
PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA APLIKASI BYOND BY BSI TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS SYARIAH UIGM DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH EKONOMI ISLAM

¹Rosa Aprilia, ²Choiriyah, ³Havis Aravik

¹²³Universitas Indo Global Mandiri

Email: 1rosaapriliana29219@gmail.com, 2choi@stebisigm.ac.id, 3havis@stebisigm.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

Persepsi Kemudahan, Loyalitas Pengguna, BYOND by BSI, Masalah.

Cara Sitasi:

Penulis, Rosa Aprilia, Choiriyah, Havis Aravik. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Aplikasi Byond By BSI Terhadap Loyalitas Pengguna Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM Dalam Perspektif *Maslahah* Ekonomi Islam." *Currency: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* [Volume 05, Nomor 01](#) Juni 2026

ABSTRACT

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi digital dalam industri perbankan syariah yang mendorong Bank Syariah Indonesia menghadirkan aplikasi BYOND by BSI sebagai layanan perbankan digital yang lebih modern, di mana keberhasilan implementasi layanan tersebut tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengguna, tetapi juga oleh loyalitas pengguna dalam memanfaatkannya secara berkelanjutan, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi BYOND by BSI terhadap loyalitas pengguna pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam dengan menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan asosiatif terhadap 35 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25, yang menghasilkan temuan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,143 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, serta menghasilkan persamaan regresi $Y = -5,861 + 1,104X$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,717 yang menunjukkan bahwa 71,7% loyalitas pengguna dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sedangkan 28,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, sehingga dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam kemudahan penggunaan aplikasi BYOND by BSI memberikan manfaat berupa efisiensi, kenyamanan, dan kemudahan akses layanan keuangan yang mendukung tercapainya kemaslahatan bagi pengguna.

This research is motivated by the development of digital technology in the sharia banking industry which has encouraged Bank Syariah Indonesia to present the BYOND by BSI application as a more modern digital banking

service, where the success of implementing this service is not only determined by the number of users, but by user loyalty in using it sustainably, so this research is to analyze the influence of the ease of use of the BYOND by BSI application on user loyalty among students as well as the Faculty of Sharia Business, Indo Global Mandiri University in the perspective of Islamic economics using quantitative methods through associative methods of 35 respondents who were selected using purposive sampling technique, with data obtained through distributing questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, normality tests, simple linear regression analysis, t tests, and coefficient of determination tests with the help of IBM SPSS Statistics 25, which resulted in the conclusion that perceived ease of use has a positive and significant effect on user loyalty with a t value of 9.143 and a significance level of $0.000 < 0.05$, and produces a regression equation $Y = -5.861 + 1.104X$ and a coefficient of determination value (R^2) is 0.717 which shows that 71.7% of user loyalty is influenced by perceived ease of use, while the other 28.3% is influenced by other factors outside of research, so that from the Islamic economics perspective, the ease of use of the BYOND by BSI application provides benefits in the form of efficiency, comfort and easy access to financial services that support the achievement of benefits for users.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital dalam berbagai sektor, termasuk industri perbankan syariah. Digitalisasi layanan perbankan menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memperluas akses masyarakat terhadap produk dan jasa keuangan. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia terus berinovasi melalui pengembangan layanan digital, salah satunya dengan menghadirkan aplikasi BYOND by BSI sebagai pengembangan dari layanan *mobile banking* sebelumnya (Lubis darma Yanti & Lukman Sanusi, 2023).

Aplikasi BYOND by BSI dirancang untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, serta pengalaman transaksi yang lebih efektif bagi nasabah melalui berbagai fitur layanan keuangan berbasis digital. Kehadiran layanan tersebut merupakan bentuk adaptasi perbankan syariah terhadap perkembangan teknologi yang semakin pesat dan perubahan perilaku masyarakat yang cenderung mengutamakan kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi. Melalui aplikasi tersebut, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi keuangan seperti transfer, pembayaran, pembelian, investasi, hingga transaksi sosial syariah secara praktis melalui telepon pintar (Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, 2021).

Namun, keberhasilan implementasi suatu teknologi tidak hanya diukur dari banyaknya pengguna, melainkan juga dari tingkat loyalitas pengguna dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Loyalitas pengguna merupakan salah satu indikator penting yang menunjukkan kepuasan dan komitmen pengguna terhadap suatu layanan. Pengguna yang loyal cenderung akan terus menggunakan layanan, merekomendasikannya kepada orang lain, serta tidak mudah beralih kepada produk pesaing (Sukmawati et al., 2021).

Salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna adalah persepsi kemudahan

penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan seseorang menerima dan terus menggunakan teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna akan menciptakan pengalaman yang positif sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap layanan digital.

Dalam perspektif ekonomi Islam, kemudahan merupakan bagian dari prinsip *masalah* yang bertujuan menghadirkan kemanfaatan dan menghindarkan manusia dari kesulitan. Kemudahan akses terhadap teknologi digital, termasuk *mobile banking* syariah seperti BYOND by BSI, dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui efisiensi waktu, efektivitas biaya, dan kemudahan memperoleh layanan keuangan sesuai prinsip syariah. Kemudahan penggunaan *mobile banking* mampu meningkatkan kepuasan pengguna sehingga mendukung tercapainya tujuan muamalah yang efisien sesuai dengan prinsip syariah (Suhaimi & Syalafiyah, 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi BYOND by BSI terhadap loyalitas pengguna pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku pengguna teknologi perbankan syariah serta menjadi bahan evaluasi bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan digitalnya.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1. Aplikasi *Mobile Banking*

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong industri perbankan untuk menghadirkan layanan berbasis digital guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah *mobile banking*, yaitu layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat telepon pintar yang terhubung dengan jaringan internet. *Mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian, investasi, serta berbagai transaksi lainnya tanpa harus datang ke kantor bank (Priautama et al., 2023).

Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia terus mengembangkan layanan digital melalui aplikasi BYOND by BSI yang merupakan pengembangan dari BSI *Mobile*. Kehadiran aplikasi tersebut bertujuan untuk memberikan pengalaman transaksi yang lebih mudah, cepat, aman, dan efisien sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna (Halimah et al., 2025).

2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar dan mudah dipahami dalam penggunaannya. Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan bebas dari kesulitan sehingga dapat memudahkan aktivitas pengguna (Salsabila Aprilia Maharani, 2024).

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki beberapa indikator, yaitu mudah dipelajari (*easy to learn*), mudah dipahami (*clear and understandable*), mudah digunakan (*easy to use*),

dan mudah menjadi terampil dalam menggunakan sistem (*easy to become skillful*). Semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kemungkinan pengguna menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut secara berkelanjutan (Apriandika et al., 2025).

3. Loyalitas Pengguna

Loyalitas pengguna merupakan komitmen pengguna untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan secara berulang dalam jangka panjang serta memiliki keinginan untuk merekomendasikannya kepada pihak lain. Menurut Griffin (2015), loyalitas pelanggan ditandai dengan perilaku pembelian ulang secara teratur, membeli berbagai produk dari perusahaan yang sama, merekomendasikan kepada orang lain, serta tidak mudah berpindah kepada produk pesaing (Popon Srisusilawati, 2023).

Dalam konteks layanan perbankan digital, loyalitas pengguna menunjukkan adanya kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Pengguna yang loyal cenderung tetap menggunakan aplikasi secara berkelanjutan dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang (Pasaribu et al., 2024).

4. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan perilaku penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Soetam, 2021).

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan bahwa suatu sistem mudah digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang besar, sedangkan persepsi kemanfaatan merupakan keyakinan bahwa penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja pengguna. Kedua faktor tersebut akan memengaruhi sikap, minat, dan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar kemungkinan seseorang menerima dan terus menggunakan teknologi tersebut (Febisatria et al., 2025).

5. Hubungan Persepsi Kemudahan dengan Loyalitas Pengguna

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna suatu layanan digital. Pengguna yang merasakan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi akan merasa lebih nyaman dan puas sehingga cenderung mempertahankan penggunaan layanan tersebut secara berkelanjutan (Tyas, Dwi Ana Kusumaning, 2025).

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan dapat meningkatkan penerimaan teknologi yang pada akhirnya berdampak pada perilaku pengguna dalam menggunakan sistem secara terus-menerus. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oni Monika dan Rifaatul Indana (2025) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI *Mobile* (Oni Monika, 2025). Penelitian Andi Syaif Irawan (2024) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui peningkatan kepercayaan pengguna. Dengan demikian, semakin

tinggi persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna terhadap aplikasi BYOND by BSI (Irawan, 2024).

6. Prinsip *Maslahah*

Maslahah merupakan segala sesuatu yang mendatangkan manfaat dan menghindarkan manusia dari kerusakan atau kemudharatan. Menurut Al-Ghazali, *maslahah* merupakan upaya menjaga lima tujuan utama syariat (*maqashid syariah*), yaitu menjaga agama (*hifz ad-din*), menjaga jiwa (*hifz an-nafs*), menjaga akal (*hifz al-'aql*), menjaga keturunan (*hifz an-nasl*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*) (Khairunnisa Ibrahim & Mawardi, 2025).

Dalam konteks ekonomi Islam, penerapan teknologi digital dalam layanan perbankan syariah merupakan salah satu bentuk kemaslahatan karena memberikan manfaat berupa kemudahan, efisiensi waktu, keamanan transaksi, dan peningkatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan syariah. Prinsip kemudahan tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu." (QS. Al-Baqarah: 185)

Yang menjelaskan bahwa Allah menghendaki kemudahan bagi manusia dan tidak menghendaki kesulitan. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi BYOND by BSI dapat dipandang sebagai sarana yang mendukung tercapainya kemaslahatan bagi pengguna dalam menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan prinsip syariah.

7. Penelitian Terdahulu

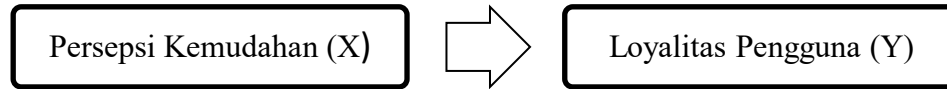
Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain penelitian yang dilakukan oleh Oni Monika dan Rifaatul Indana (2025) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI *Mobile*. Penelitian Andi Syaif Irawan (2024) juga menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan pengguna. Selain itu, penelitian Putri Amalia dan Anna Zakiyah Hastriana (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Persamaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel persepsi kemudahan dan loyalitas pengguna, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu pengguna aplikasi BYOND by BSI pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri serta penambahan perspektif *maslahah* ekonomi Islam.

8. Kerangka Berpikir

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan. Kemudahan yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BYOND by BSI akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan sehingga mendorong terciptanya loyalitas pengguna. Dalam perspektif *maslahah* ekonomi Islam, kemudahan tersebut memberikan manfaat dan efisiensi yang mendukung tercapainya kemaslahatan bagi pengguna.

Gambar 2.1:

Kerangka Berpikir



9. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna terhadap aplikasi BYOND by BSI. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Persepsi Kemudahan aplikasi BYOND by BSI berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam.

H₀ : Persepsi Kemudahan aplikasi BYOND by BSI tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi BYOND by BSI terhadap loyalitas pengguna. Populasi penelitian berjumlah 131 mahasiswa aktif Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri, dengan sampel sebanyak 35 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling.

Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan (X), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pengguna (Y). Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 25 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R²).

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri yang menggunakan aplikasi BYOND by BSI dengan jumlah responden sebanyak 35 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, angkatan, dan lama penggunaan aplikasi. Berikut disajikan karakteristik responden yang menjadi objek penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<i>Valid</i>	Laki-laki	10	28.6	28.6	28.6
	Perempuan	25	71.4	71.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari responden laki-laki dan perempuan, dengan jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi BYOND by BSI

pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri didominasi oleh perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<i>Valid</i>	2022	15	42.9	42.9	42.9
	2023	13	37.1	37.1	80.0
	2024	2	5.7	5.7	85.7
	2025	5	14.3	14.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Selanjutnya, berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa responden berasal dari beberapa angkatan yang berbeda, dengan jumlah responden terbanyak berasal dari angkatan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi BYOND by BSI telah menjangkau mahasiswa dari berbagai angkatan di Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi BYOND by BSI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<i>Valid</i>	>6 bulan	15	42.9	42.9	42.9
	3-6 bulan	20	57.1	57.1	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi BYOND by BSI dalam jangka waktu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI sehingga dapat memberikan penilaian yang sesuai terhadap variabel yang diteliti.

Setelah mengetahui karakteristik responden, selanjutnya dilakukan pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Hasil uji validitas variabel persepsi kemudahan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X)

No	Item Pernyataan	<i>r</i> _{hitung}	<i>r</i> _{tabel}	Keterangan
1.	Aplikasi BYOND by BSI mudah dipelajari	0,915	0,334	Valid
2.	Saya cepat memahami cara menggunakan aplikasi BYOND by BSI	0,859	0,334	Valid
3.	Fitur dalam aplikasi BYOND by BSI mudah digunakan	0,863	0,334	Valid
4.	Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi BYOND by BSI	0,861	0,334	Valid
5.	Tampilan menu pada aplikasi BYOND by BSI mudah dipahami	0,936	0,334	Valid
6.	Navigasi dalam aplikasi BYOND by BSI jelas dan tidak membingungkan	0,919	0,334	Valid
7.	Menggunakan aplikasi BYOND by BSI tidak membutuhkan banyak usaha	0,861	0,334	Valid

8. Saya dapat menggunakan aplikasi BYOND by BSI dengan mudah kapan saja 0,871 0,334 Valid

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0,334. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya, hasil uji validitas variabel loyalitas pengguna disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pengguna (Y)

No	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya berniat terus menggunakan aplikasi BYOND by BSI di masa mendatang	0,881	0,334	Valid
2.	Aplikasi BYOND by BSI menjadi pilihan utama saya dalam bertransaksi	0,903	0,334	Valid
3.	Saya tidak tertarik menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> lain	0,926	0,334	Valid
4.	Saya tetap menggunakan BYOND by BSI meskipun ada aplikasi lain	0,912	0,334	Valid
5.	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi BYOND by BSI kepada orang lain	0,872	0,334	Valid
6.	Saya akan menyarankan teman atau keluarga menggunakan aplikasi BYOND by BSI	0,925	0,334	Valid
7.	Saya berkomitmen untuk terus menggunakan aplikasi BYOND by BSI	0,918	0,334	Valid
8.	Saya akan tetap menggunakan aplikasi BYOND by BSI dalam jangka panjang	0,933	0,334	Valid

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel loyalitas pengguna memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0,334. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel loyalitas pengguna dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Setelah seluruh item dinyatakan valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X)	0,960	8	Reliabel
Loyalitas Pengguna (Y)	0,969	8	Reliabel

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,960, sedangkan variabel loyalitas pengguna memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,969. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan mampu menghasilkan data yang konsisten.

Setelah instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik sebagai syarat sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana. Uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan menggunakan nilai

Exact Sig. (2-tailed). Penggunaan nilai Exact Sig. dipilih karena jumlah sampel penelitian relatif kecil, yaitu 35 responden, sehingga nilai signifikansi yang diperoleh lebih akurat dibandingkan nilai Asymp. Sig. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Exact Sig. (2-tailed) sebesar 0,133 > 0,05, sehingga data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,436 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dan model penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap loyalitas pengguna. Hasil analisis regresi linear sederhana disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-5.861	4.360		-1.344	.188
	Total_X	1.104	.121	.847	9.143	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = -5,861 + 1,104X$$

Nilai konstanta sebesar -5,861 menunjukkan bahwa apabila variabel persepsi kemudahan bernilai nol, maka loyalitas pengguna sebesar -5,861. Sementara itu, nilai koefisien regresi sebesar 1,104 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi kemudahan akan meningkatkan loyalitas pengguna sebesar 1,104. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki arah hubungan positif terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh tersebut, dilakukan uji hipotesis menggunakan uji t yang hasilnya disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
Persepsi Kemudahan (X)	9,143	2,034	0,000

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 9,143 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,034. Dengan demikian, H₁ diterima dan H₀ ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri.

Selanjutnya dilakukan pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel persepsi kemudahan terhadap loyalitas pengguna. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the
-------	---	----------	-------------------	-------------------

				Estimate
1	.847 ^a	.717	.708	3.39237

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa nilai R sebesar 0,847 yang menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan dengan loyalitas pengguna berada pada kategori kuat. Selain itu, diperoleh nilai R Square sebesar 0,717 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,708. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 71,7% loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 9,143 lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 2,034 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = -5,861 + 1,104X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi kemudahan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pengguna sebesar 1,104. Hasil koefisien determinasi juga menunjukkan nilai R Square sebesar 0,717, yang berarti bahwa sebesar 71,7% loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna terhadap aplikasi tersebut. Kemudahan tersebut dapat dilihat dari kemampuan pengguna dalam memahami cara penggunaan aplikasi, kemudahan dalam mempelajari fitur-fitur yang tersedia, serta kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara cepat dan praktis. Kemudahan yang dirasakan pengguna akan memberikan pengalaman yang positif sehingga mendorong pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi BYOND by BSI dan tidak mudah beralih ke layanan perbankan digital lainnya.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan secara berkelanjutan. Dengan demikian, persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap suatu layanan berbasis teknologi (Sukmawati et al., 2021).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oni Monika dan Rifaatul Indana (2025) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna BSI *Mobile* (Oni Monika, 2025). Penelitian Andi Syaif Irawan (2024) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* (Irawan, 2024). Selain itu, penelitian

Apriandika et al. (2025) menjelaskan bahwa kemudahan dalam penggunaan layanan digital dapat meningkatkan kepuasan pengguna yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas pengguna. Kesamaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pengguna layanan perbankan digital (Apriandika et al., 2025).

Dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam, kemudahan penggunaan aplikasi BYOND by BSI merupakan bentuk kemanfaatan yang memberikan efisiensi, kenyamanan, dan kemudahan akses dalam melakukan transaksi keuangan. Kemudahan tersebut sejalan dengan prinsip *masalah* yang bertujuan untuk mendatangkan manfaat dan menghindarkan manusia dari kesulitan. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu." (QS. Al-Baqarah: 185)

Yang menjelaskan bahwa Allah menghendaki kemudahan bagi manusia dan tidak menghendaki kesukaran. Kehadiran aplikasi BYOND by BSI memberikan manfaat bagi pengguna dalam mengakses layanan keuangan secara lebih mudah, efektif, dan efisien sehingga dapat mendukung tercapainya kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi juga sejalan dengan tujuan maqashid syariah, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-mal*), karena mampu membantu pengguna melakukan transaksi secara aman, cepat, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, penggunaan aplikasi BYOND by BSI tidak hanya memberikan manfaat secara praktis bagi pengguna, tetapi juga mendukung terwujudnya kemaslahatan dan kesejahteraan dalam perspektif ekonomi Islam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri dalam perspektif *masalah* ekonomi Islam. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,143 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,034 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,717 menunjukkan bahwa sebesar 71,7% loyalitas pengguna dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan bentuk kemaslahatan yang memberikan manfaat bagi pengguna layanan perbankan digital syariah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang memengaruhi loyalitas pengguna serta memperluas jumlah responden dan objek penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Apriandika, P., Megananda, M., & Alfarizi, S. F. (2025). Meningkatkan kepuasan konsumen dalam penggunaan mobile banking melalui kemudahan dan persepsi risiko (Sebuah kajian konseptual marketing). *Siber Nusantara of Community Service Review*, 1(2), 71–80. <https://doi.org/10.59647/sncsr.v1i2.1136>
- Febisatria, A., Laega, E. T. Z., Sipayung, L. D., & Pratama, A. A. (2025). Digital banking adoption in Indonesia: The role of perceived usefulness and ease of use. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 79–86. <https://doi.org/10.30812/target.v7i2.5868>

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

Volume 05, Nomor 01, Juni 2026

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

- Halimah, N., Martaseli, E., & Sophan, I. (2025). Efektivitas penggunaan sistem informasi BSI Mobile dan Byond by BSI dalam meningkatkan layanan perbankan (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Sukabumi). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(4), 2553–2562. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27402>
- Ibrahim, E. K., & Mawardi. (2025). Analisis konsep masalah sebagai prinsip dan tujuan ekonomi Islam. *Istikhlaf: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah*, 7(2), 1–19. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v7i2.871>
- Irawan, A. S. (2024). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap kepercayaan nasabah dan implikasinya terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking di industri perbankan. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(10), 50–67.
- Maharani, S. A., & Sari, E. S. (2024). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust dan security terhadap behavioral intention to use BRImo (Studi kasus pada pengguna BRImo di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1), 161–176. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.3087>
- Monika, O., & Rahayu, I. (2025). Pengaruh fitur, kemudahan penggunaan dan customer perceived value terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 6(2), 86–101.
- Pasaribu, M., Hasibuan, A. N., & Cahyani, U. E. (2024). Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening dalam menggunakan BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 340–350. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12054>
- Priautama, B., Rahayu, B., & Sustiyatik, E. (2023). Perilaku nasabah dalam penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) kompetitif pada mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri (Studi kasus: Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 2799–2812. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.6827>
- Soetam, W. R. (2021). *Teori dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang.
- Srisusilawati, P. (2023). *Loyalitas pelanggan*. Widina Bhakti Persada.
- Suhaimi, A., & Syalafiyah, N. (2025). Implementasi prinsip al-maslahah dalam pelayanan publik berbasis digital di Nganjuk: Perspektif fiqh siyasah. *Islamic Law: Jurnal Siyasah*, 10(2), 215–232. <https://doi.org/10.18592/siyasah.v10i2.14567>
- Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan penggunaan layanan mobile banking perbankan syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1845–1857. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2845>
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Ismail, 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>
- Tyas, D. A. K., & Mulyono, T. (2025). Analisis penggunaan mobile banking pada Generasi Z dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *JAMASY: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 5(3), 29–38. <https://doi.org/10.56347/jamasy.v5i3.912>

Currency:
Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

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

Yanti, L. D., & Sanusi, L. (2023). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking. *JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(2), 443–456. <https://doi.org/10.54045/jeksya.v2i2.889>