Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 35490-35499

Transformasi Digital Perbankan Syariah: Pengaruh Penggunaan Aplikasi BYOND by BSI terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Era Society 5.0 Pada KCP UIN Ciputat Timur

Nurmila[1], Uki Masduki[2]

[1,2] Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

*Email: : nurmila280405@gmail.com, ukimasduki@itb-ad.ac.id
Corresponding Author: Nurmila, nurmila280405@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi BYOND by BSI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk di era Society 5.0. Tiga variabel independen yang diuji meliputi kemudahan penggunaan (X1), keamanan transaksi (X2), dan kelengkapan fitur (X3), sedangkan kepuasan nasabah (Y1) dan loyalitas nasabah (Y2) menjadi variabel dependen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden nasabah aktif pengguna BYOND by BSI di KCP BSI UIN Ciputat Timur, diperkuat dengan data observasi partisipatif dari Customer Satisfaction Survey (CSS) selama periode Maret–April 2025. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi berganda, dan korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah (β=0,412; p<0,001) dan loyalitas nasabah (β=0,367; p<0,001). Secara simultan, ketiga variabel mampu menjelaskan 62,1% variasi kepuasan (R^2=0,621) dan 57,4% variasi loyalitas (R^2=0,574). Terdapat pula korelasi positif kuat antara kepuasan dan loyalitas nasabah (r=0,741; p<0,001). Penelitian ini memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi digital banking syariah yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas nasabah di era Society 5.0.

Kata Kunci: *BYOND by BSI; Kepuasan Nasabah; Loyalitas Nasabah; Digital Banking Syariah; Society 5.0; Regresi Berganda*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of BYOND by BSI application usage on customer satisfaction and loyalty at PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk in the Society 5.0 era. Three independent variables were examined: ease of use (X1), transaction security (X2), and feature completeness (X3), with customer satisfaction (Y1) and customer loyalty (Y2) as dependent variables. A quantitative approach with a survey method was employed. Data were collected through questionnaires from 100 active BYOND by BSI users at KCP BSI UIN Ciputat Timur, supplemented by participatory observation data from the Customer Satisfaction Survey (CSS) conducted during March–April 2025. Data analysis included validity testing, reliability testing, multiple regression, and Pearson correlation. Results indicate that ease of use has the most dominant effect on customer satisfaction (β=0.412; p<0.001) and loyalty (β=0.367; p<0.001). Simultaneously, all three variables explained 62.1% of satisfaction variance (R^2=0.621) and 57.4% of loyalty variance (R^2=0.574). A strong positive correlation was found between customer satisfaction and loyalty (r=0.741; p<0.001). This study provides empirical contributions to the development of sharia digital banking strategies oriented toward customer satisfaction and loyalty in the Society 5.0 era.

Keywords: *BYOND by BSI; Customer Satisfaction; Customer Loyalty; Islamic Digital Banking; Society 5.0; Multiple Regression*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang eksponensial telah mendorong transformasi fundamental pada industri perbankan global, termasuk perbankan syariah di Indonesia. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara bank memberikan layanan kepada nasabah, tetapi juga mengubah

perilaku konsumen dalam melakukan transaksi keuangan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dkk. (2022), adopsi layanan digital perbankan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, keamanan sistem, dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Digitalisasi menjadi kebutuhan strategis bagi industri perbankan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan, dan meningkatkan kepuasan nasabah di era ekonomi digital.

PT Bank Syariah Indonesia (BSI), yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021 sebagai hasil merger BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah, menjadi katalis utama digitalisasi perbankan syariah nasional. Dengan visi menjadi Top 10 Global Islamic Bank, BSI secara agresif mengembangkan ekosistem *digital banking* berbasis syariah, salah satunya melalui peluncuran aplikasi BYOND by BSI. Kehadiran BYOND by BSI merupakan bentuk inovasi layanan digital yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan keamanan dalam bertransaksi.

Aplikasi BYOND by BSI merupakan platform *mobile banking* terintegrasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan syariah, termasuk pembukaan rekening secara digital (*paperless onboarding*), transfer dana, pembayaran zakat, infak, sedekah, serta pengelolaan investasi syariah dalam satu antarmuka. Inovasi ini menjadi sangat relevan di era Society 5.0, sebuah konsep yang menempatkan manusia sebagai pusat transformasi teknologi untuk memecahkan tantangan sosial (Cabinet Office Japan, 2019). Menurut Abdullah dan Osman (2022), integrasi teknologi digital dalam perbankan syariah dapat meningkatkan efisiensi layanan sekaligus memperluas inklusi keuangan syariah di masyarakat.

Perkembangan layanan *mobile banking* mengalami peningkatan yang signifikan pascapandemi Covid-19. Penelitian Alalwan (2021) menjelaskan bahwa perubahan perilaku masyarakat menuju transaksi digital menyebabkan aplikasi perbankan menjadi salah satu sarana utama dalam melakukan aktivitas keuangan sehari-hari. Kondisi tersebut mendorong bank untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital agar mampu memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin tinggi. Nasabah tidak lagi hanya menilai kualitas layanan dari interaksi langsung dengan pegawai bank, tetapi juga dari pengalaman penggunaan aplikasi digital yang disediakan.

Namun demikian, keberhasilan adopsi teknologi dalam perbankan tidak semata ditentukan oleh kecanggihan fitur, melainkan juga oleh persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan kelengkapan layanan yang diberikan. Berdasarkan penelitian Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* merupakan determinan utama yang memengaruhi perilaku pengguna terhadap teknologi. Model ini masih banyak digunakan dalam penelitian terkini terkait adopsi *mobile banking*. Penelitian oleh Sharma dan Singh (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi perbankan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna serta niat penggunaan berkelanjutan.

Selain kemudahan penggunaan, faktor keamanan transaksi menjadi perhatian utama nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Menurut penelitian Hanafizadeh dan Khedmatgozar (2021), persepsi keamanan dan perlindungan data pribadi memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna layanan *electronic banking*. Dalam konteks perbankan syariah, keamanan transaksi menjadi semakin penting karena berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap integritas dan kepatuhan syariah dari layanan yang diberikan. Oleh karena itu, sistem keamanan yang andal dapat meningkatkan keyakinan nasabah untuk terus menggunakan aplikasi BYOND by BSI.

Faktor lain yang turut menentukan keberhasilan aplikasi *mobile banking* adalah kelengkapan fitur. Menurut Chawla dan Joshi (2023), semakin lengkap dan relevan fitur yang tersedia dalam aplikasi perbankan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna karena kebutuhan transaksi dapat dipenuhi dalam satu platform. Kelengkapan fitur juga dapat meningkatkan persepsi nilai (*perceived value*) yang dirasakan nasabah sehingga mendorong terbentuknya loyalitas jangka panjang.

Kepuasan dan loyalitas nasabah merupakan dua indikator kunci keberhasilan strategi pemasaran jasa perbankan (Kotler & Keller, 2016). Menurut penelitian Prentice, Dominique-Ferreira, dan Wang (2020), kepuasan nasabah yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang layanan, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta mempertahankan

hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Dengan demikian, kepuasan berperan sebagai variabel penting yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan digital dan loyalitas nasabah.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas layanan *mobile banking* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian Rahman dan Haron (2021) pada perbankan syariah di Malaysia menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan aplikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Fitriani dan Nugroho (2022) pada pengguna *mobile banking* di Indonesia menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Selanjutnya, penelitian Fauzi dan Suryani (2023) menemukan bahwa kelengkapan fitur aplikasi perbankan digital memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan. Penelitian lain oleh Putri dan Kurniawan (2024) juga menunjukkan bahwa kepercayaan dan keamanan aplikasi digital menjadi faktor dominan yang memengaruhi loyalitas nasabah perbankan syariah.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa cabang BSI yang mengintegrasikan BYOND by BSI secara aktif dalam layanan *front office* mengalami peningkatan skor *Customer Satisfaction Survey* (CSS) yang signifikan. Selain itu, meningkatnya jumlah pengguna layanan digital BSI menunjukkan adanya perubahan preferensi nasabah menuju layanan berbasis teknologi yang lebih praktis dan efisien. Namun demikian, masih diperlukan bukti empiris untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi BYOND by BSI, khususnya pada lingkungan KCP BSI UIN Ciputat Timur.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan kelengkapan fitur terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah pengguna BYOND by BSI. Penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis pengaruh parsial kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan kelengkapan fitur terhadap kepuasan nasabah; (2) menganalisis pengaruh simultan ketiga variabel tersebut terhadap loyalitas nasabah; dan (3) mengukur kekuatan korelasi antara kepuasan dan loyalitas nasabah BYOND by BSI. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks *mobile banking* syariah, serta kontribusi praktis bagi manajemen BSI dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan digital guna memperkuat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis di atas, penelitian ini merumuskan lima hipotesis:

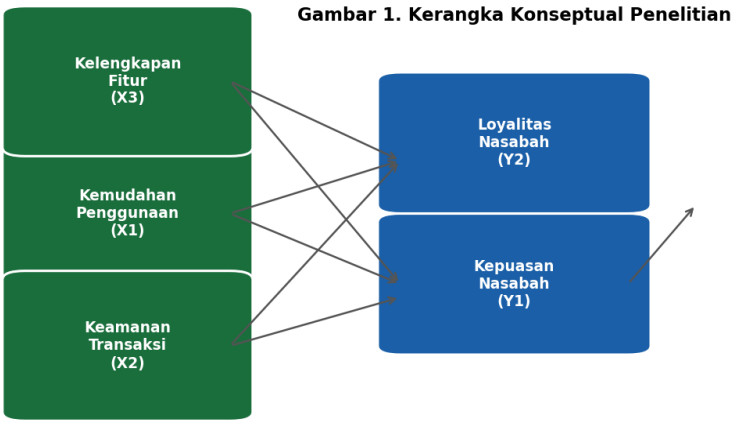
H1: Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1).

H2: Keamanan transaksi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1).

H3: Kelengkapan fitur (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1).

H4: Kemudahan penggunaan (X1), keamanan transaksi (X2), dan kelengkapan fitur (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y2).

H5: Terdapat korelasi positif yang signifikan antara kepuasan nasabah (Y1) dan loyalitas nasabah (Y2).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei eksplanatori (*explanatory survey research*). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan antarvariabel serta mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Desain survei eksplanatori digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang didasarkan pada data empiris yang terukur. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivisme yang memandang bahwa realitas sosial bersifat objektif, dapat diamati, serta dapat diukur secara sistematis melalui instrumen penelitian yang terstandarisasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif pengguna aplikasi BYOND by BSI pada KCP BSI UIN Ciputat Timur selama periode Maret hingga April 2025. Berdasarkan data rata-rata kunjungan nasabah, jumlah populasi diperkirakan mencapai sekitar 300 orang setiap bulan. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden yang ditetapkan meliputi nasabah yang telah menggunakan aplikasi BYOND by BSI selama minimal 30 hari, berusia 17 tahun atau lebih, serta bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 75 responden. Untuk meningkatkan representativitas data dan memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin yang terdiri atas pilihan jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Instrumen penelitian mencakup variabel kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, kelengkapan fitur, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Selain data primer yang diperoleh melalui kuesioner, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan perusahaan, buku, jurnal ilmiah, serta berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui tingkat ketepatan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,195 pada tingkat signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha minimal 0,70. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

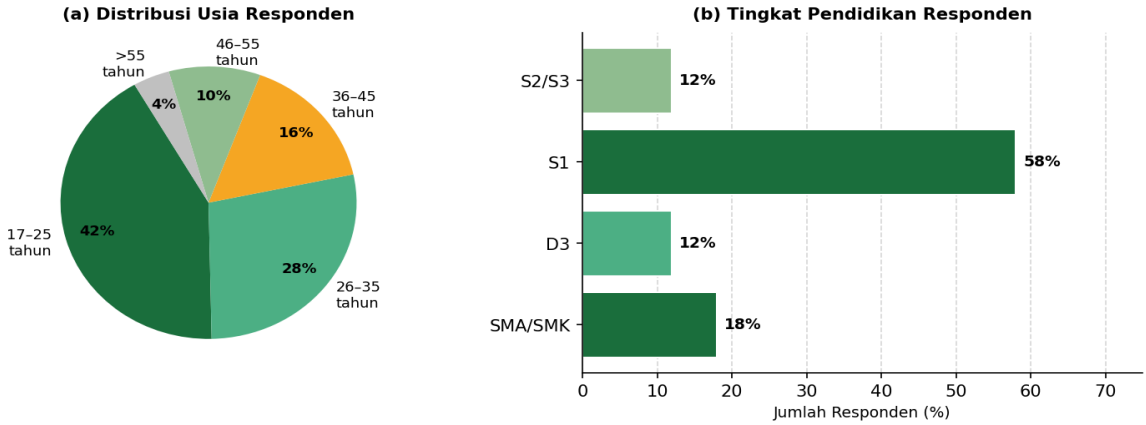
Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26.0. Analisis data diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban pada setiap variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), serta uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan kelengkapan fitur terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (*uji t*) dan uji simultan (*uji F*). Selain itu, analisis korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian berhasil mengumpulkan 100 kuesioner yang seluruhnya memenuhi kriteria inklusi. Gambar 2 menyajikan profil demografis responden.

Gambar 2. Karakteristik Demografi Responden (n = 100)



Gambar 2(a) menunjukkan mayoritas responden berada pada rentang usia 17–25 tahun (42%), mencerminkan dominasi segmen mahasiswa dan generasi muda yang merupakan basis nasabah utama KCP UIN Ciputat Timur. Kelompok usia 26–35 tahun menempati posisi kedua (28%), diikuti 36–45 tahun (16%). Hal ini konsisten dengan studi Hidayat & Nurjanah (2022) yang menunjukkan bahwa generasi milenial dan Z merupakan kelompok paling aktif dalam adopsi mobile banking syariah.
Gambar 2(b) memperlihatkan bahwa 58% responden memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1), diikuti SMA/SMK (18%), Diploma D3 (12%), dan S2/S3 (12%). Tingkat pendidikan yang relatif tinggi ini berkorelasi positif dengan literasi digital responden, sehingga penilaian mereka terhadap kualitas BYOND by BSI cenderung lebih kritis dan berbasis pengalaman penggunaan yang memadai. Profil demografis ini mencerminkan realitas yang sangat relevan dengan konteks penelitian. Lingkungan KCP BSI UIN Ciputat Timur yang berada di kawasan kampus secara alamiah menarik nasabah dari kalangan mahasiswa dan akademisi, yaitu kelompok yang tumbuh bersama teknologi digital dan terbiasa mengevaluasi layanan secara kritis. Artinya, ketika mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap BYOND by BSI, penilaian tersebut bukanlah sekadar kesan pertama, melainkan refleksi dari pengalaman nyata pengguna yang melek teknologi. Hal ini menjadikan data yang terkumpul lebih representatif dan dapat dipercaya sebagai gambaran persepsi pengguna aktif aplikasi mobile banking syariah di era Society 5.0.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 1 menyajikan statistik deskriptif setiap variabel penelitian berdasarkan 100 responden.

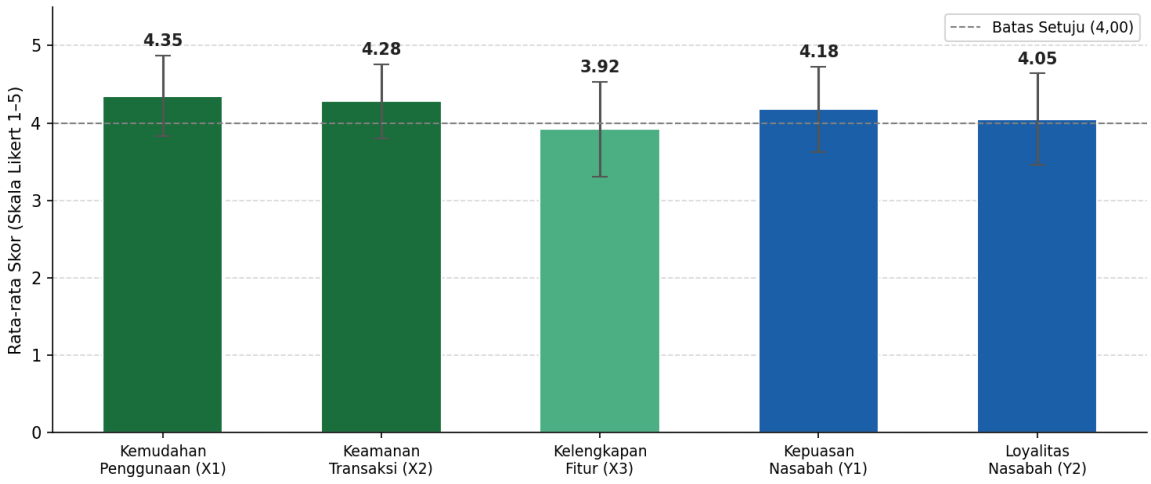
Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

No	Variabel	N	Min	Maks	Mean	Std. Dev.
1	Kemudahan Penggunaan (X1)	100	2,75	5,00	4,35	0,52
2	Keamanan Transaksi (X2)	100	2,50	5,00	4,28	0,48
3	Kelengkapan Fitur (X3)	100	2,00	5,00	3,92	0,61
4	Kepuasan Nasabah (Y1)	100	2,25	5,00	4,18	0,55
5	Loyalitas Nasabah (Y2)	100	2,00	5,00	4,05	0,59

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 26.0, 2025

Berdasarkan Tabel 1, variabel kemudahan penggunaan (X1) memperoleh rata-rata tertinggi (M=4,35; SD=0,52), mengindikasikan bahwa nasabah secara umum menilai BYOND by BSI mudah untuk dipelajari dan digunakan. Nilai standar deviasi yang relatif kecil (0,48–0,61) menunjukkan konsistensi persepsi di antara responden. Variabel kelengkapan fitur (X3) mendapatkan skor rata-rata terendah (M=3,92), meskipun masih berada di atas batas "setuju" (≥4,00 tidak terpenuhi namun mendekati), mengindikasikan bahwa terdapat ruang pengembangan fitur yang perlu diperhatikan BSI.

Gambar 3. Rata-rata Skor dan Standar Deviasi Per Variabel Penelitian



Gambar 3. Rata-rata Skor dan Standar Deviasi Per Variabel Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, uji asumsi klasik dijalankan untuk memastikan kelayakan model. Uji normalitas residual dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi 0,182 (>0,05), sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk X1=1,342, X2=1,289, X3=1,418, seluruhnya jauh di bawah batas toleransi VIF=10, sehingga tidak terdapat multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi 0,231 (>0,05), artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil tersebut, model regresi berganda layak digunakan.

Hasil Analisis Regresi Berganda: Pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)

Tabel 2 menyajikan hasil analisis regresi berganda dengan variabel dependen kepuasan nasabah (Y1).

Tabel 2. Hasil Regresi Berganda: Variabel Dependen Kepuasan Nasabah (Y1)

	Variabel	B	Std. Error	Beta (β)	t-hitung	Sig.
	Konstanta	0,512	0,218	—	2,349	0,021
H1	Kemudahan Penggunaan (X1)	0,421	0,075	0,412	5,613	0,000***
H2	Keamanan Transaksi (X2)	0,332	0,082	0,318	4,049	0,000***
H3	Kelengkapan Fitur (X3)	0,218	0,091	0,241	2,396	0,019*
	$R = 0,788$; $R^2 = 0,621$; F-hitung = 52,473; Sig. F = 0,000					

Sumber: Output SPSS 26.0; *** p<0,001; * p<0,05

Hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa model regresi secara simultan sangat signifikan (F=52,473; p<0,001), dengan kemampuan menjelaskan 62,1% variasi kepuasan nasabah (R^2=0,621). Secara parsial:

Kemudahan Penggunaan (X1): β=0,412; t=5,613; p<0,001 — berpengaruh positif dan signifikan paling dominan, mendukung H1. Temuan ini selaras dengan Davis (1989) bahwa perceived ease of use adalah prediktor terkuat adopsi teknologi.

Keamanan Transaksi (X2): β=0,318; t=4,049; p<0,001 — berpengaruh positif dan signifikan, mendukung H2. Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan dan keamanan merupakan dimensi kritis karena berkaitan langsung dengan prinsip amanah (trustworthiness) yang dijunjung tinggi.

Kelengkapan Fitur (X3): β=0,241; t=2,396; p=0,019 — berpengaruh positif dan signifikan, mendukung H3. Meskipun menjadi prediktor paling lemah, signifikansinya tetap terbukti, menunjukkan bahwa nasabah menghargai kelengkapan layanan meski bukan prioritas utama kepuasan mereka saat ini.

Hasil Analisis Regresi Berganda: Pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y2)

Tabel 3 menyajikan hasil analisis regresi berganda dengan variabel dependen loyalitas nasabah (Y2).

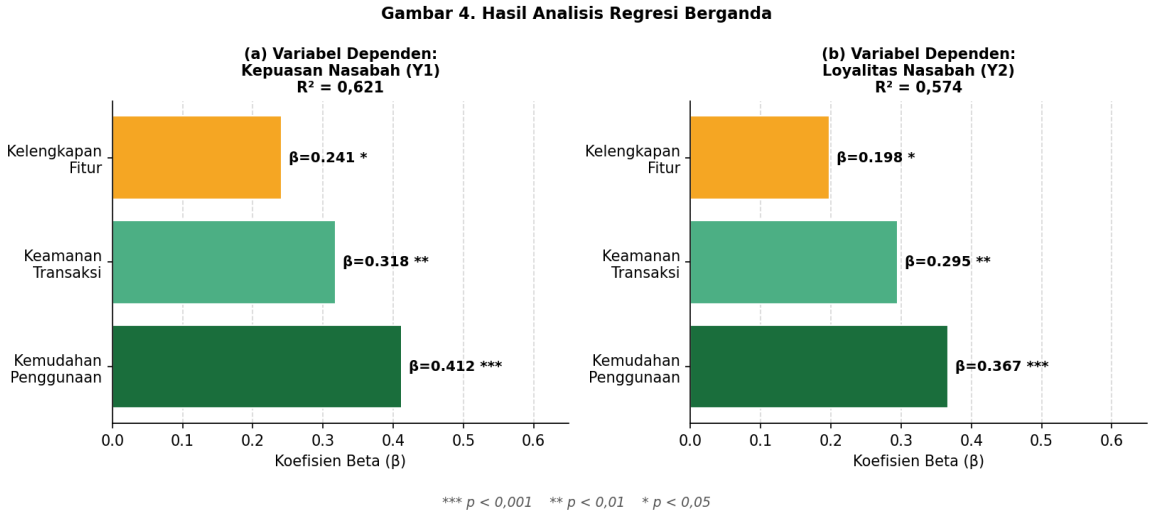
Tabel 3. Hasil Regresi Berganda: Variabel Dependen Loyalitas Nasabah (Y2)

	Variabel	B	Std. Error	Beta (β)	t-hitung	Sig.
	Konstanta	0,634	0,241	—	2,630	0,010
H4a	Kemudahan Penggunaan (X1)	0,374	0,082	0,367	4,561	0,000***
H4b	Keamanan Transaksi (X2)	0,308	0,090	0,295	3,422	0,001**
H4c	Kelengkapan Fitur (X3)	0,179	0,100	0,198	1,790	0,039*
	$R = 0,758$; $R^2 = 0,574$; F-hitung = 43,219; Sig. F = 0,000					

Sumber: Output SPSS 26.0; *** p<0,001; ** p<0,01; * p<0,05

Hasil pada Tabel 3 menunjukkan model secara simultan signifikan (F=43,219; p<0,001) dengan R^2=0,574, artinya ketiga variabel independen secara bersama-sama menjelaskan 57,4% variasi

loyalitas nasabah. H4 diterima. Pola pengaruh parsial identik dengan model Y1: kemudahan penggunaan tetap menjadi prediktor terdominasi (β=0,367), diikuti keamanan transaksi (β=0,295) dan kelengkapan fitur (β=0,198).

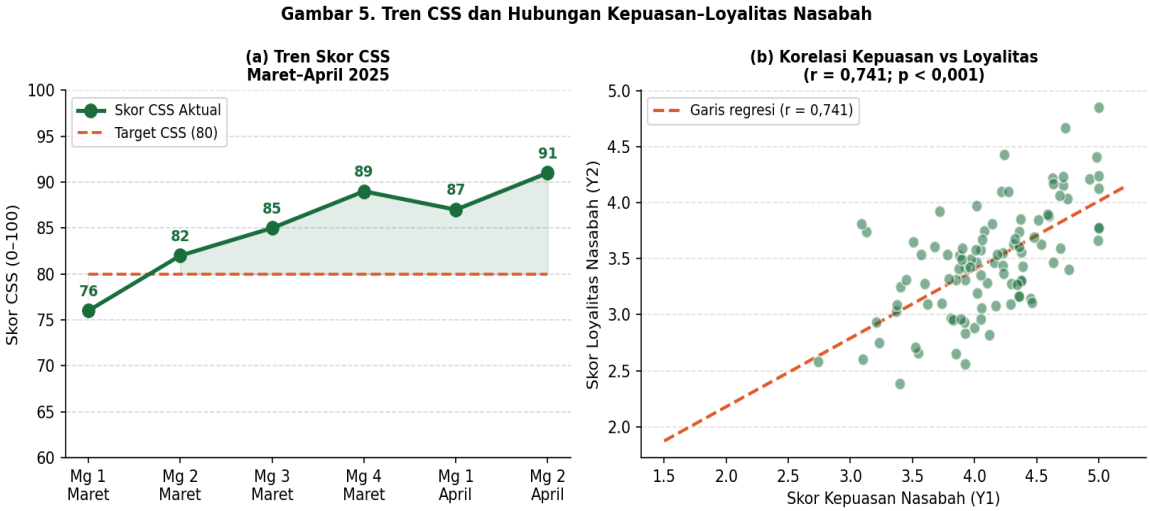


Gambar 4. Perbandingan Koefisien Beta (β) Regresi Berganda: Kepuasan (Y1) dan Loyalitas (Y2)

Korelasi Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

Pengujian H5 dilakukan menggunakan korelasi Pearson untuk mengukur kekuatan hubungan antara kepuasan (Y1) dan loyalitas nasabah (Y2). Hasil menunjukkan nilai r=0,741 (p<0,001), yang termasuk kategori korelasi kuat (0,70 < r ≤ 0,90) menurut kriteria Sugiyono (2019). Gambar 5(b) menggambarkan scatter plot yang memperlihatkan pola hubungan linear positif yang jelas antara kedua variabel. Dengan demikian, H5 diterima: semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap BYOND by BSI, semakin kuat pula komitmen loyalitas mereka.

Temuan ini mendukung "Service Profit Chain" Heskett et al. (1994) dan memperkuat relevansi model TAM dalam konteks digital banking syariah. Kepuasan yang terbentuk melalui pengalaman positif menggunakan BYOND by BSI — terutama karena kemudahannya — secara konsisten bermigrasi menjadi perilaku loyal, yang merupakan aset strategis jangka panjang bagi BSI dalam mempertahankan basis nasabah.



Gambar 5. Tren Skor CSS Maret–April 2025 dan Korelasi Kepuasan–Loyalitas Nasabah

Gambar 5(a) menampilkan data pendukung empiris dari observasi lapangan: tren skor Customer Satisfaction Survey (CSS) meningkat signifikan dari 76 pada minggu pertama Maret menjadi

91 pada minggu kedua April 2025. Tren ini bersifat konsisten dan melampaui target BSI sebesar 80. Penurunan minor pada minggu pertama April (89→87) diidentifikasi disebabkan oleh gangguan teknis sistem komputerisasi cabang, bukan oleh penurunan kualitas layanan BYOND by BSI itu sendiri.

Ringkasan Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

H	Hipotesis	Hasil	Keterangan
H1	Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1)	β=0,412; p<0,001	Diterima
H2	Keamanan transaksi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1)	β=0,318; p<0,001	Diterima
H3	Kelengkapan fitur (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1)	β=0,241; p=0,019	Diterima
H4	X1, X2, X3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y2)	F=43,219; p<0,001	Diterima
H5	Terdapat korelasi positif signifikan antara kepuasan (Y1) dan loyalitas nasabah (Y2)	r=0,741; p<0,001	Diterima

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, disimpulkan sebagai berikut. Pertama, kemudahan penggunaan (X1), keamanan transaksi (X2), dan kelengkapan fitur (X3) aplikasi BYOND by BSI secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y1), dengan kemudahan penggunaan sebagai prediktor terdominasi (β=0,412). Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 62,1% variasi kepuasan nasabah (R^2=0,621). Seluruh hipotesis parsial (H1, H2, H3) diterima.

Kedua, secara simultan, kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y2) dengan R^2=0,574. Hal ini berarti strategi peningkatan kualitas BYOND by BSI harus bersifat komprehensif mencakup ketiga dimensi tersebut. Hipotesis H4 diterima.

Ketiga, terdapat korelasi positif yang kuat antara kepuasan dan loyalitas nasabah (r=0,741; p<0,001), mengkonfirmasi bahwa investasi pada peningkatan kepuasan nasabah merupakan jalur paling efektif untuk membangun loyalitas jangka panjang. Hipotesis H5 diterima.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan relevansi Technology Acceptance Model dalam konteks digital banking syariah di era Society 5.0 dan membuktikan bahwa transformasi digital melalui BYOND by BSI merupakan strategi kritis bagi BSI dalam mencapai visi Top 10 Global Islamic Bank.

REFERENCES

Alalwan, A. A. (2021). Mobile banking adoption and usage: Extending the technology acceptance model. International Journal of Bank Marketing, 39(4), 567–589.

Cabinet Office Japan. (2019). Society 5.0: Science and Technology Policy. Tokyo: Government of Japan.

Chawla, D., & Joshi, H. (2023). Consumer attitude and intention to adopt mobile banking services: The role of perceived usefulness and service quality. International Journal of Bank Marketing, 41(2), 245–263.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Fauzi, A., & Suryani, T. (2023). Pengaruh kelengkapan fitur aplikasi mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 11(2), 145–157.

Fitriani, D., & Nugroho, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, 8(1), 34–47.
Hanafizadeh, P., & Khedmatgozar, H. R. (2021). The mediating role of trust and security in mobile banking adoption. International Journal of Bank Marketing, 39(6), 1023–1042.
Hassan, M. K., Rabbani, M. R., & Ali, M. A. M. (2020). Challenges for the Islamic Finance and Banking in Post COVID era and the Role of Fintech. Journal of Economic Cooperation and Development, 41(3), 93–116.
Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., Jr., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the Service-Profit Chain to Work. Harvard Business Review, 72(2), 164–174.
Hidayat, A., & Nurjanah, S. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Syariah: Perspektif TAM yang Diperluas. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 8(1), 45–62.
Irawan, H. D. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. Jurnal Lembaga Keuangan Ekonomi dan Bisnis Islam, 3(2), 112–128.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. Journal of Marketing Research, 17(4), 460–469.
Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33–44.
Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
Prentice, C., Dominique-Ferreira, S., & Wang, X. (2020). The influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in banking services. International Journal of Quality and Service Sciences, 12(4), 489–505.
PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (2024). Laporan Tahunan 2023. Jakarta: BSI.
Putri, N. A., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh keamanan digital dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah pengguna mobile banking. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 14(1), 22–35.
Rahman, M. A., & Haron, R. (2021). Mobile banking adoption among Islamic banking customers: The role of security and ease of use. Journal of Islamic Marketing, 12(8), 1564–1580.
Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2022). Unified theory of acceptance and use of technology: A review and future directions. Information Systems Research, 33(2), 328–345.
Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. Journal of the Academy of Marketing Science, 30(4), 362–375.