 tahun terakhir, yang ditandai dengan adanya transformasi mendasar dalam struktur kelembagaan maupun regulasi. Perkembangan ini tidak terlepas dari upaya pemerintah dalam mendorong inklusivitas keuangan serta pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Secara konseptual, perbankan syariah mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas operasionalnya, seperti larangan riba (bunga) serta menghindari praktik keuangan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai syariah (Fatimah Tuzzuhro, Noni rozaini, 2023). Perkembangan ini membuktikan mengenai perbankan syariah berperan sebagai lembaga keuangan, tetapi juga instrumen dalam mewujudkan sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan (Makki & Hasan, 2025).

Perkembangan perbankan syariah tersebut tidak terlepas dari pengaruh kemajuan teknologi yang mendorong transformasi layanan ke arah digital. Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah membawa perubahan besar terhadap pola perilaku masyarakat, yang kini cenderung beralih ke arah digitalisasi (Syah et al., 2019). Hal ini membuat berbagai aktivitas menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Dalam konteks perbankan digitalisasi menjadi suatu keharusan karena nasabah mengharapkan pelayanan yang memberikan kecepatan, kemudahan, serta kenyamanan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, teknologi memegang peranan penting dalam mendukung kegiatan operasional perbankan dan mendorong terciptanya inovasi layanan berbasis digital (Triyanti et al., 2021).

Meskipun penggunaan *mobile banking* mengalami peningkatan, keberhasilan layanan digital tidak hanya diukur dari jumlah pengguna awal, tetapi juga dari kemampuan aplikasi dalam mempertahankan minat penggunaan berulang (*continuance intention*) nasabah (Ferbianti, 2025). Dalam praktiknya, masih ditemukan berbagai kendala seperti gangguan sistem, keterlambatan transaksi, kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, hingga pengalaman penggunaan yang belum sepenuhnya memuaskan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* secara berkelanjutan (Fahrudi et al. 2023). Oleh karena itu, penting bagi perbankan syariah untuk memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan *reuse intention* pengguna aplikasi BYOND by BSI.

Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pemanfaatan teknologi internet dalam layanan perbankan melalui *mobile banking (m-banking)*. *Mobile banking* adalah layanan keuangan yang memanfaatkan alat komunikasi seperti telepon pintar untuk membantu nasabah dalam melakukan berbagai jenis transaksi. Melalui layanan ini nasabah dapat melakukan aktivitas seperti pengecekan saldo, transfer antar rekening, dan berbagai transaksi lainnya dengan mudah, nyaman, dan aman (Lubis darma Yanti & Lukman Sanusi, 2023).

Dengan berkembangnya *mobile banking* sebagai bentuk digitalisasi perbankan, Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu pelaku utama dalam industri perbankan syariah nasional merespons perubahan ini melalui *platform* digital BYOND by BSI. *Platform* ini merupakan

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

inovasi strategis yang menawarkan berbagai layanan berbasis prinsip syariah mulai dari transaksi keuangan, pembukaan rekening secara *online*, hingga layanan konsultasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah secara holistik (Elsalonika & Ida, 2025). *BYOND by BSI* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang atau ATM, sehingga lebih praktis dan efisien. Selain itu, aplikasi ini dilengkapi fitur islami pembayaran zakat, dan informasi waktu sholat yang mendukung kebutuhan spiritual nasabah. Dengan demikian, *BYOND by BSI* tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga berfungsi untuk memperkuat hubungan antara bank dengan nasabah serta meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan daya saing di tengah persaingan industri perbankan yang semakin meningkat. (Antika Matondang et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan berulang layanan digital. Penelitian (Angelista et al., 2024) menyatakan bahwa kualitas interaksi digital berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna karena mampu menciptakan komunikasi dan kenyamanan dalam penggunaan aplikasi. Namun, penelitian (Ainy, 2020) menemukan bahwa interaksi digital belum tentu menjadi faktor utama dalam meningkatkan *continuance intention* pengguna *mobile banking*. Di sisi lain, persepsi keamanan sering dianggap sebagai faktor dominan karena berkaitan dengan perlindungan data dan keamanan transaksi digital. Akan tetapi, terdapat pula penelitian yang menunjukkan bahwa *user experience* memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan aspek keamanan dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi digital. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks *mobile banking* syariah.

Pemilihan variabel kualitas interaksi digital dalam penelitian ini didasarkan pada pentingnya kualitas komunikasi dan kemudahan interaksi antara sistem aplikasi dengan pengguna dalam menciptakan kenyamanan layanan digital (Ridwan et al., 2019). Variabel persepsi keamanan dipilih karena keamanan menjadi aspek utama yang dipertimbangkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan digital, terutama terkait perlindungan data pribadi dan risiko kejahatan siber (Wahyuni et al., 2024). Sementara itu, *user experience* dipilih karena pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong penggunaan aplikasi secara berulang. Ketiga variabel tersebut dinilai relevan dalam menjelaskan perilaku nasabah terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi *BYOND by BSI*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas interaksi digital, persepsi keamanan, dan *user experience* terhadap minat penggunaan berulang aplikasi *BYOND by BSI* pada nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian perilaku pengguna *mobile banking* syariah serta menjadi bahan evaluasi bagi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis

Kajian pustaka ini membahas teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas interaksi digital, persepsi keamanan, *user experience*, dan minat penggunaan berulang pada layanan *mobile banking*, khususnya aplikasi *BYOND by BSI*. Kajian pustaka digunakan sebagai landasan teoritis dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian serta mendukung pengembangan hipotesis penelitian.

1. Pengaruh Kualitas Interaksi Digital terhadap Minat Penggunaan Berulang

Pengaruh kualitas interaksi digital terhadap minat penggunaan berulang merupakan topik krusial dalam studi perilaku konsumen dan sistem informasi. Kualitas interaksi digital, yang sering diukur melalui dimensi seperti kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), dan responsivitas sistem, menjadi penentu utama apakah seorang pengguna akan kembali menggunakan sebuah *platform* atau aplikasi (Mujalipah & Hidayat, 2025).

Kualitas interaksi digital merupakan kemampuan sistem digital dalam menciptakan komunikasi dan pengalaman interaksi yang efektif, responsif, dan mudah dipahami oleh pengguna. Dalam konteks *mobile banking*, kualitas interaksi digital tercermin melalui kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan sistem, kejelasan informasi, serta kemampuan aplikasi dalam memberikan kenyamanan transaksi kepada nasabah. Konsep ini didukung oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan dan kualitas sistem akan mempengaruhi sikap serta intensi pengguna dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan. Semakin baik kualitas interaksi yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk kembali menggunakan layanan digital tersebut (Hana & Prabowo, 2025).

Dalam literatur manajemen pemasaran dan sistem informasi, hubungan ini sering dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Kualitas interaksi yang baik menciptakan pengalaman pengguna (*user experience*) yang positif, yang secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut teori perilaku terencana, kepuasan yang tinggi akan memicu niat perilaku (*behavioral intention*) untuk melakukan penggunaan berulang. Ketika interaksi digital dirasakan efisien dan personal, pengguna mengembangkan kepercayaan (*trust*) terhadap *platform* tersebut, yang merupakan mediator kunci dalam memprediksi loyalitas digital (Saari et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas interaksi digital memiliki hubungan positif terhadap minat penggunaan ulang layanan digital. Penelitian oleh Sari dan Nugroho (2022) menjelaskan bahwa kualitas layanan digital yang interaktif dan responsif mampu meningkatkan loyalitas pengguna *mobile banking*. Penelitian lain oleh Rahmawati (2023) juga menemukan bahwa kualitas interaksi digital berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi keuangan digital karena pengguna merasa lebih nyaman dan mudah dalam bertransaksi. Namun, penelitian berbeda menunjukkan bahwa interaksi digital tidak selalu menjadi faktor dominan apabila pengguna lebih mempertimbangkan aspek keamanan dan stabilitas sistem.

Dalam penggunaan aplikasi BYOND by BSI, kualitas interaksi digital menjadi penting karena nasabah membutuhkan layanan yang cepat, praktis, dan mudah diakses kapan saja. Aplikasi yang mampu memberikan pengalaman interaksi yang baik akan meningkatkan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi sehingga mendorong penggunaan aplikasi secara berulang. Sebaliknya, apabila kualitas interaksi digital rendah, seperti tampilan yang rumit atau respons sistem yang lambat, maka pengguna dapat kehilangan minat untuk menggunakan aplikasi kembali.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H1: Kualitas interaksi digital berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang BYOND by BSI.

2. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan Berulang

Pengaruh persepsi keamanan terhadap niat penggunaan berulang layanan keuangan digital merupakan landasan teori perilaku konsumen modern dalam adopsi teknologi.

Menurut Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang awalnya diusulkan oleh Fred Davis, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan adalah penentu utama adopsi; namun, dalam konteks transaksi keuangan, persepsi keamanan bertindak sebagai pendahulu penting bagi kepercayaan dan keterlibatan berkelanjutan (Razi-ur-Rahim et al., 2025).

Ketika pengguna berinteraksi dengan *platform* perbankan seluler atau dompet elektronik, persepsi mereka tentang keamanan yang didefinisikan sebagai keyakinan bahwa sistem tersebut aman dari akses tidak sah, penipuan, dan pelanggaran data secara langsung menentukan kesediaan mereka untuk kembali ke *platform* tersebut. Penelitian empiris secara konsisten menunjukkan bahwa jika pengguna menganggap suatu *platform* aman, hambatan psikologis untuk penggunaan berulang akan berkurang, sehingga menumbuhkan rasa keandalan yang sangat penting untuk retensi jangka panjang (Miah et al., 2025). Dalam studi kuantitatif, hubungan ini sering dimodelkan untuk menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan kembali layanan. Sebagai contoh, dalam studi yang melibatkan *platform* seperti Livin' by Mandiri, analisis statistik telah mengkonfirmasi bahwa persepsi keamanan secara signifikan mempengaruhi keputusan untuk terus menggunakan layanan tersebut, seringkali menghasilkan koefisien regresi positif yang menggarisbawahi pentingnya hal tersebut bersamaan dengan kemudahan penggunaan (Moxoto et al., 2025).

Persepsi keamanan merupakan keyakinan pengguna bahwa sistem digital mampu melindungi data pribadi dan aktivitas transaksi dari ancaman penyalahgunaan maupun risiko kejahatan siber. Dalam layanan *mobile banking*, keamanan menjadi faktor utama karena berkaitan dengan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem digital yang digunakan. Teori yang mendukung hubungan ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa keyakinan dan persepsi individu terhadap suatu sistem akan mempengaruhi niat perilaku penggunaannya. Apabila pengguna merasa aman dalam menggunakan layanan digital, maka mereka akan memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut (Ismail et al., 2025).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ulang layanan *mobile banking*. Penelitian oleh Hidayat (2023) menyatakan bahwa perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi menjadi faktor dominan dalam meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi perbankan digital. Penelitian lain oleh Prasetyo dan Lestari (2022) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula *continuance intention* terhadap layanan digital banking. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa keamanan saja tidak cukup apabila tidak diimbangi dengan kenyamanan penggunaan aplikasi.

Pada aplikasi *BYOND by BSI*, keamanan menjadi aspek yang sangat penting karena aplikasi digunakan untuk berbagai aktivitas transaksi keuangan nasabah. Fitur keamanan seperti autentikasi biometrik, OTP, dan verifikasi berlapis dapat meningkatkan rasa aman pengguna dalam melakukan transaksi digital. Ketika nasabah merasa bahwa data dan transaksi mereka terlindungi dengan baik, maka tingkat kepercayaan terhadap aplikasi akan meningkat dan mendorong penggunaan secara berulang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H2: Persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang BYOND by BSI.

3. Pengaruh *User experience* terhadap Minat Penggunaan Berulang

Pengalaman pengguna atau *User experience* (UX) merupakan faktor krusial yang menentukan keinginan interaksi antara konsumen dan *platform* digital. Dalam literatur manajemen pemasaran dan sistem informasi, UX didefinisikan sebagai persepsi dan respons seseorang yang dihasilkan dari penggunaan atau antisipasi penggunaan suatu produk, sistem, atau layanan. Ketika seorang pengguna berinteraksi dengan aplikasi, kemudahan navigasi, *responsivitas* sistem, dan kepuasan emosional yang dirasakan secara langsung membentuk niat mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa depan (Yakob et al., 2021).

Teori penerimaan teknologi, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis, menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived kegunaan*) adalah prediktor utama dari niat perilaku pengguna. Dalam konteks modern, UX memperluas konsep ini dengan memasukkan aspek estetika, efisiensi, dan kepuasan emosional. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman yang positif menciptakan kepercayaan (*trust*) dan kepuasan pelanggan, yang pada pasangannya menjadi mediator utama bagi minat penggunaan ulang (*reusetention*) (Hussain et al., 2024).

User experience merupakan keseluruhan pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan suatu sistem digital, meliputi aspek kenyamanan, kemudahan penggunaan, desain antarmuka, efisiensi, dan kepuasan emosional. Dalam konteks *mobile banking*, pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap aplikasi. Konsep ini didukung oleh *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang menjelaskan bahwa pengguna akan terus menggunakan suatu teknologi apabila pengalaman penggunaan sesuai atau melebihi harapan mereka (Lin et al., 2021).

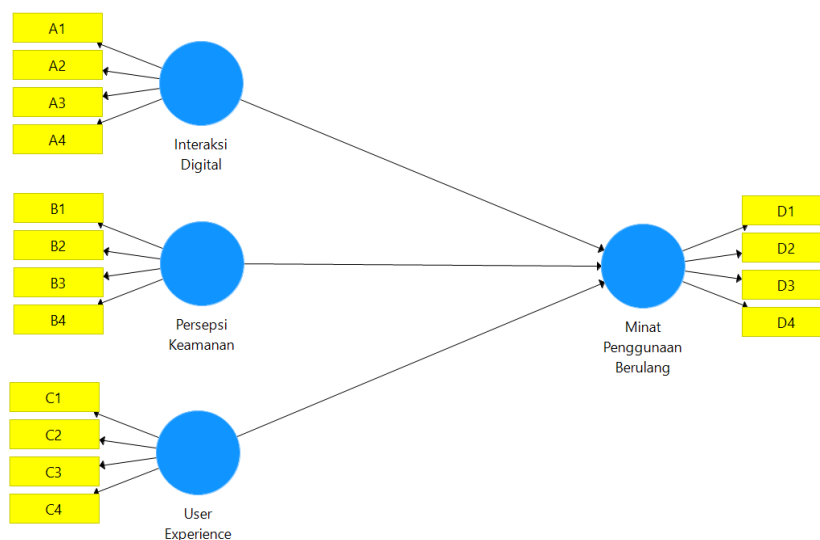
Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang aplikasi digital. Penelitian oleh Putri dan Ramadhan (2023) menemukan bahwa desain aplikasi yang menarik dan mudah digunakan mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna *mobile banking*. Penelitian lain oleh Wijaya (2022) juga menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* layanan *fintech* dan *digital banking*. Namun demikian, terdapat penelitian yang menemukan bahwa *user experience* tidak selalu menjadi faktor utama apabila pengguna lebih mempertimbangkan keamanan dan manfaat aplikasi.

Dalam penggunaan *BYOND* by BSI, *user experience* menjadi faktor penting karena nasabah menginginkan aplikasi yang mudah dipahami, nyaman digunakan, dan memiliki tampilan yang menarik. Pengalaman penggunaan yang positif akan menciptakan rasa puas sehingga nasabah memiliki kecenderungan untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Sebaliknya, pengalaman penggunaan yang buruk dapat menyebabkan pengguna berpindah ke layanan digital lain yang dianggap lebih mudah dan nyaman.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H3: *User experience* berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *BYOND* by BSI.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu serta pengembangan model penelitian yang telah dilakukan, maka dirumuskan kerangka berpikir teoritis yang menggambarkan hubungan dan pengaruh antar variabel dalam penelitian ini.



Gambar. 1 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh kualitas interaksi digital, persepsi keamanan, dan *user experience* terhadap minat penggunaan berulang aplikasi BYOND by BSI (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan pada nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI di Bank Syariah Indonesia KC Banyuwangi Basuki Rahmat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada meningkatnya penggunaan layanan *mobile banking* syariah di kantor cabang tersebut sehingga relevan untuk mengkaji perilaku penggunaan layanan digital perbankan.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pengguna aktif BYOND by BSI pada BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* karena penelitian memerlukan responden dengan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2021). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) nasabah aktif BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat, (2) menggunakan aplikasi BYOND by BSI minimal selama tiga bulan, (3) pernah melakukan transaksi lebih dari dua kali menggunakan aplikasi BYOND by BSI, dan (4) bersedia mengisi kuesioner penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 84 responden. Penentuan jumlah sampel mengacu pada Hair et al. (2019) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal adalah 5 sampai 10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini memiliki 16 indikator sehingga membutuhkan minimal 80 responden. Jumlah sampel sebanyak 84 responden telah memenuhi kriteria kecukupan sampel untuk analisis penelitian.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi dan tanggapan responden terhadap variabel penelitian secara sistematis (Likert, 1932).

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kualitas interaksi digital (X1), persepsi keamanan (X2), dan *user experience* (X3), sedangkan variabel dependen yaitu minat penggunaan berulang (Y). Kualitas interaksi digital diukur melalui indikator kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan respons sistem, kualitas informasi, dan kemudahan navigasi. Persepsi keamanan diukur melalui indikator keamanan transaksi, perlindungan data pribadi,

kerahasiaan informasi, dan kepercayaan terhadap sistem aplikasi. *User experience* diukur melalui indikator kenyamanan penggunaan, desain tampilan aplikasi, kemudahan memahami fitur, dan kepuasan penggunaan. Sementara itu, minat penggunaan berulang diukur melalui indikator keinginan menggunakan kembali aplikasi, intensitas penggunaan berulang, loyalitas penggunaan, dan keinginan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain (Jogiyanto, 2019).

Definisi operasional variabel digunakan untuk memperjelas konsep penelitian agar dapat diukur secara empiris. Kualitas interaksi digital didefinisikan sebagai persepsi pengguna terhadap kualitas komunikasi dan interaksi dalam aplikasi BYOND by BSI. Persepsi keamanan merupakan keyakinan nasabah terhadap kemampuan aplikasi dalam menjaga keamanan data dan transaksi pengguna. *User experience* diartikan sebagai pengalaman keseluruhan yang dirasakan pengguna selama menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Sedangkan minat penggunaan berulang merupakan kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi BYOND by BSI pada masa mendatang.

Teknik analisis data menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Metode PLS dipilih karena mampu menguji hubungan antarvariabel secara simultan, sesuai digunakan pada penelitian dengan jumlah sampel relatif kecil, serta tidak memerlukan asumsi normalitas data secara ketat (Ghozali, 2021). Selain itu, PLS-SEM efektif digunakan untuk penelitian yang bersifat prediktif dan pengembangan model penelitian. Tahapan analisis meliputi uji *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta uji *inner model* untuk menguji pengaruh antar variabel dan hipotesis penelitian.

Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang diisi oleh nasabah dengan karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan tiga aspek yaitu usia, jenis kelamin, dan lama penggunaan aplikasi BYOND by BSI, adapun ringkasan karakteristik responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria responden berdasarkan usia

<i>UMUR</i>	<i>FREKUENSI</i>	<i>PRESENTASE</i>
17-15 TAHUN	68	81%
26-35 TAHUN	6	7,1%
>35 TAHUN	12	14,3%
<i>TOTAL</i>	84	100%

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Microsoft Excel

Dari tabel 1. Hasil karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa kelompok usia 17-25 tahun merupakan kategori dengan jumlah responden terbanyak, yaitu sebanyak 68 responden atau 81%. Selanjutnya, kelompok usia 26-35 tahun berjumlah 6 responden atau 7,1%, sedangkan responden dengan usia di atas 35 tahun sebanyak 12 responden atau 14,3%. Dengan demikian, mayoritas penggunaan BYOND by BSI dalam penelitian ini didominasi oleh responden usia muda.

Tabel 2. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin

<i>JENIS KELAMIN</i>	<i>FREKUENSI</i>	<i>PRESENTASE</i>
LAKI LAKI	23	27,4%
PEREMPUAN	61	72,6%

TOTAL	84	100%
-------	----	------

Sumber: Diolah menggunakan Microsoft Excel

Menurut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 2, jumlah responden perempuan lebih banyak dibanding laki-laki. Responden perempuan tercatat sebagai 61 orang atau 72,6% dari total 84 responden, sedangkan responden laki-laki berjumlah 23 orang atau 27,4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna BYOND dalam peneliti ini didominasi oleh responden perempuan.

Tabel 3. Kriteria responden berdasarkan lama penggunaan

LAMA PENGGUNAAN	JUMLAH	PRESENTASE
<3 BULAN	34	40,5%
3-6 BULAN	21	25%
6-12 BULAN	7	8,3%
>1 TAHUN	23	27,4%
TOTAL	84	100%

Sumber: Diolah menggunakan Microsoft Excel

Dari tabel 3, karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan aplikasi BYOND by BSI menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menggunakan aplikasi kurang dari 3 bulan, yaitu sebanyak 34 responden atau 40,5%, selanjutnya responden dengan lama penggunaan 3-6 bulan berjumlah 21 responden atau 25%, sedangkan penggunaan selama lebih dari 1 tahun sebanyak 23 responden atau 27,4%. Adapun responden dengan lama penggunaan 6-12 bulan merupakan jumlah paling sedikit yaitu 7 responden atau 8,3% dengan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pengguna baru aplikasi BYOND by BSI.

2. Evaluasi Outer Model

Evaluasi *Outer Model* adalah proses analisis dalam metode *Structural Equation Modeling* yang menggunakan *Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menilai keterkaitan antara variabel laten dan indikator-indikator yang mendukungnya. Tujuan model luar adalah untuk memastikan bahwa indikator yang diterapkan dalam studi tersebut dapat dengan tepat mengukur variabel konstruk dengan cara yang valid dan dapat diandalkan.

Evaluasi model adalah bagian dari analisis dalam metode *Structural Equation Modeling* yang berbasiskan *Partial Least Square* (SEM-PLS) yang digunakan untuk memeriksa hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator yang menyusunnya. Model diskriminan luar berfungsi untuk memastikan bahwa suatu konstruk terpisah dengan jelas dari konstruk lainnya.

Model luar adalah fase analisis dalam metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) yang digunakan untuk menilai hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator yang membentuknya.

3. Cross Loading

Tabel 4. Hasil Nilai Cross Loading

Variabel	Interaksi Digital	Minat Penggunaan Berulang	Persepsi Keamanan	User Experience
A1	0,716	0,341	0,388	0,379
A2	0,668	0,369	0,383	0,481
A3	0,859	0,428	0,614	0,687
A4	0,861	0,586	0,645	0,587
B1	0,602	0,626	0,794	0,632

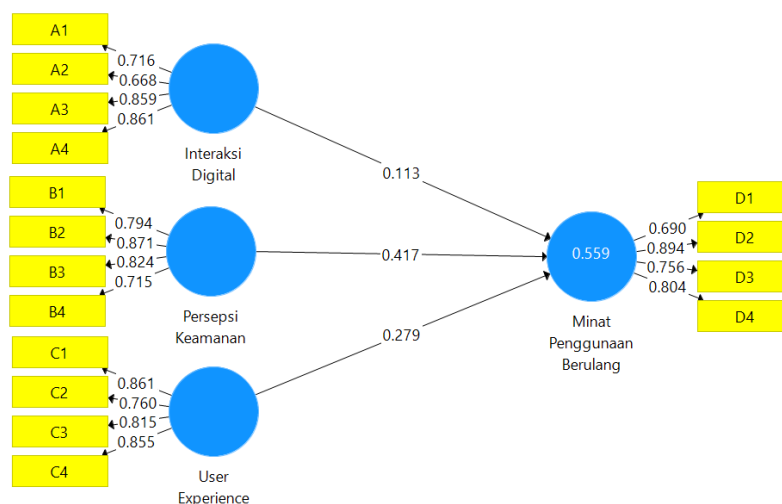
B2	0,527	0,631	0,871	0,606
B3	0,534	0,525	0,824	0,693
B4	0,490	0,503	0,715	0,660
C1	0,599	0,602	0,694	0,861
C2	0,575	0,521	0,507	0,760
C3	0,562	0,478	0,674	0,815
C4	0,565	0,654	0,747	0,855
D1	0,272	0,690	0,364	0,519
D2	0,522	0,894	0,700	0,643
D3	0,590	0,756	0,546	0,539
D4	0,428	0,804	0,598	0,479

Sumber: Diolah menggunakan dengan SmartPLS 3.0

Secara keseluruhan, hasil *Cross Loading* memperlihatkan bahwa semua indikator menunjukkan nilai *loading* paling tinggi pada variabel yang diuji dibandingkan dengan variabel lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini sudah memenuhi syarat validitas *diskriminan* dan semua indikator dinyatakan sah untuk digunakan dalam.

4. Convergent Validity

Secara umum, hasil dari pengujian menunjukkan bahwa semua indikator dan variabel yang ada dalam penelitian ini telah memenuhi syarat *validitas konvergen*. Oleh karena itu, alat penelitian dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan pada model struktural (*inner model*).



Gambar. 2 Convergent Validity

Sumber: Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

5. Outer Loading

Tabel 5. Hasil Nilai *Cross Loading*

Variabel	Interaksi Digital	Minat Penggunaan Berulang	Persepsi Keamanan	User Experience
A1	0,716			

Currency:**Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah**

Volume 04, Nomor 02, Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

A2	0,668
A3	0,859
A4	0,861
B1	0,794
B2	0,871
B3	0,824
B4	0,715
C1	0,861
C2	0,760
C3	0,815
C4	
D1	0,690
D2	0,894
D3	0,756
D4	0,804

Sumber: Diolah menggunakan dengan SmartPLS 3.0

Secara umum, hasil dari *outer loading* mengindikasikan bahwa semua indikator dalam penelitian ini sah dan dapat dengan baik menguraikan konstruk untuk setiap variabel, sehingga model pengukuran bisa diteruskan ke langkah analisis selanjutnya

6. Average Variance Extracted (AVE)**Tabel 6. Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE)**

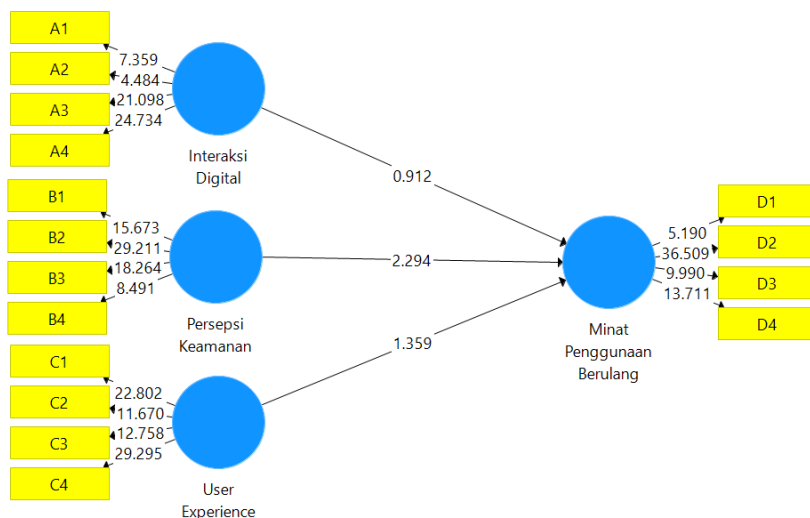
Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Interaksi Digital</i>	0,610
<i>Minat Penggunaan Berulang</i>	0,623
<i>Persepsi Keamanan</i>	0,645
<i>User Experience</i>	0,678

Sumber: Diolah menggunakan dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil analisis AVE, semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat *validitas konvergen* karena memiliki nilai AVE lebih tinggi dari 0,50. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator yang dipakai dalam penelitian ini dapat merepresentasikan konstruk dengan baik dan pantas untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

7. Bootstrapping

Secara keseluruhan, hasil *bootstrapping* menunjukkan bahwa hanya *variabel Persepsi Keamanan* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Minat Penggunaan Berulang*. Sementara itu, variabel *Interaksi Digital* dan *User experience* hanya menunjukkan pengaruh positif, tetapi tidak signifikan secara statistik.



Gambar. 3 Bootstrapping

Sumber: Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

8. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Tabel 7. Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Interaksi Digital	0,786	0,861	0,610
Minat Penggunaan Berulang	0,797	0,868	0,623
Persepsi Keamanan	0,815	0,878	0,645
User Experience	0,842	0,894	0,678

Sumber: Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Secara umum, hasil pengujian *reliabilitas* menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* pada masing-masing *variabel* yang berada di atas 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan *reliabel* dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian sehingga layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

9. R Square

Tabel 8. Hasil Nilai R Square & R Square Adjusted

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Minat Penggunaan Berulang	0,559	0,542

Sumber: Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Nilai *R Square* untuk variabel Minat Penggunaan Berulang mencapai 0,559, yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen adalah 55,9%. Ini berarti bahwa perubahan dalam minat untuk menggunakan kembali dapat dipahami melalui variabel-variabel dalam penelitian ini sebesar 55,9%, sedangkan sisanya sebesar 44,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Di sisi lain, nilai *Adjusted R Square* yang berada pada angka 0,542 menunjukkan bahwa setelah melakukan penyesuaian dengan jumlah variabel dan sampel yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen menjadi 54,2%. Nilai ini umumnya dianggap lebih tepat dibandingkan *R Square* karena sudah mempertimbangkan tingkat kompleksitas model.

Secara keseluruhan, nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel Minat Penggunaan Berulang dengan tingkat yang cukup baik/moderat.

10. Path Coefficient

Tabel 9. Hasil Nilai Path Coefficient

<i>Variabel</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistik (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Interaksi digital-> Minat penggunaan berulang</i>	0,113	0,117	0,119	0,946	0,344
<i>Persepsi keamanan -> Minat penggunaan berulang</i>	0,417	0,398	0,118	2,214	0,027
<i>User experience -> Minat penggunaan berulang</i>	0,279	0,308	0,212	1,318	0,188

Sumber: Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Secara umum, di antara tiga variabel independen yang dianalisis, hanya Persepsi Keamanan yang menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap Minat untuk Menggunakan Kembali, sementara Interaksi Digital dan Pengalaman Pengguna tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

11. T-Statistic dan P-Values

Tabel 10. Hasil Nilai T-Statistic dan P-Values

<i>Variabel</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P Values</i>
<i>Interaksi digital-> Minat penggunaan berulang</i>	0,912	0,362
<i>Persepsi keamanan -> Minat penggunaan berulang</i>	2,294	0,022
<i>User experience -> Minat penggunaan berulang</i>	1,359	0,175

Sumber: Diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Pembahasan

a. Pengaruh Interaksi Digital terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi BYOND by BSI pada Nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat

Dari hasil analisis mengindikasikan bahwa variabel Interaksi Digital memperoleh nilai T-Statistic sebesar 0,912 dan P Values 0,362. T-Statistic yang lebih rendah dari 1,96 dan P Values yang lebih tinggi dari 0,05 menunjukkan bahwa Interaksi Digital tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang. Oleh karena itu, H1 ditolak. Ini berarti bahwa tingkat atau kualitas interaksi digital yang ada belum cukup untuk meningkatkan niat pengguna dalam menggunakan kembali layanan atau aplikasi secara signifikan.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Sulistianingsih dan Trishananto (2021) yang menunjukkan bahwa mutu layanan perbankan elektronik tidak memberikan dampak signifikan terhadap ketertarikan untuk menggunakan kembali *e-banking* pada bank syariah.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian Safira, Ernawati, dan Iqbal (2023) yang menemukan bahwa beberapa faktor pengalaman penggunaan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali *mobile banking* Livin by Mandiri.

b. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi BYOND by BSI pada Nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Persepsi Keamanan mendapatkan nilai T-Statistic sebesar 2,294 dan P Values sebesar 0,022. T-Statistic yang lebih tinggi dari 1,96 dan P Values yang lebih rendah dari 0,05 menandakan bahwa Persepsi Keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang. Oleh karena itu, H2 diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula keinginan mereka untuk kembali menggunakan layanan atau aplikasi yang sama.

Hasil dari studi ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan adalah salah satu elemen penting yang diperhatikan oleh nasabah saat memanfaatkan layanan perbankan *mobile*. Para pengguna akan merasa lebih tenteram dan yakin ketika aplikasi dapat menjaga kerahasiaan data pribadi, informasi rekening, serta aktivitas keuangan dari potensi penyalahgunaan atau kebocoran informasi. Tingkat keamanan ini dapat memperkuat kepercayaan pengguna untuk terus menggunakan layanan bank digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulmi, et al, (2021) menemukan bahwa pandangan mengenai keamanan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap ketertarikan untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menguraikan bahwa aspek perlindungan data pribadi, keamanan sistem, dan jaminan keamanan transaksi merupakan elemen penting dalam menciptakan kepercayaan pengguna terhadap layanan perbankan digital. Pengguna akan merasa lebih tenang dan percaya saat melakukan transaksi jika aplikasi *mobile banking* dapat memberikan perlindungan dari risiko kejahatan siber, seperti pencurian data, pembobolan akun, dan penggunaan informasi pribadi yang tidak sah. Temuan tersebut sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989, yang menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) yang dirasakan pengguna. Dalam konteks *mobile banking*, persepsi keamanan menjadi bagian penting yang mampu meningkatkan keyakinan pengguna terhadap manfaat dan kenyamanan sistem digital. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan dan minat pengguna untuk terus menggunakan layanan *mobile banking*.

Di samping itu, tingkat keamanan yang memadai dapat meningkatkan keyakinan pengguna bahwa transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking* bisa dilakukan dengan aman dan terpercaya. Rasa aman ini mendorong pengguna untuk lebih sering memanfaatkan layanan *mobile banking* dalam aktivitas transaksional sehari-hari. Oleh karena itu, semakin besar persepsi keamanan yang dialami oleh pengguna, semakin tinggi pula ketertarikan mereka untuk kembali menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil studi yang dilakukan oleh Yuwono dan Oktovian (2021) dengan pendekatan SmartPLS juga menunjukkan bahwa anggapan mengenai keamanan berdampak signifikan pada niat untuk memanfaatkan *mobile banking*. Penelitian ini mengungkapkan bahwa keamanan dalam bertransaksi dan perlindungan terhadap data

pengguna merupakan elemen krusial dalam menumbuhkan kepercayaan sekaligus mendorong minat untuk memanfaatkan layanan perbankan digital.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa persepsi keamanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat penggunaan ulang aplikasi BYOND by BSI pada nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat.

c. Pengaruh *User Experience* terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi BYOND by BSI pada Nasabah BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *User Experience* mencatat nilai *T-Statistic* sebesar 1,359 dan *P Values* sebesar 0,175. *T-Statistic* yang lebih rendah dari 1,96 dan *P Values* yang lebih tinggi dari 0,05 menunjukkan bahwa *User Experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang. Dengan demikian, H_3 ditolak. Ini berarti bahwa pengalaman yang dialami pengguna belum cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan kembali.

Hasil studi yang dilakukan oleh Nindia Kartika Irawati dan Taufiq Wijaya (2025) yang menyatakan bahwa *User experience* memberikan pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking* BSI, meskipun pengaruh tersebut lebih dominan melalui variabel mediasi seperti *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Toward Using* dalam membentuk loyalitas nasabah. Dengan demikian, *User experience* tetap menjadi faktor penting dalam pengembangan layanan digital perbankan, namun perlu didukung oleh faktor lain agar mampu meningkatkan minat penggunaan berulang secara lebih optimal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik mampu menciptakan kenyamanan dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*. Ketika pengguna merasa aplikasi mudah dipahami, memiliki tampilan yang jelas, serta mampu mempermudah aktivitas transaksi, maka pengguna akan cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kondisi ini sejalan dengan konsep dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat suatu teknologi dapat memengaruhi penerimaan serta keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan digital secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian mengungkapkan bahwa hanya variabel Persepsi Keamanan yang terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang. Sementara itu, variabel Interaksi Digital dan *User Experience* tidak menunjukkan pengaruh berarti.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas interaksi digital, persepsi keamanan, dan *user experience* terhadap minat penggunaan berulang aplikasi BYOND by BSI pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Banyuwangi Basuki Rahmat. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, diperoleh temuan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang aplikasi BYOND by BSI. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan kembali layanan *mobile banking* syariah. Sementara itu, kualitas interaksi digital dan *user experience* diketahui berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan berulang aplikasi BYOND by BSI. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kenyamanan interaksi digital dan pengalaman penggunaan belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama nasabah dibandingkan faktor keamanan layanan.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel dan lokasi penelitian yang hanya dilakukan pada satu kantor cabang, yaitu BSI KC Banyuwangi Basuki Rahmat, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas pada seluruh pengguna *BYOND by BSI* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu kualitas interaksi digital, persepsi keamanan, dan *user experience*, sehingga masih terdapat kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan berulang layanan *mobile banking syariah*.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sampel dan cakupan wilayah penelitian agar hasil penelitian lebih representatif. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain seperti kepuasan pengguna, kepercayaan, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), atau persepsi kemudahan penggunaan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode penelitian campuran (*mixed methods*) dapat dipertimbangkan agar mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku pengguna layanan *mobile banking syariah*.

Daftar Pustaka

- 'Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Pay Later. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- Antika Matondang, R., Juliana, A., Tanjung, N., Pulungan, S., Sari Chaniago, L., Saputra, A., Futri, I., Wildan Mtd, M., Hayati, L., & Kunci, K. (2025). Penerapan *BYOND by BSI* terhadap Nasabah dalam Meningkatkan Efisiensi Layanan di BSI KCP Panyabungan. *Maret Tahun*, 1(4), 2025.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2024). Perilaku keuangan generasi Z: Peran penerapan *financial technology*, literasi keuangan, dan gaya hidup. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 145–158.
- Fahrudi, A. N. L. I., Rahimah, A., & Wahyuningtyas, N. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif terhadap Loyalitas melalui Keputusan Penggunaan *Mobile banking*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 217–231. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Ferbianti, A. (2024). Increasing sharia financial literacy as an effort to strengthen the economic capacity of BUMKep “Mutiara Rokan” Sekapas Village, Rokan Hilir Regency. *Community Development Journal*, 5(2), 214–223. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.24871>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hana, M. Z., & Prabowo, H. Y. (2025). Implementing Fraud Prevention and Detection Strategies in Indonesia’s National Health Insurance: A Case Study at BPJS Kesehatan Yogyakarta. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 16(1), 65–85. <https://doi.org/10.18592/taradhi.v16i1.16732>

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hussain, S., Rehman, A. U., Ullah, S., Waheed, A., & Hassan, S. (2024). Financial Inclusion and Economic Growth: Comparative Panel Evidence from Developed and Developing Asian Countries. *Sage Open*, 14(1), 21582440241232585. <https://doi.org/10.1177/21582440241232585>
- Ismail, I. J., Marua, N. M., & Changalima, I. A. (2025). Enhancing halal entrepreneurial intention: The impact of halal entrepreneurship education and halal entrepreneurial awareness. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101548. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101548>
- Jogiyanto. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140(55), 1–55.
- Lin, J., Wu, H.-M., & Wu, H. (2021). Could government lead the way? Evaluation of China's patent subsidy policy on patent quality. *China Economic Review*, 69, 101663. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2021.101663>
- Lubis darma Yanti, & Lukman Sanusi. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking*. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(Vol. 2 No. 2 (2023): Vol 2 No 2 September 2023), 443–456.
- Makki, M., & Hasan, Z. (2025). Integrasi fintech dan perbankan syariah: Membangun ekosistem keuangan digital yang berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Teknologi Keuangan*, 3(2), 95–108. <https://doi.org/10.61255/jestk.v3i2.2025>
- Miah, Md. T., Aiupova, N., Erdei-Gally, S., & Fekete-Farkas, M. (2025). Digital entrepreneurship ecosystems: Then vs. now-a future perspectives. *Digital Business*, 5(1), 100110. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100110>
- Moxoto, A. C. D. A., Soukiazis, E., & Melo, P. (2025). Determinants of success in initial coin offerings (ICOs): A systematic literature review. *Digital Business*, 5(2), 100123. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100123>
- Mujalipah, M., & Hidayat, M. R. (2025). Beyond The Intention of Generation Z to Work at Islamic Banks: Case of Universitas Islam Negeri Antasari and Universitas Lambung Mangkurat Students. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 15(2), 84–102. <https://doi.org/10.18592/taradhi.v15i2.14804>
- Razi-ur-Rahim, M., Rabbani, M. R., Uddin, F., & Shaikh, Z. H. (2025). Corrigendum to “Adoption of UPI among Indian users: Using extended meta-UTAUT model” [Digital Business 4 (2024) 100093]. *Digital Business*, 5(1), 100105. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100105>
- Ridwan, M., Harahap, I., & Harahap, P. (2019). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 3(2), 132–147. <https://doi.org/10.32505/v3i2.1241>
- Saari, A., Sinclair, S., Leshinsky, R., & Junnila, S. (2025). Best practices for blockchain-driven digital transformation in cross-industry settings. *Digital Business*, 5(2), 100127. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100127>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Syah, R., Darmawan, D., & Purnawan, A. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital. *Jurnal AKRAB*, 10(2), 60–69. <https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v10i2.290>
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran layanan *mobile banking* dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51–62. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.51-62>
- Tuzzuhro, F., Rozaini, N., & Yusuf, M. (2023). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, 11(2), 78–87. <https://doi.org/10.31932/peka.v11i2.2874>
- Wahyuni, A., Rachmawati, A., & Langga, L. (n.d.). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Belanja Online*.
- Yakob, S., Yakob, R., B.A.M., H.-S., & Rusli, R. Z. A. (2021). Financial Literacy and Financial Performance of Small and Medium-sized Enterprises. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 72–96. <https://doi.org/10.21002/seam.v15i1.13117>