

**PENGARUH USER SATISFACTION, EASE OF USE DAN SECURITY
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM PENGGUNAAN
BYOND By BSI DI KABUPATEN DEMAK**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1
Jurusank Perbankan Syariah



Disusun oleh :
Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh
NIM.2105036155

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454
Semarang 50185

Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp :
Hal : Persetujuan Pembimbing
A.n Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan melakukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh
NIM : 2105036155
Fakultas/Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *User Satisfaction, Ease of use* dan *security* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Penggunaan *Byond* by BSI di Kabupaten Demak.

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 30 April 2025

Pembimbing I

Dr. Saekhu, MH.
NIP. 196901201994031004

Pembimbing II

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. Prof. Dr. Hamka Km.01, Ngaliyan, Semarang 50189.
Telepon (024) 7601294, Website : ushuluddin.walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh
NIM : 2105036155
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *User Satisfaction, Ease of use* dan *Security* terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak.

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Pengaji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik, pada tanggal :

12 Juni 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 17 Juni 2025

Dewan Pengaji

Ketua Sidang

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.
NIP. 198503272018012001

Sekretaris Sidang

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

Pengaji I

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

Pengaji II

Firdha Rahmyanti, M.A.
NIP. 199103182019032018

Pembimbing I

Dr. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

Pembimbing II

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

MOTTO

“Masa lalu tidak menentukan masa depanmu. Keputusan yang kamu ambil hari ini akan menentukan masa depanmu.”

(Henny kristianus)

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّابَرِ وَالصَّلَاةِ وَإِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَشِعِينِ ٤٥

“Dan mintalah pertolongan kepada allah dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya (salat) itu benar-benar berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk,”

(QS. Al-Baqarah:45)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, Sang Pemilik Ilmu dan Hikmah, atas limpahan rahmat, karunia, dan kekuatan yang tiada henti, hingga karya sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segenap rasa cinta, haru, dan bangga, karya ini kupersembahkan kepada:

1. Teruntuk Ayahanda tercinta, Bapak Jasmani Panutan dalam hidupku, sumber semangat dan keteladanan. Terima kasih telah menjadi atap dalam badai, pendorong dalam lelah, setiap doa yang tak terdengar namun terasa, segala usaha dan pengorbanan yang tak pernah kau ucapkan, namun nyata kurasakan. Meski tak pernah menapaki dunia perkuliahan, engkau mampu mengantarkan anak-anakmu meraih gelar sarjana. Doakan peneliti dapat mempersembahkan kesuksesan peneliti nantinya.
2. Kepada Almarhumah ibunda tersayang, Ibu Tamzizah. Perempuan terhebat yang senantiasa mengiringi langkah peneliti dengan cinta yang suci dan doa yang tulus. Dalam lelahmu kutemukan kekuatan. Dalam sabarmu kutemukan harapan. Peneliti akui pengorbananmu sangat besar. Engkau rela menunda pengobatan demi memastikan peneliti tetap melangkah di jalan pendidikan. Pengorbananmu membangun harapan dan semangat yang tak pernah padam. Dari doa-doamu yang mengalun dalam diam, dari tubuhmu yang menahan sakit tanpa keluh, peneliti belajar arti cinta yang paling murni. Engkau adalah madrasah kehidupan bagi peneliti. tempat pertama peneliti belajar arti ketulusan, pengorbanan, dan kasih yang abadi. Semoga setiap langkah peneliti dan setiap gelar yang tersemat di belakang nama peneliti, menjadi amal jariyah untukmu di alam keabadian. Walaupun engkau telah tiada Ibu, tapi cintamu akan terus hidup selamanya.
3. Teruntuk Saudara-Saudara peneliti, mungkin kalian jarang berkata banyak, tapi kehadiran kalian selalu menjadi pelindung yang tak tergantikan. Terima kasih telah menjadi teladan dalam kesabaran dan menjadi pelita kecil yang membimbingku dari jauh. Langkahku hari ini dan gelar yang kuperoleh adalah bagian dari cinta dan dukungan kalian yang tak pernah lekang. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.
4. Kepada teman terdekatku, Zakia, Nabilah, dan Rinda. Terima kasih atas persahabatan yang mekar sejak awal perkuliahan. Kita tumbuh bersama dalam tawa, tangis, dan perjuangan. Kehadiran kalian adalah anugerah yang memperindah perjalanan ini.
5. Untuk diriku sendiri, Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang di habiskan dalam gelisah, setiap air mata yang jatuh diam-diam, dan setiap doa yang kau panjatkan. Terima kasih telah memilih untuk tetap berjalan, meski langkahmu kadang gontai dan terbesit di dalam pikiran ingin menyerah. Tetapi kau

memilih bertahan, dan memilih percaya meski dunia kadang tak berpihak. Zahwa, kau layak bangga atas dirimu sendiri karena keberanianmu untuk melawan segala ragu dalam dirimu sendiri. Tetaplah melangkah dengan rendah hati, karena ini bukan akhir dari segalanya, tetapi gerbang awal menuju cerita baru yang lebih bermakna.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, saya Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan. Dengan deklarasi ini dibuat oleh peneliti dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 20 Mei 2025



Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi memegang peranan penting dalam penulisan skripsi, mengingat banyaknya istilah berbahasa Arab seperti nama tokoh, judul karya, maupun nama institusi yang semula ditulis dalam Bahasa Arab dan perlu dialihkan ke dalam Bahasa Latin. Guna menjamin konsistensi dan ketepatan penulisan, diperlukan penerapan sistem transliterasi yang baku sebagaimana diuraikan berikut ini:

A. Konsonan

ء	‘	ض	ḍl
ب	b	ط	ṭh
ت	t	ظ	zh
ث	ts	ع	‘
ج	j	غ	gh
ح	h	ف	f
خ	kh	ق	q
د	d	ك	k
ذ	dza	ل	l
ر	r	م	m
ز	z	ن	n
س	s	و	w
ش	sy	ه	h
ص	ṣh	ي	y

B. Vokal

أ = a

إ = i

أ = u

C. Diftong

أي = ay

أو = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ُ').

E. Kata Sandang(...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al...* misalnya الصناعة *al-shina'ah*. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbuthah (ة)

Setiap *ta'marbuthah* ditulis dengan “h” misalnya = الطبيعية المعيشة *al-ma'isyah al-thabi'iyyah*.

ABSTRAK

Perkembangan layanan digital perbankan mendorong hadirnya aplikasi seperti Byond by BSI yang dirancang untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi penggunanya. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai keluhan. Masalah penelitian muncul dari adanya keluhan pengguna terkait kesulitan penggunaan aplikasi, gangguan transaksi, serta keraguan terhadap aspek keamanan dan layanan *customer service*. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana *user satisfaction, ease of use, dan security* berperan dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi Byond by BSI di Kabupaten Demak. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh *user satisfaction, ease of use, dan security* terhadap loyalitas pengguna aplikasi Byond by BSI dan memberikan rekomendasi bagi peningkatan layanan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan melibatkan 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus lemeshow. Data didapatkan dari penyebaran kuesioner menggunakan skala likert lima poin. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan *user satisfaction* dan *ease of use* dan *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Byond by BSI. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan *User satisfaction, Ease of use* dan *security* untuk meningkatkan adopsi dan memperkuat loyalitas nasabah. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel dan mempertimbangkan variabel tambahan yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna secara lebih komprehensif.

Kata kunci : kepuasan pengguna, kemudahan pengguna, keamanan dan loyalitas penggunaan

ABSTRACT

The growth of digital banking services has led to the development of applications like Byond by BSI, which are designed to offer users convenience, security, and comfort. However, various complaints still exist in practice. The research problem arises from user complaints about difficulty using the application, transaction disruptions, and doubts about security and customer service aspects. These issues raise questions about the extent to which user satisfaction, ease of use, and security influence the loyalty of Byond by BSI users in Demak Regency. The purpose of this study was to analyze the effects of user satisfaction, ease of use, and security on user loyalty to the Byond by BSI application, and to provide recommendations for improving the service.

This research used a quantitative method with a purposive sampling technique involving 100 respondents, determined using the Lemeshow formula. Data were obtained by distributing questionnaires using a five-point Likert scale. Multiple linear regression models were used for data analysis in this study with SPSS 23.

The results showed that user satisfaction, ease of use, and security had positive and significant effects on Byond by BSI user loyalty, both partially and simultaneously. These findings confirm the importance of increasing user satisfaction, ease of use, and security to strengthen customer loyalty and increase adoption. Future research is recommended to expand the sample size and consider additional variables affecting user loyalty.

Keywords: user satisfaction, ease of use, security and usage loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Adapun judul dari penelitian ini adalah "*Pengaruh User Satisfaction, Ease of Use, dan Security terhadap Loyalitas Nasabah dalam Penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak.*" Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya penelitian ini tidak terlepas dari peran serta dan dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, semangat, serta motivasi yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Bapak Dr.H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Para wakil dekan yaitu Bapak Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M. selaku wakil dekan I, Bapak Dr. Rahman EI-Junusi, SE., MM. Selaku wakil dekan II, dan Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA. Selalu wakil dekan III.
4. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc. selaku kepala prodi dan Ibu Mardhiyatunrofitaningsih, ME. Selaku sekretaris prodi perbankan syariah yang selalu memberikan informasi dan dukungan dalam hal akademik.
5. Ibu Riska Wijayanti, M.H sebagai wali dosen yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.
6. Bapak Dr. Saekhu, M.H. selaku dosen pembimbing pertama, terima kasih atas bimbingan dan dukungan yang diberikan selama masa penyusunan skripsi.
7. Bapak Nasrul Zaki Fuadi, M.Si. selaku dosen pembimbing kedua, terima kasih banyak atas ketulusan dalam memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai.
8. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu bagi peneliti.
9. Teman-temanku kelas PBAS D Angkatan 2021 atas kebersamaan kita yang telah menciptakan pengalaman dan kenangan yang berharga dan menyenangkan.

10. Partisipan responden yang sudah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam survei penelitian ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.
11. Segenap pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah berperan penting memberikan dukungan dan bantuan bagi peneliti selama masa perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.

Semoga segala dukungan atas doa dan bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak kepada peneliti senantiasa mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT. Dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati, peneliti menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka atas kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi yang berguna untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Demak, 2 Mei 2025



Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
MOTTO	iii
PERSEMAHAN	iv
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	13
1.3 Tujuan penelitian	13
1.4 Manfaat penelitian	14
1.5 Sistematika penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan teori	16
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	16
2.1.2 Byond by BSI	17
2.1.3 Loyalitas	18
2.1.3.4 Indikator Loyalitas	20
2.1.4 Security	20
2.1.4.1 Indikator Security	21
2.1.5 Ease of Use	22
2.1.5.1 Indikator Ease of Use	23
2.1.6 User satisfaction	23
2.1.6.1 Indikator User Satisfaction	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Keterkaitan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh <i>User Satisfaction</i> (X1) Terhadap loyalitas (Y) Penggunaan Byond by BSI	31
2.3.2 Pengaruh <i>Ease of Use</i> (X2) Terhadap loyalitas (Y) penggunaan Byond by BSI	32
2.3.3 Pengaruh <i>Security</i> (X3) Terhadap loyalitas (Y) penggunaan Byond by BSI	33
2.3.4 Pengaruh Simultan Antara <i>User Satisfaction</i> , <i>Ease of use</i> dan <i>Security</i> Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI	34
2.4 Kerangka Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36

3.1 Jenis penelitian	36
3.2 Sumber Data.....	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.3.1 Kuesioner atau Angket.....	37
3.3.2 Dokumentasi.....	37
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.5.1 Variabel Penelitian	39
3.5.2 DefinisiOperasional.....	41
3.5.3 Skala Pengukuran.....	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	43
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.7.4 Uji T Parsial	46
3.7.5 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	46
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (R_2)	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Deskripsi Bank Syariah Indonesia	48
4.1.2 Visi & Misi Bank Syariah Indonesia	49
4.2 Pilot Test	50
4.2.1 Pilot Test Validitas	50
4.2.2 <i>Pilot Test</i> Reliabilitas	51
4.3 Karakteristik Responden	52
4.3.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.3.2 Berdasarkan Usia	52
4.3.3 Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3.4 Berdasarkan Alamat	53
4.4 Deskripsi Jawaban Responden.....	54
4.4.1 jawaban responden Variabel X1.....	54
4.4.2 Jawaban responden variabel X2	57
4.4.3 Jawaban responden variabel X3	59
4.4.4 Jawaban responden variabel Y	62
4.5 Hasil Analisis Data.....	66
4.5.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	66

4.5.2 Hasil Uji Instrumen	67
4.5.2.1 Uji Validitas.....	67
4.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	69
4.5.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.5.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	69
4.5.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	71
4.5.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5.4 Hasil Analisis Linier Berganda	73
4.5.5 Hasil Uji T (Parsial)	75
4.5.6 Hasil Uji F (Simultan)	76
4.5.7 Hasil Uji R Square (koefisien determinasi)	76
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	77
4.6.1 Pengaruh <i>User Satisfaction</i> Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak	77
4.6.2 Pengaruh <i>Ease of use</i> Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak	79
4.6.3 Pengaruh <i>Security</i> Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak	80
4.6.4 Persepsi <i>User Satisfaction</i> , <i>Ease of use</i> , Dan <i>Security</i> Berpengaruh Simultan Terhadap Loyalitas Penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak.	81
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan aplikasi mobile banking bank syariah	5
Tabel 1. 2 Hasil Kuesioner Pra-riset	10
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Skala likert	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	41
Tabel 3. 3 Tingkat keandalan cronbach's alpha	44
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas (<i>pilot test</i>)	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas (<i>pilot test</i>)	51
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4. 4 Rentang Usia Responden	52
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden	53
Tabel 4. 6 Domisili Responden	53
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden <i>User Satisfaction</i>	54
Tabel 4. 8 Hasil crosstabulation jenis kelamin dengan <i>user satisfaction</i>	55
Tabel 4. 9 Hasil crosstabulation Usia dengan <i>user satisfaction</i>	55
Tabel 4. 10 Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan <i>user satisfaction</i>	56
Tabel 4. 11 Hasil Jawaban Responden Ease of Use.....	57
Tabel 4. 12 Hasil crosstabulation jenis kelamin dengan Ease of use	57
Tabel 4. 13 Hasil crosstabulation Usia dengan <i>Ease of use</i>	58
Tabel 4. 14 Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan <i>Ease of use</i>	59
Tabel 4. 15 Hasil Jawaban Responden <i>Security</i>	60
Tabel 4. 16 Hasil crosstabulation Jenis Kelamin dengan <i>Security</i>	60
Tabel 4. 17 Hasil crosstabulation Usia dengan <i>Security</i>	61
Tabel 4. 18 Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan <i>Security</i>	62
Tabel 4. 19 Hasil Jawaban Responden Loyalitas Penggunaan	63
Tabel 4. 20 Hasil crosstabulation Jenis Kelamin dengan Loyalitas	63
Tabel 4. 21 Hasil crosstabulation Usia dengan Loyalitas	64
Tabel 4. 22 Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan Loyalitas	65
Tabel 4. 23 Descriptive Statistics	66
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel X1	67
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas X2	68
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas X3	68
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Y	69
Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 29 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov).....	70
Tabel 4. 30 Hasil Uji Multikolineartitas.....	72
Tabel 4. 31 Hasil Uji Glejser.....	73
Tabel 4. 32 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4. 33 Hasil Uji T (Parsial)	75
Tabel 4. 34 Hasil Uji F (Simultan)	76
Tabel 4. 35 Hasil Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Aplikasi Byond by BSI.....	6
Gambar 1. 2 Ulasan Playstore Byond by BSI	7
Gambar 2. 1 Model kerangka penelitian	35
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	70
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedatisitas (Scatterplot)	72

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini kemajuan teknologi internet semakin berkembang pesat. Fenomena ini terlihat dari berbagai bisnis yang telah menggunakan teknologi internet untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Pertumbuhan teknologi setiap tahun mendorong kemajuan suatu perusahaan dalam persaingan usaha. Industri saat ini banyak yang bergerak di Indonesia, salah satunya adalah industri lembaga keuangan. Dalam beberapa tahun terakhir, industri lembaga keuangan mengalami perkembangan yang sangat pesat¹. Hal ini terjadi karena masyarakat Indonesia mulai menyadari betapa pentingnya kehadiran lembaga keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Dua jenis lembaga keuangan yang ada di Indonesia yaitu lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan Syariah yang bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan ekonomi rakyat Indonesia. Dengan ini masyarakat luas dapat menikmati kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih².

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 akan mencapai 221.563.479 orang, atau 7,905 persen dari 278.696.200 orang yang tinggal di Indonesia pada tahun 2023. Bisnis yang bergerak di bidang keuangan, seperti sektor perbankan juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi ini adalah bank elektronik, juga dikenal sebagai e-banking. Industri perbankan harus terus mengikuti kemajuan teknologi agar dapat memberikan layanan yang tepat dan memudahkan transaksi nasabah³.

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi yang terjadi saat ini, mengakibatkan bisnis dan transaksi ikut serta berkembang mengikuti pertumbuhan teknologi informasi. Teknologi yang digunakan untuk mengelola data keuangan dan layanan perbankan adalah teknologi informasi. Dukungan sistem atau teknologi menjadi sangat penting untuk mendukung perkembangan industri perbankan yang semakin pesat⁴. Perbankan sendiri merupakan industri yang membutuhkan kepercayaan pelanggan untuk dapat melakukan transaksi. Saat ini, tuntutan pelanggan untuk memproses transaksi dengan cepat, aman dan nyaman merupakan faktor penting yang menentukan seberapa puas pelanggan dengan pengalaman perbankan itu sendiri. Mengingat hal ini karyawan perbankan diwajibkan memiliki kemampuan dalam

¹ Riza Aditya Syafri, “Transformasi Digital Perbankan Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian,” *Buletin APBN*, vol. VI, 2021.

² Rahma Nurzianti, “Finanncial Techology (Fintech),” *Revolusi Lembaga Keuangan Syariah Dalam Teknologi Dan Kolaborasi Fintech* 2, no. 1 (2021).

³ APJII, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” APJII, 2024, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

⁴ Muchamad Nurdin Alwi et al., “Tantangan Dan Peluang Perbankan Digital : Studi Kasus Inovasi Keuangan Dan Transformasi Perbankan,” n.d.

mengoperasikan sistem aplikasi bank yang berlaku dalam industri perbankan untuk memberikan kemudahan dan menjaga kerahasiaan informasi pelanggan.

Teknologi yang menggunakan media perangkat seluler dan internet semakin canggih berkat fitur yang ditawarkan oleh para pembuat media komunikasi⁵. Salah satu hal yang harus diperhatikan saat menggunakan teknologi informasi untuk mendukung pertumbuhan bisnis sektor perbankan adalah bagaimana meminimalkan risiko operasional dan meningkatkan efisiensi. Teknologi pada perbankan juga membawa banyak perubahan, seperti perbankan digital yang mengacu pada penggunaan teknologi untuk memberikan layanan perbankan kepada nasabah secara online melalui perangkat mobile⁶. Layanan ini termasuk layanan seperti internet banking, mobile banking dan e-commerce. Perbankan digital kini menjadi semakin populer karena menawarkan banyak keuntungan bagi nasabah, seperti biaya lebih rendah, mudah diakses dan nyaman.

Upaya peningkatan efisiensi dan kualitas pelayanan kepada masyarakat, perbankan di Indonesia diwajibkan untuk mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengembangan layanan berbasis teknologi merupakan wujud adaptasi industri perbankan terhadap perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat yang semakin digital. Hal ini juga menjadi bagian dari implementasi kegiatan usaha bank sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak⁷. Selain itu, penyelenggaraan layanan perbankan digital juga didukung oleh Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, yang menyatakan bahwa “Bank dapat menyelenggarakan Layanan Perbankan Elektronik atau Layanan Perbankan Digital⁸.

Layanan perbankan saat ini tidak hanya tersedia di kantor cabang saja, tetapi juga dapat diakses secara digital melalui mobile banking⁹. Mobile banking adalah salah satu contoh

⁵ Qomar Surya, “Perkembangan Teknologi Komunikasi: Dari Masa Ke Masa,” tambah [pinter.com](https://tambahpinter.com/perkembangan-teknologi-komunikasi-dari-masa-ke-masa/?utm_source=chatgpt.com), 2024, https://tambahpinter.com/perkembangan-teknologi-komunikasi-dari-masa-ke-masa/?utm_source=chatgpt.com.

⁶ OJK, “Panduan Penyelenggara Digital Branch Oleh Bank Umum,” *Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum* 1, no. 1 (2016): 1–9.

⁷ Kementerian Keuangan, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan,” *Lembaran Negara Republik Indonesia*, 1998, pasal 1 ayat 2, <http://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>.

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum,” *Ojk RI*, no. I (2018): 1–55.

⁹ Budiansyah, “Ada Kasus Bobol Rekening Bank Via HP, Amankah Mobile Banking?,” [cnbcindonesia](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200121124812-37-131550/ada-kasus-bobol-rekening-bank-via-hp-amankah-mobile-banking), 2020, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200121124812-37-131550/ada-kasus-bobol-rekening-bank-via-hp-amankah-mobile-banking>.

bagaimana masyarakat telah meningkatkan cara mereka melakukan transaksi dengan menggunakan teknologi yang membuat transaksi lebih mudah dan efisien. Kemajuan teknologi terutama pada aplikasi mobile banking telah memberi nasabah kemampuan untuk melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja selama mereka dapat terhubung dengan internet. Mobile banking merupakan layanan yang diberikan oleh bank Syariah maupun bank konvensional yang memungkinkan nasabah untuk transaksi tanpa datang ke cabang.

Bank Indonesia (BI) tahun 2023 mencatat nilai transaksi perbankan digital sebesar Rp58.478,24 triliun, tumbuh 13,48% secara year on year. Diperkirakan meningkat sebesar 9,11% year on year menjadi Rp 63.803,77 triliun pada tahun 2024. Pernyataan tersebut disampaikan Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo dalam konferensi pers baru-baru ini ¹⁰. Peningkatan transaksi digital banking juga dialami oleh perbankan syariah, seperti PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang meningkatkan inklusi syariah melalui transaksi digital berhasil mencatat pertumbuhan transaksi BSI Mobile sebesar 45,02% secara year on year. Menurut Hery Gunardi Direktur Utama BSI, hingga Juni 2024 ada 7,1 juta pengguna BSI Mobile dan mencatatkan 247,5 juta transaksi dengan volume Rp299 triliun. Hal ini adalah peningkatan yang signifikan dibandingkan pencapaian Juni 2023, yang dimana pada saat itu penggunanya mencapai 3,26 juta dan transaksi mencapai 170,7 juta dan volume Rp220,5 triliun. *Fee based income* (FBI) yang diperoleh BSI Mobile mencapai Rp178,2 miliar, naik 37,09 persen per tahun dari Januari hingga Juni 2024. Hery mengatakan bahwa pertumbuhan luar biasa ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat tertarik dengan BSI Mobile, yang menawarkan fitur islam universal. Hery mengatakan bahwa perusahaan akan terus melakukan inovasi dan strategi untuk mempercepat transaksi digital karena minat masyarakat terhadap BSI Mobile terus meningkat ¹¹.

Sebagai salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia, BSI telah mengembangkan layanan mobile banking sebagai upaya memanfaatkan kemajuan teknologi guna memberikan kemudahan transaksi bagi nasabah. Mobile banking berfungsi sebagai penyedia layanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan perkembangan industri perbankan. Semakin banyak layanan dan manfaat yang tersedia serta semakin responsif terhadap kebutuhan nasabah, maka tingkat kepuasan nasabah pun akan semakin tinggi¹². Dalam implementasinya, BSI Mobile

¹⁰ prabawati, “BI Catat Nilai Transaksi Digital Banking 2023 Rp 58.478,24 Triliun,” Diskominfo Kaltim, 2024, <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/ekonomi/bi-catat-nilai-transaksi-digital-banking-2023-rp-5847824-triliun>.

¹¹ bankbsi, “Transaksi Digital Banking Naik 45%, BSI Apreiasi Nasabah Lewat Hujan Rezeki BSI Mobile,” bankbsi.co.id, 2024, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apreiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile>.

¹² Della Aprianisa, *Pengaruh Manfaat, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Yang Berdomisili Di Tangerang Selatan)*, 2023.

menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi digital nasabah dan keluhan akses, termasuk pesan “informasi, permintaan kehabisan waktu.”¹³ Risiko dalam penggunaan mobile banking dapat berasal dari sistem maupun dari sisi nasabah¹⁴. Menyadari hal tersebut untuk menjawab kebutuhan nasabah, mengakomodasi pertumbuhan transaksi digital, meningkatkan inklusi keuangan syariah, serta mendukung program pemerintah, BSI kemudian meluncurkan aplikasi Byond by BSI sebagai inovasi lanjutan dalam layanan perbankan digital syariah¹⁵.

BSI terus memperkuat penetrasi inklusi keuangan Syariah melalui digitalisasi layanan perbankan Syariah yang efektif, efisien, dan dapat diadopsi oleh seluruh kalangan. Dengan ini mendorong transisi nasabah dalam melakukan transaksi menggunakan layanan *e-channel* yang terus meningkat¹⁶. Dalam catatan perseroan transaksi *e-channel* menyentuh 97,94 persen dari total transaksi, dengan jumlah mencapai 607 juta transaksi yang membukukan volume Rp. 709 triliun per September¹⁷. Menurut Anton selaku direktur memaparkan bahwasannya dari seluruh pembukaan rekening, sebanyak 86% merupakan online on boarding¹⁸. Dari jumlah transaksinya, sebanyak 97% menggunakan layanan digital. Pada kuartal III 2024 pengguna BSI mobile mencapai 7,57 juta tumbuh 28,34% mampu hadir sebagai sahabat sosial, spiritual dan finansial¹⁹. Pertumbuhan yang signifikan dapat disimpulkan bahwa nasabah BSI menginginkan kemudahan transaksi, kecepatan transaksi, keamanan dan kenyamanan transaksi layanan digital perbankan.

Provinsi Jawa Tengah menduduki peringkat kedua dalam jumlah jemaah haji tertinggi di Indonesia²⁰. Pada tahun 2024, terdapat penambahan kuota haji sebanyak 3.093 jemaah yang memerlukan pembangunan Embarkasi baru²¹. Komisi VIII DPR RI telah mengidentifikasi Kabupaten Demak sebagai lokasi strategis untuk pembangunan Embarkasi, guna memenuhi

¹³ CNN Indonesia, “BSI Buka Suara Soal Gangguan M-Banking Nasabah,” CNN Indonesia, 2024, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240706125748-78-1118293/bsi-buka-suara-soal-gangguan-m-banking-nasabah>.

¹⁴ Cut hamidah Joni, Rahmah Yulianti, “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh)” 4, no. 2 (2022): 56–63.

¹⁵ Arlina Laras, “BRIS Ungkap Alasan Rilis Super App Baru Byond by BSI,” Finansial bisnis, 2024, <https://finansial.bisnis.com/read/20241104/90/1813068/bris-ungkap-alasan-rilis-super-app-baru-byond-by-bsi>.

¹⁶ Laras.

¹⁷ BSI, “SuperApp Byond by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman,” bankbsi.co.id, 2024, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-siap-meluncur-layanan-makin-lengkap-lebih-user-friendly-semakin-aman>.

¹⁸ Zefanya Aprilia, “Digitalisasi BSI Makin Ekspansif, Belanja IT Tahun Ini Rp 1,5 T,” CNBC Indonesia, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201135008-17-510865/digitalisasi-bsi-makin-ekspansif-belanja-it-tahun-ini-rp-15-t>.

¹⁹ BSI, “SuperApp Byond by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman.”

²⁰ jatengprov, “Kuota Haji 2024 Jateng Bertambah, Nana Dorong Pembangunan Embarkasi Baru,” jatengprov.go.id, 2023, <https://jatengprov.go.id/publik/kuota-haji-2024-jateng-bertambah-nana-dorong-pembangunan-embarkasi-baru/>.

²¹ jatengprov.

kebutuhan jemaah haji di wilayah Pantura hingga bagian tengah Jawa Tengah ²². Kabupaten Demak, yang dikenal sebagai Kota Wali dengan mayoritas penduduk Muslim²³. Sebagai pusat perkembangan Islam yang bersejarah di Pulau Jawa, Demak sering dihubungkan dengan Sembilan Wali (Walisongo) dan memiliki peranan penting dalam konteks sosial dan budaya masyarakat Muslim²⁴. Sebidang tanah wakaf seluas 11 hektare yang berada di bawah pengelolaan Badan Kesejahteraan Masjid (BKM) Kabupaten Demak direncanakan sebagai lokasi pembangunan embarkasi. Selain asrama haji, kawasan ini juga akan dilengkapi dengan museum haji pertama di Indonesia²⁵.

Pembangunan embarkasi haji di Kabupaten Demak akan mendorong peningkatan aktivitas transaksi keuangan, baik dalam bentuk pembukaan tabungan haji, pembayaran setoran haji, maupun pengelolaan keuangan sebelum pemberangkatan ke Tanah Suci. Byond by BSI hadir sebagai solusi perbankan digital syariah yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga mampu memberikan pengalaman yang lebih praktis bagi jemaah haji dalam mengelola keuangan mereka.

Tabel 1.1
Perbandingan aplikasi mobile banking bank syariah

No.	Aplikasi	Rating	Jumlah ulasan	Jumlah unduhan	Tahun Rilis
1.	Byond by BSI	4,1	46.691	1.000.000+	2024
2.	Muamalat DIN	4,1	17.045	1.000.000+	2019
3.	BTNS Mobile	2,4	4.591	100.000+	2016

Sumber: Google Play Store, diakses Juni 2025

Berdasarkan tabel 1.1 Byond by BSI merupakan aplikasi mobile banking yang relatif baru dibandingkan Muamalat DIN dan BTN Syariah Mobile. Byond by BSI diluncurkan pada November 2024, aplikasi ini telah mencatat lebih dari 1 juta unduhan dan meraih rating 4,1 dari 5 dengan 46.691 ulasan per Juni 2025. Namun, tingginya jumlah ulasan juga diiringi berbagai keluhan pengguna, terutama terkait kemudahan penggunaan, kepuasan,

²² jatengprov, “Kuota Haji 2024 Jateng Bertambah, Nana Dorong Pembangunan Embarkasi Baru,” jatengprov.go.id,2023,https://jatengprov.go.id/publik/kuota-haji-2024-jateng-bertambah-nana-dorongpembangunan-embarkasi-baru/.

²³ Demak, “Demak Kota Wali,” pariwisata demak, 2023, https://pariwisata.demakkab.go.id/?p=16885.

²⁴ Muallif, “Mengapa Demak Mendapat Julukan Kota Wali? Sejarah, Peran Wali Songo, Dan Warisan Budaya,” an-nur ac.id, 2024, https://an-nur.ac.id/blog/mengapa-demak-mendapat-julukan-kota-wali-sejarah-peran-wali-songo-dan-warisan-budaya.html/2.

²⁵ Adam Naufaldo, “Embarkasi Dan Museum Haji Pertama Di Indonesia Dibangun Di Demak,” Joglojateng.com, 2024,https://joglojateng.com/2024/12/09/embarkasi-dan-museum-haji-pertama-di-indonesia-dibangun-di-demak/?utm_source=chatgpt.com.

dan keamanan. Sebaliknya, BTN Syariah Mobile hanya meraih rating 2,3 dengan jumlah unduhan dan ulasan yang jauh lebih rendah, menandakan interaksi pengguna yang terbatas. Muamalat DIN memiliki rating serupa dengan Byond, namun ulasannya hanya sekitar 17.043. Dengan demikian, Byond by BSI dipilih sebagai objek penelitian karena meskipun aplikasi baru dan telah banyak digunakan namun sudah menghadapi tantangan yang sangat serius.

Meskipun Byond by BSI telah diunduh oleh lebih dari 1 juta pengguna dan terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai fitur yang lengkap serta canggih, pada kenyataannya masih banyak pengguna yang merasa kurang puas dan mengalami kendala dalam penggunaannya. Keluhan yang paling sering muncul berkaitan dengan kemudahan penggunaan dan tingkat kepuasan pengguna yang belum optimal. Hal ini tercermin dari banyaknya ulasan negatif di Google Play Store yang menunjukkan berbagai permasalahan dalam pengalaman penggunaan aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa jumlah pengunduh yang tinggi dan fitur yang canggih belum menjamin loyalitas pengguna.

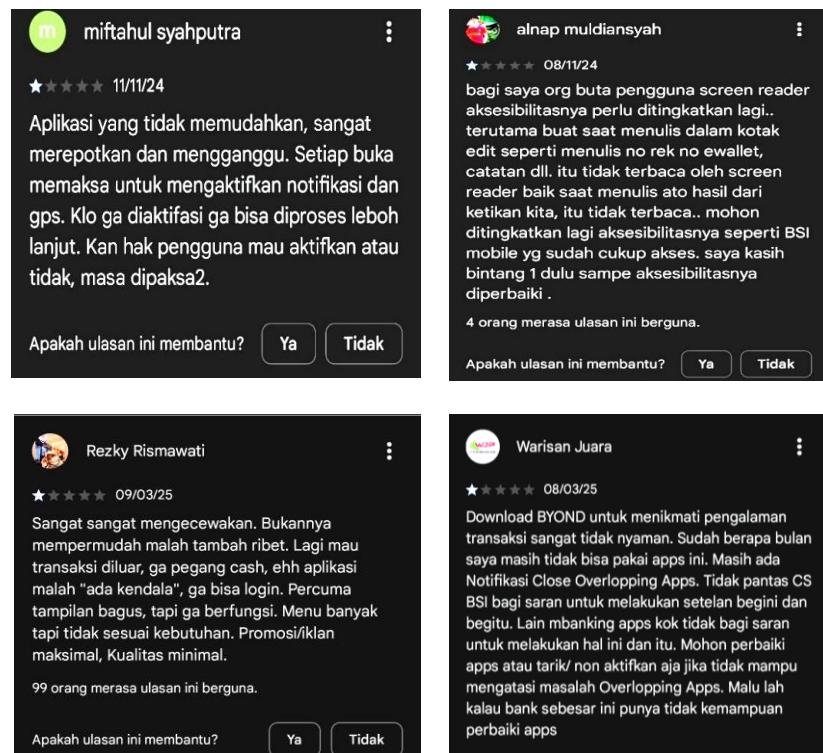
Gambar 1. 1
Aplikasi Byond by BSI



Berdasarkan Gambar 1.1 rating aplikasi Byond by BSI sebesar 4,2 dari 5 bintang di platform Google Play Store menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap aplikasi ini cukup beragam. Jika dilihat dari distribusi rating yang ditampilkan, mayoritas pengguna memberikan 5 bintang, yang menunjukkan kepuasan terhadap layanan aplikasi. Menariknya, rating 1 bintang menjadi urutan terbanyak kedua, yang mengindikasikan masih adanya sejumlah pengguna yang mengalami ketidakpuasan dalam penggunaan aplikasi. Disusul oleh rating 4, 3, dan 2 bintang yang jumlahnya tampak relatif seimbang. Meskipun terdapat sejumlah pengguna yang merasa terbantu dengan keberadaan aplikasi tersebut, nilai rating ini juga mencerminkan masih adanya keluhan atau ketidakpuasan dari sebagian pengguna. Hal

ini berpotensi memengaruhi tingkat loyalitas pengguna dalam menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Distribusi ini menunjukkan bahwa meskipun aplikasi Byond by BSI dinilai positif oleh sebagian besar pengguna, namun masih terdapat ruang untuk perbaikan berdasarkan umpan balik dari pengguna yang memberikan rating rendah.

Gambar 1. 2
Ulasan Playstore Byond by BSI



Sumber : google playstore (diakses 14/03/2025)

Berdasarkan ulasan pengguna di laman *play store* pada aplikasi Byond by BSI, variabel *user satisfaction* masih memiliki permasalahan belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Kendala teknis seperti gagal login dan transaksi yang tidak dapat dilakukan menghambat kenyamanan pengguna dalam mengakses layanan. Meskipun tampilan antarmuka menarik, namun keterbatasan fungsionalitas dan ketidaksesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna dapat menurunkan tingkat kepuasan. Keandalan sistem yang masih perlu menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas pengguna terhadap aplikasi ini.

Penelitian yang dilakukan Astuti et.al yang menyatakan bahwa *user satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah²⁶. Menurut penelitian Jeany &

²⁶ Yulia Widi Astuti, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 19, no. 3 (2020): 134–58, <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>.

Mauli kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah²⁷. Hasil ini sejalan juga dengan hasil penelitian yang dilakukan Viola et.al menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah²⁸. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Bilqis & Ida yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah²⁹.

Pada variabel *ease of use* masih terdapat permasalahan pengguna Byond by BSI yang setiap kali membuka harus mengaktifkan notifikasi dan gps terlebih dahulu. Berdasarkan ulasan pengguna, terdapat keluhan mengenai aksesibilitas Byond by BSI bagi pengguna *screen reader*, terutama dalam pengisian informasi pada kolom input seperti no. rekening. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun aplikasi memiliki fitur yang lengkap, masih terdapat aspek *ease of use* yang perlu ditingkatkan agar dapat menjangkau seluruh segmen pengguna secara optimal. Jika aksesibilitas ini diperbaiki, maka kemungkinan besar loyalitas penggunaan aplikasi akan meningkat. Ulasan lain dari pengguna juga menyatakan Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kewajiban untuk mengaktifkan notifikasi dan GPS setiap kali membuka aplikasi. Hal ini dianggap mengganggu dan menyulitkan pengguna, Pengguna merasa dipaksa untuk mengaktifkan fitur tertentu agar dapat menggunakan aplikasi, hal ini dapat menurunkan kenyamanan yang berakibat pada loyalitas yang diberikan oleh pengguna.

Penelitian yang dilakukan prastiawan et.al, *ease of use* memiliki efek positif langsung terhadap penggunaan mobile banking³⁰. Indikator seperti interaktif, mudah dipelajari, dan ramah pengguna berkontribusi pada persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu, sikap terhadap penggunaan bertindak sebagai variabel mediasi antara persepsi kemudahan penggunaan dan penggunaan mobile banking³¹. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Annisa et.al yang menunjukkan bahwa *Ease of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty*³². Kemudahan dalam mengakses, memahami, dan menggunakan fitur aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan untuk terus menggunakan layanan tersebut. Semakin banyak pemahaman dan *user-friendly* suatu aplikasi,

²⁷ Jeany and Mauli Siagian, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)* 7, no. 3 (2020): 330–41.

²⁸ Elvina Grace Viola et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah," *Jurnal Strategi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2024): 93, <https://doi.org/10.19184/jsb.v12i1.45406>.

²⁹ Ida Bagus Nyoman Udayana Bilqis Putri Azizah, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah," *L Ilmiah Manajemen EMOR* 7, no. 2 (2022): 88–100.

³⁰ Denny Indra Prastiawan et al., "The Effect of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Social Influence on The Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Towards Use" 3 (2021): 243–60, <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>.

³¹ Prastiawan et al.

³² Nindya Yunita Meutia, Annisa Listia Putri.Riza Fanny, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Ease of Use Terhadap Customer Loyalty Pt .," *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 204 (2024).

semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap layanan digital yang disediakan. Ditemukan hasil yang serupa milik ayu & Ahmadi bahwa *ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking³³. Persepsi kemudahan penggunaan ini juga ditemukan pada penelitian Wongso & Ramadania yang memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan mobile banking³⁴. Berbanding terbalik dengan penelitian Sandy & Bharata yang menyatakan bahwa *Ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi BNI mobile banking³⁵.

Security secara umum diartikan sebagai *quality or state of being secure-to be free from danger*³⁶. Keamanan dalam mobile banking berarti perlindungan data nasabah dari ancaman digital. Penerapan sistem keamanan yang baik membuat nasabah merasa aman bertransaksi. Pada tanggal 8 hingga 11 Mei 2023, Bank BSI mengalami gangguan layanan akibat dugaan serangan siber ransomware³⁷. Insiden ini menyoroti pentingnya keamanan data di era digital, terutama di sektor perbankan. Kebocoran data seperti nomor rekening dan informasi keuangan dapat meningkatkan risiko penipuan serta merusak kepercayaan nasabah³⁸. Akibat gangguan ini, muncul persepsi negatif di masyarakat, diperburuk oleh konten-konten media sosial yang menimbulkan kekhawatiran akan keamanan dana dan data³⁹.

Penelitian yang dilakukan oleh miftahul et.al menyatakan bahwa *security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah⁴⁰. Hasil penelitian dari Sekar &

³³ Ayu. Nur Ahmadi Bi Rahmani Elvina, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, Dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI,” *Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 02 (2022): 2799–2805.

³⁴ Hengky Wongso and Ramadania, “Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar,” *Proceeding Seminar Bisnis*, no. 5 (2021): 224–39.

³⁵ Kurnia Himawan Sandy and Wira Bharata, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas Dan Kegunaan Terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” *YUME : Journal of Management* 7, no. 1 (2024): 548–60.

³⁶ Henricus Bambang Triantono, “Kebijakan Keamanan Dengan Standar Bs 7799/ Iso 17799 Pada Sistem Manajemen Keamanan Informasi Organisasi,” *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi* 2007, no. Snati (2007): 1907–5022, <https://media.neliti.com/media/publications/88701-ID-kebijakan-keamanan-dengan-standar-bs-7799.pdf>.

³⁷ Rezkiana Nisaputra, “Pernah Terkena Serangan Siber Hingga Berhari-Hari, BSI Makin Kuat Hadapi Risiko Baru Di Era Digitalisasi,” infobanknews, 2023, <https://infobanknews.com/pernah-terkena-serangan-siber-hingga-berhari-hari-bsi-makin-kuat-hadapi-risiko-baru-di-era-digitalisasi/#:~:text=Asal%20tahu%20saja%2C%20pada%208,kuat%20karena%20serangan%20siber%20ransomware>.

³⁸ Agdelia Meiva Azarine, “Bank BSI Pasca Serangan Siber: Mengungkap Potensi Kompensasi Bagi Nasabah,” lk2fhu, 2024, <https://lk2fhui.law.ui.ac.id/portfolio/bank-bsi-pasca-serangan-siber-mengungkap-potensi-kompensasi-bagi-nasabah/>.

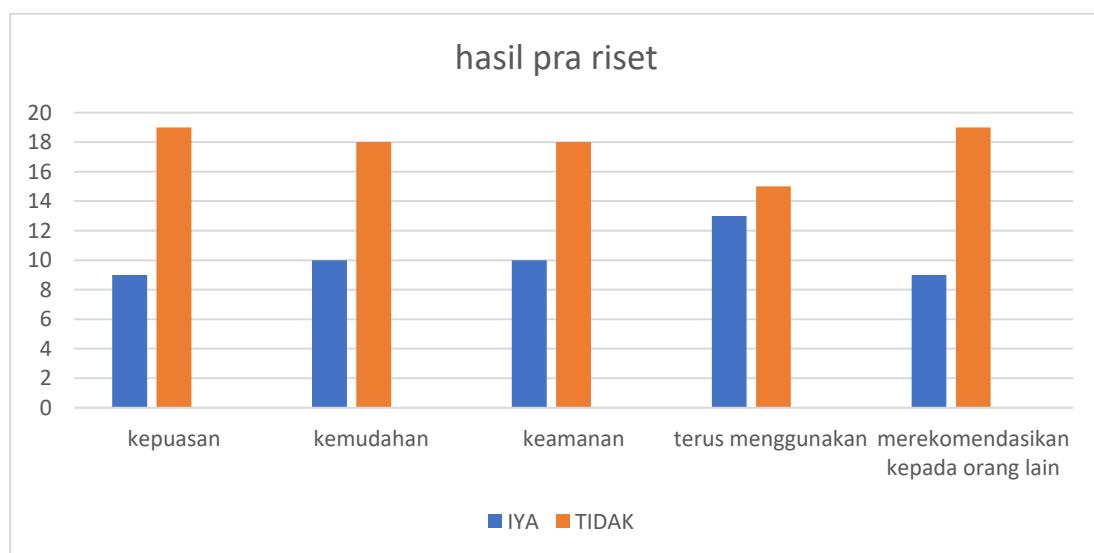
³⁹ Subroto Siregar, “Gangguan Layanan Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk,” 2023, <https://www.uinsyahada.ac.id/gangguan-layanan-pada-pt-bank-syariah-indonesia-tbk/4/>.

⁴⁰ Okta Supriyaningsih Miftahul Jannah, Syamsul Hilal, “Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas NasabahMiftahul Jannah, Syamsul Hilal, Okta Supriyaningsih, ‘Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Bandar Lampung)’, INOVASI MAKRO,” *Inovasi Makro Ekonomi* 7, no. 1 (2025): 41–55.

Istyakara menyatakan bahwa jaminan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas⁴¹. Penelitian yang dilakukan Arry & Rony juga memiliki hasil yang signifikan terhadap loyalitas nasabah⁴². Bertolak belakang dengan penelitian Tsania & Nihayatu yang memiliki hasil *security* secara parsial tidak memiliki hasil yang signifikan terhadap minat⁴³. Ini berarti bahwa meskipun nasabah merasa bahwa layanan mobile banking aman, hal tersebut tidak cukup untuk meningkatkan tingkat minat mereka secara keseluruhan.

Peneliti telah melakukan pra-riset dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 28 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna Byond by BSI yang berdomisili Demak. Grafik berikut menyajikan hasil pra-riset yang bertujuan untuk mengumpulkan data awal mengenai *user satisfaction, ease of use, security*, dan loyalitas terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI di Kabupaten Demak. Visualisasi ini menggambarkan persebaran persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti.

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Pra-riset



Berdasarkan tabel 1.2 hasil pra riset yang telah dilakukan terdapat 19 pengguna yang merasa tidak puas dengan aplikasi byond by BSI. Terdapat masalah yaitu desain aplikasi yang membingungkan, pengguna yang sedang mengalami masalah sulit untuk menghubungi *customer service* karena kurangnya responsif. Masalah lain yang sering dikeluhkan adalah aplikasi yang sering mengalami error dan lag. Gangguan teknis ini tidak hanya mengganggu

⁴¹ Sekar Arum, Dewi Kaltsum, and Istyakara Muslichah, “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Di Indonesia: Studi Pada Layanan Mobile Banking” 01, no. 02 (2022): 31–46, <https://journal.uii.ac.id/selma/index>.

⁴² Arry Dwi Handoko and Ronny Ronny, “Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking,” *Image : Jurnal Riset Manajemen* 9, no. 2 (2020): 79–91, <https://doi.org/10.17509/image.v9i2.28598>.

⁴³ Rabikhatus Tsania and Nihayatu Aslamatis Solekah, “Understanding Students’ Intention to Use Mobile Banking: Impacted by Ease of Use, Security, Trust, and Lifestyle” 12, no. 04 (2023): 467–84.

pengalaman pengguna, tetapi juga dapat mengakibatkan transaksi yang tidak berhasil, yang berpotensi merugikan pengguna secara finansial. Oleh karena itu, pengembang aplikasi perlu melakukan audit teknis secara berkala untuk mengidentifikasi dan memperbaiki bug serta meningkatkan kinerja aplikasi agar lebih stabil dan responsif.

Tingkat *ease of use* (kemudahan penggunaan) merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan sebuah aplikasi, termasuk aplikasi Byond by BSI. Hasil pra riset menunjukkan bahwa 18 pengguna masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi ini. Hal ini menandakan perlunya untuk melakukan evaluasi dan perbaikan pada berbagai aspek aplikasi agar dapat meningkatkan loyalitas. Keluhan utama yang diungkapkan oleh pengguna Salah satunya kurangnya petunjuk atau panduan penggunaan yang jelas. Banyak pengguna baru yang merasa bingung ketika pertama kali menggunakan aplikasi, terutama jika mereka tidak terbiasa dengan teknologi digital. Proses transaksi yang lambat dan sering kali gagal, juga menjadi sorotan utama bagi pengguna. Pengguna mengharapkan transaksi yang cepat dan efisien, terutama dalam situasi mendesak. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi kemacetan dalam sistem yang menyebabkan keterlambatan. Verifikasi OTP (*One Time Password*) yang terlambat juga menjadi masalah yang signifikan. Proses verifikasi yang lambat dapat mengganggu pengalaman pengguna dan menyebabkan kekecewaan.

Hasil survei menunjukkan bahwa 18 pengguna masih ragu terhadap keamanan Byond by BSI. Keraguan ini muncul karena berbagai faktor yang berkaitan dengan sistem perlindungan data, dan pengalaman pengguna saat bertransaksi. Banyak pengguna mengeluh bahwa transaksi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau tertunda dalam waktu lama. Hal ini menimbulkan penularan, terutama jika transaksi tidak segera diproses, sehingga pengguna merasa khawatir terhadap keamanan dana mereka. Pengguna merasa terganggu ketika saldo dalam akun tidak langsung diperbarui setelah transaksi. Kondisi ini menyebabkan kebingungan, terutama bagi pengguna yang memerlukan konfirmasi saldo secara *real time* untuk keperluan transaksi lanjutan. Beberapa pengguna melaporkan bahwa mereka mengalami transaksi yang gagal, tetapi saldo tetap terpotong. Ketidakjelasan waktu dalam sistem pengembalian dana (*refund*) menimbulkan ketidakpercayaan terhadap layanan byond by BSI. Jika proses pengembalian saldo tidak cepat dan tidak transparan, pengguna mungkin akan mencari alternatif layanan perbankan lain yang lebih andal.

Sistem keamanan OTP yang seharusnya memberikan perlindungan tambahan justru menjadi keluhan bagi sebagian pengguna. Jika kode OTP dikirim terlalu lama, ada risiko pengguna tidak bisa menyelesaikan transaksi tepat waktu. Keterlambatan OTP juga berpotensi meningkatkan risiko perlindungan, karena pengguna yang menunggu kode dalam waktu lama

mungkin kehilangan kendali terhadap akun mereka jika ada ancaman keamanan eksternal. Beberapa pengguna menyatakan bahwa mereka takut data pribadi mereka bocor, terutama karena adanya laporan mengenai peretasan layanan digital banking di berbagai platform.

Hasil survei yang telah dilakukan kepada 28 pengguna terdapat 13 pengguna yang loyal menggunakan Byond by BSI. Tetapi masih terdapat 15 pengguna yang sudah pernah menggunakan dan tidak loyal. Kemudian hanya terdapat 9 pengguna yang bersedia untuk merekomendasikan Byond by BSI kepada orang lain. Tetapi terdapat 19 pengguna yang tidak bersedia untuk merekomendasikan aplikasi Byond by bsi ke orang lain. Hal ini dikarenakan permasalahan seperti layanan customer service yang buruk, kurang aman jadi tidak direkomendasikan, keamanan kurang meyakinkan dan otp sering terlambat yang dapat meningkatkan penyalahgunaan. Saat mengalami kendala solusi yang diberikan customer service tidak memuaskan, aplikasi yang lambat, aplikasi sering mengalami crash , transaksi gagal, saldo tidak ter-update, sering gangguan, sering lag dan gagal login.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena yang terjadi menunjukkan bahwasannya hasil studi yang dilakukan oleh Rahayu menyatakan bahwa *User satisfaction* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan⁴⁴. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Astuti yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas⁴⁵. Penelitian yang dilakukan wongso bahwa *Ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi mobile banking⁴⁶. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibi yang menyatakan bahwa *ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking⁴⁷. Begitu juga pada variabel *security* yang masih ada kesenjangan pada penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Tsania and Solekah yang menyatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking di Kota Malang⁴⁸. Namun, penelitian yang dilakukan Fianto memiliki hasil yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan⁴⁹. Hal ini menjadi penting untuk menguji ulang hubungan antar variabel

⁴⁴ Sri Rahayu and Lela Nurlaela Wati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen* 8, no. 2 (2018): 1–20, <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>.

⁴⁵ Astuti, Agriyanto, and Turmudzi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah."

⁴⁶ Wongso and Ramadania, "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar."

⁴⁷ Muhammad Habibi, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah," *Repository.Ub*, no. 165 (2015).

⁴⁸ Tsania and Solekah, "Understanding Students' Intention to Use Mobile Banking: Impacted by Ease of Use, Security, Trust, and Lifestyle."

⁴⁹ Bayu Arie Fianto, Charissa Kezia Rahmawati, and Indri Supriani, "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks" 7, no. 1 (2021): 59–76.

yang didasari oleh perkembangan teknologi perbankan digital, termasuk inovasi yang ditawarkan oleh aplikasi Byond by BSI.

Meskipun inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, masih terdapat potensi perbedaan hasil jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Perbedaan penelitian yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya ialah modifikasi penggunaan variabel yang akan diaplikasikan, objek penelitian, dan lokasi penelitian. Peneliti kali ini akan menghadirkan variabel *user satisfaction*, *ease of use* dan *security*. Topik penelitian terkait faktor yang mempengaruhi loyalitas penggunaan Byond by BSI yang belum dilakukan sebelumnya terkait loyalitas penggunaan Byond by BSI. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur dengan menganalisis hubungan antara *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security* terhadap loyalitas pengguna Byond by BSI, khususnya di Kabupaten Demak. Hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh user satisfaction, Ease of Use dan security terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI di kabupaten Demak"**.

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah *user satisfaction* mempengaruhi loyalitas dalam penggunaan Byond by BSI di kabupaten Demak.
2. Apakah *ease of use* mempengaruhi loyalitas nasabah dalam penggunaan Byond by BSI di kabupaten Demak?
3. Apakah *security* mempengaruhi loyalitas dalam penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak?
4. Apakah terdapat pengaruh simultan antara *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security* terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI di Kabupaten Demak.
2. Untuk mengetahui pengaruh *ease of use* terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI.
3. Untuk mengetahui pengaruh *security* terhadap loyalitas nasabah Byond by BSI di Kabupaten Demak.
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security* terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini bisa menjadi referensi bagi yang ingin melakukan penelitian sejenis. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang keuangan Islam dan perilaku konsumen, khususnya terkait dengan penggunaan Byond by BSI.

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga kepada BSI tentang aspek apa saja yang perlu ditingkatkan dalam aplikasi Byond by BSI untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.
- b. Hasil penelitian dapat membantu BSI dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan menyoroti elemen-elemen yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, seperti kemudahan penggunaan dan keamanan data. Kekhawatiran tentang keamanan, BSI dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan Byond by BSI kepada masyarakat yang lebih luas.
- c. Dengan memahami bagaimana tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan mempengaruhi loyalitas, BSI dapat memperkuat fitur keamanan dan memastikan perlindungan data nasabah, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas nasabah.
- d. Dengan meningkatkan *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security*, BSI dapat memperkuat reputasi positifnya di mata nasabah dan masyarakat luas, yang akan mendorong pertumbuhan jumlah nasabah baru.

1.5 Sistematika penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistem penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis penelitian. Landasan teori menguraikan kajian pustaka dan kajian teoritik yang berkaitan dengan variabel yang diuji serta konsep yang digunakan dalam penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

berisi tentang variabel yang digunakan dalam penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian terdiri dari pemaparan hasil mengenai analisis data yang diperoleh penelitian yang telah dilakukan

5. BAB V PENUTUP

Penutup terdiri atas kesimpulan, keterbatasan, dan saran terkait hasil penelitian untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah model yang dikembangkan oleh Davis pada tahun (1989) untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi⁵⁰. Niat menggunakan sistem mencerminkan kesediaan nyata individu atau kelompok dalam mengadopsi teknologi tersebut. Dua komponen utama dalam TAM adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*. *Perceived Usefulness* merujuk pada persepsi pengguna bahwa menggunakan teknologi akan memberikan manfaat nyata dan dapat meningkatkan kinerja pengguna, sedangkan *Perceived Ease of Use* mengacu pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi tersebut mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar atau kompleksitas yang sulit diatasi⁵¹. Kedua elemen ini bekerja secara sinergis untuk membentuk sikap positif pengguna terhadap teknologi, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pengguna.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu kerangka teoritis yang sederhana namun efisien dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Melalui model ini, organisasi dapat memahami perilaku pengguna serta merancang sistem yang lebih mudah digunakan, bernilai guna, dan sesuai dengan kebutuhan mereka⁵². *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu model teoritis yang banyak digunakan dalam penelitian untuk memprediksi perilaku individu dalam menerima dan menggunakan sistem informasi maupun teknologi. Model ini telah divalidasi melalui berbagai studi yang meneliti pola penerimaan teknologi oleh pengguna di beragam konteks sistem informasi⁵³.

Kerangka teoritis *Technology Acceptance Model* (TAM) dipandang sebagai kerangka yang tepat untuk menjelaskan proses adopsi sistem baru oleh pengguna. Model ini menyatakan bahwa niat untuk terus menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaannya. Semakin besar persepsi positif terhadap

⁵⁰ Fred D Davis, Richard P Bagozzi, and Paul R Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models,” *Management Science* 35, no. July 2018 (1989): 982–1003.

⁵¹ Fred D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, <https://doi.org/10.2307/249008>.

⁵² Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, pertama (CV. Seribu Bintang, 2022).

⁵³ Cita Sary Djaakum, “Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach,” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2019): 217–38, <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3476>.

kedua aspek tersebut, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk menerima dan memanfaatkan teknologi secara berkelanjutan⁵⁴.

Agar Byond by BSI dapat diterima dan digunakan secara optimal oleh masyarakat di Kabupaten Demak, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas dalam penggunaan layanan mobile banking secara berkelanjutan. *Technology Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa salah satu faktor kunci yang membentuk niat penggunaan teknologi adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan. Selain mempertimbangkan faktor internal seperti kegunaan dan kemudahan, dalam pengembangan model TAM juga mencakup aspek eksternal seperti *Security*, yang dianggap sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi *attitude toward using*, terutama dalam konteks teknologi berbasis keuangan seperti mobile banking. Persepsi terhadap keamanan sistem dapat menciptakan rasa percaya dan nyaman yang membentuk sikap positif pengguna terhadap penggunaan teknologi dapat memengaruhi keputusan pengguna dalam menerima dan terus menggunakan suatu teknologi⁵⁵.

Pengalaman penggunaan mobile banking tidak terlepas dari bagaimana pengguna menilai kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dalam konteks aplikasi Byond by BSI, tiga faktor utama yang memengaruhi hal tersebut adalah *User Satisfaction*, *Ease of Use*, dan *Security*. Kemudahan penggunaan mencerminkan sejauh mana pengguna merasa aplikasi mudah dipahami dan dioperasikan, sementara kepuasan pengguna menunjukkan respons positif secara keseluruhan setelah menggunakan aplikasi. Di sisi lain, *security* menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap transaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap loyalitas penggunaan dengan pendekatan kerangka pikir yang mengacu pada pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk memahami penerimaan dan penggunaan sistem secara lebih komprehensif.

2.1.2 Byond by BSI

Mobile banking merupakan salah satu teknologi yang bersifat komersial, hal yang paling menjadi pertimbangan di perangkat lunak ini yaitu keefektifan dan keefisiennya ketika

⁵⁴ Widya Wulandari, Edwin Japarianto, and Trixie Nova Bella Tandijaya, “Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking Di Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 2 (2022): 126–32, <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126-132>.

⁵⁵ Gimun Kim, Bongsik Shin, and Ho Geun Lee, “Understanding Dynamics between Initial Trust and Usage Intentions of Mobile Banking,” *Information Systems Journal* 19, no. 3 (2009): 283–311, <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2007.00269.x>.

melangsungkan transaksi keuangan⁵⁶. Tingginya penetrasi perangkat mobile ini telah mendorong adopsi mobile banking secara luas, memungkinkan nasabah di daerah terpencil atau kurang berkembang untuk mengakses layanan perbankan dengan mudah.

Byond by BSI merupakan superApp inovasi Bank Syariah Indonesia untuk menyediakan layanan perbankan syariah yang lebih modern dan inklusif. Aplikasi ini menggantikan aplikasi BSI Mobile dan telah mendapatkan respons positif dari masyarakat, dengan jumlah unduhan, pengguna aktif, dan transaksi harian meningkat dua kali lipat dari biasanya. Dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial, sosial, dan spiritual para penggunanya⁵⁷. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh Byond by BSI meliputi transfer dana menggunakan BI Fast, layanan e-wallet, top-up, cashback hingga Rp125 ribu, transaksi bebas biaya BI Fast serta fitur tambahan seperti *goal setting* untuk membantu nasabah membuat target keuangan.

Super App Byond by BSI resmi diluncurkan sebagai layanan perbankan digital yang menawarkan fitur komprehensif dengan akses yang lebih nyaman dan aman bagi nasabah⁵⁸. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam berbagai transaksi keuangan berbasis syariah, termasuk pembayaran, investasi, dan manajemen keuangan, sesuai dengan kebutuhan pengguna modern⁵⁹. Dengan sistem keamanan yang diharapkan, Byond by BSI diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna yang positif serta memberikan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital syariah.

2.1.3 Loyalitas

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan dan komitmen seorang pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan tertentu. Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen yang akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk⁶⁰. Loyalitas dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI mengacu pada komitmen dan kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dalam jangka panjang. Loyalitas ini mencerminkan hubungan yang kuat antara nasabah dan Bank Syariah Indonesia (BSI),

⁵⁶ Habibi, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.”

⁵⁷ Ayu Dahlia, “BYOND by BSI Dapat Respons Positif Pasar, Ada Banyak Fitur-Program Khusus,” detikfinance, 2024, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7643954/byond-by-bsi-dapat-respons-positif-pasar-ada-banyak-fitur-program-khusus>.

⁵⁸ BSI, “SuperApp BYOND by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman.”

⁵⁹ BSI, “Byond by BSI Super App Terbaru Dari Bank Syariah Indonesia Yang Bikin#SemuaJadiMudah,” n.d., <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/byond-by-bsi>.

⁶⁰ Muhammad Iqbal Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, “Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah,” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2020).

didukung oleh kepuasan, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap aplikasi Byond by BSI. Nasabah yang merasa produk atau layanan aman dan dapat diandalkan cenderung lebih setia dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk terus menggunakan produk atau layanan tersebut secara konsisten dan berulang.

Loyalitas yang kuat juga mendorong nasabah untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, sehingga memperluas basis pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan penyedia layanan. Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan bank syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah⁶¹. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan senjata bank yang paling utama, bank harus menciptakan loyalitas⁶². Ketika nasabah merasa puas, mudah digunakan dan aman dengan layanan Bank Syariah Indonesia, hal tersebut akan mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya, jika pengguna tidak puas, merasa layanan sulit digunakan dan merasa aplikasi kurang aman, loyalitas nasabah juga cenderung berkurang. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah menjadi hal yang penting bagi bank syariah dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabahnya.

Loyalitas sebagaimana bagi umat Islam yang beriman, mereka mengakui akan hakikat iman dan hakikat agama tanpa ada dusta. Keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada Rabbnya⁶³. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Hujurat:15

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَأُوا وَجَاهُدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ ١٥

Artinya:

“Sesungguhnya orang-orang mukmin (yang sebenarnya) hanyalah mereka yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjihad dengan harta dan jiwanya di jalan Allah. Mereka itulah orang-orang benar.”

Loyalitas merupakan aspek penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara nasabah dan perusahaan perbankan. Dalam, QS. Al-Hujurat ayat 15 dapat dijadikan landasan spiritual yang mencerminkan nilai kesetiaan dan keteguhan hati dalam beriman dan berbuat baik. Jika dikaitkan dengan loyalitas nasabah, ayat tersebut

⁶¹ Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban.

⁶² Adinda Nur Syafina Putri, Zuhdan Ady Fataron, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, “Analysis Of The Quality Of Electronic Service Es-Qual And E-Recs-Qual Models In The Bsi Mobile Application To The Level Of Customer Loyalty At Bsi Bank,” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 5, no. 1 (2023): 33–54, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2023.5.1.17969>.

⁶³ Andi Mardiana and Nur Ain Kasim, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo,” *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* I, no. 2 (2016): hal 2.

mencerminkan bahwa ketika seorang nasabah telah menaruh kepercayaan dan memiliki kesetiaan terhadap suatu bank, maka ia akan menunjukkan perilaku loyal. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang loyal cenderung tidak sensitif terhadap perubahan. Karena loyalitas tersebut muncul dari rasa puas, rasa mudah dan rasa aman yang berkelanjutan serta adanya keterikatan emosional terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dengan demikian, perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan demi membentuk dan mempertahankan loyalitas nasabah secara berkesinambungan.

2.1.3.4 Indikator Loyalitas

Menurut Jill Griffin indikator dari Loyalitas adalah sebagai berikut⁶⁴:

1. Penggunaan Berulang.

Penggunaan berulang mencerminkan sejauh mana pengguna merasa puas dan terbiasa dengan aplikasi. Jika *Byond by BSI* memberikan pengalaman yang konsisten, bernilai, dan memudahkan aktivitas keuangan, maka kemungkinan besar pengguna akan terus menggunakan aplikasi dalam jangka panjang. Penggunaan yang berulang juga menjadi indikator keberhasilan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari penggunanya.

2. Ketahanan terhadap Kompetitor

Ketahanan terhadap kompetitor menunjukkan seberapa kuat aplikasi *Byond by BSI* dalam mempertahankan penggunanya meskipun terdapat banyak alternatif di pasar. Jika pengguna merasa aplikasi ini lebih unggul dari segi fitur, kemudahan, maupun kepercayaan, maka mereka tidak mudah tergoda untuk beralih ke layanan lain. Loyalitas ini mencerminkan daya saing dan keunggulan kompetitif aplikasi.

3. Rekomendasi Aktif

Ketika pengguna merasa puas dan percaya terhadap aplikasi *Byond by BSI*, mereka cenderung merekomendasikannya kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Rekomendasi aktif menjadi bentuk promosi alami yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi dan kepercayaan penuh terhadap aplikasi. Ini juga dapat menjadi indikator loyalitas sekaligus alat penting dalam memperluas basis pengguna.

2.1.4 Security

Security dalam konteks teknologi merupakan serangkaian prosedur, mekanisme dan program komputer untuk mengautentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan⁶⁵. Keamanan dalam transaksi

⁶⁴ jill griffin, “Customer Loyalty,” in *Airline Business*, vol. 29 (Jossey-Bass, 2002), 31, <https://doi.org/10.3139/9783446467620.013>.

⁶⁵ Syamsiah Oka Meliyana Fatimah, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Self-Efficacy, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Studi

digital menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital. Menyadari hal ini, BSI menjamin keamanan transaksi pada aplikasi Super App Byond by BSI dengan menghadirkan sistem proteksi berlapis yang dirancang untuk melindungi data dan transaksi pengguna dari potensi ancaman siber.

Byond by BSI menggunakan teknologi fitur keamanan terbaru yang meliputi sistem autentikasi ganda, enkripsi data, serta teknologi pendeteksi berbasis kecerdasan buatan (AI)⁶⁶. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan dalam menggunakan layanan digital dan mencegah enkripsi data. Dengan adanya inovasi dalam sistem keamanan ini, diharapkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap Byond by BSI dapat semakin meningkat. Teknologi ini dirancang untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan secara *real time*, sehingga dapat mencegah potensi penipuan dan melindungi data serta transaksi nasabah⁶⁷. Penerapan sistem keamanan berbasis AI ini sejalan dengan kebutuhan perbankan digital syariah yang tidak hanya menawarkan kemudahan dalam bertransaksi tetapi menjamin keamanan dan kepercayaan pengguna.

2.1.4.1 Indikator Security

1. Perlindungan Data Pribadi⁶⁸

Perlindungan terhadap data pribadi merupakan elemen penting dalam aplikasi keuangan digital. Byond by BSI harus menjamin bahwa informasi pribadi pengguna seperti identitas, nomor rekening, dan riwayat transaksi tersimpan dengan aman dan tidak disalahgunakan. Komitmen terhadap privasi akan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi.

2. Keamanan Transaksi⁶⁹

Setiap transaksi yang dilakukan melalui aplikasi Byond by BSI harus memiliki sistem keamanan yang kuat, seperti enkripsi data, autentikasi ganda, dan deteksi aktivitas mencurigakan. Dengan menjamin keamanan transaksi, aplikasi membantu mengurangi risiko penipuan dan memberikan rasa aman bagi pengguna saat melakukan aktivitas finansial.

Pada Pengguna Fitur Layanan Go Pay Di STIE Madani Balikpapan Tahun 2019)," *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani* 9, no. 2 (2023): 1–15.

⁶⁶ kumparan bisnis, "Tingkatkan Keamanan Layanan, Sistem Pendekripsi Penipuan Byond by BSI Berbasis AI," kumparan.com, 2024, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/tingkatkan-keamanan-layanan-sistem-pendekripsi-penipuan-byond-by-bsi-berbasis-ai-242YRJOqgp3/2>.

⁶⁷ kumparan bisnis.

⁶⁸ France Belanger, Janine S Hiller, and Wanda J Smith, "Trustworthiness in Electronic Commerce: The Role of Privacy, Security, and Site Attributes" 11 (2002): 245–70.

⁶⁹ Changsu Kim et al., "An Empirical Study of Customers' Perceptions of Security and Trust in e-Payment Systems," *Electronic Commerce Research and Applications* 9, no. 1 (2010): 84–95, <https://doi.org/10.1016/j.elrap.2009.04.014>.

3. Pengetahuan Kebijakan Keamanan⁷⁰

Pengguna perlu diberi pemahaman yang jelas mengenai kebijakan keamanan yang diterapkan oleh Byond by BSI. Informasi ini dapat disampaikan melalui panduan pengguna, notifikasi dalam aplikasi, atau pusat bantuan. Dengan memahami bagaimana data mereka dilindungi dan tindakan apa yang harus dilakukan jika terjadi pelanggaran, pengguna akan merasa lebih terlibat dan waspada terhadap risiko keamanan digital.

2.1.5 Ease of Use

Ease of Use adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. *Perceived ease of use* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya⁷¹. Layanan yang dianggap mudah digunakan oleh pengguna cenderung menarik minat mereka karena pengguna merasa lebih mudah untuk mempelajarinya. Pengguna cenderung memilih layanan yang mereka percaya dapat meningkatkan efisiensi dalam melakukan tugas atau mencapai tujuan mereka⁷².

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi faktor dalam mempengaruhi minat penggunaan. Banyaknya kebutuhan manusia akan transaksi digital maka akan meningkat pula ancaman keamanan yang akan terjadi. *Ease of use* merupakan salah satu elemen penting yang diutamakan oleh aplikasi Byond by BSI. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang lebih mudah, cepat, dan nyaman bagi pengguna. Dengan antarmuka yang intuitif dan fitur-fitur yang praktis, Byond by BSI memastikan bahwa setiap transaksi dan layanan yang ditawarkan dapat diakses dengan mudah oleh semua pengguna, tanpa perlu menghadapi kerumitan yang berlebihan. Fitur-fitur seperti setoran, top-up, transfer, investasi, dan *e-commerce* dibuat dengan tata letak yang *user-friendly*, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan beberapa kali klik saja. Selain itu, Byond by BSI juga mengintegrasikan layanan sosial dan spiritual, seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, dan wakaf, dalam satu aplikasi yang mudah digunakan. Dengan desain yang fokus pada *ease of use*, Byond by BSI memberikan pengalaman perbankan digital yang lebih baik dan sesuai dengan harapan nasabah modern.

⁷⁰ France Bélanger and Robert E Crossler, “Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems,” *MIS Quarterly* 35, no. 4 (2011): 1–36.

⁷¹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*.

⁷² mohamad bastomi susi alistina nurhayati, rois arifin, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Self Efficacy, Dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Malang),” *E – Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 2452–63.

2.1.5.1 Indikator Ease of Use

Menurut Davis indikator dari Ease of Use adalah sebagai berikut⁷³:

1. Keandalan navigasi

Navigasi yang andal memungkinkan pengguna untuk berpindah antar menu dan fitur dengan mudah tanpa kebingungan. Jika jalur navigasi dalam aplikasi Byond by BSI jelas dan konsisten, pengguna akan merasa lebih nyaman dan efisien dalam mengakses fungsi-fungsi yang mereka butuhkan. Navigasi yang tidak konsisten atau membingungkan dapat menyebabkan frustrasi dan menurunkan kepuasan pengguna.

2. Kesesuaian Antarmuka

Antarmuka yang sesuai berarti tampilan aplikasi selaras dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Elemen visual, ikon, teks, dan warna yang digunakan harus mendukung fungsionalitas serta mudah dikenali. Jika antarmuka Byond by BSI dirancang dengan baik dan intuitif, hal ini akan meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi.

3. Kemudahan kontrol

Aplikasi yang *controllable* memberikan keleluasaan bagi pengguna dalam mengatur dan mengontrol pengalaman mereka. Misalnya, kemampuan untuk membatalkan tindakan, menyesuaikan pengaturan, atau memilih jalur interaksi tertentu. Ketika pengguna merasa memiliki kendali terhadap aplikasi Byond by BSI, mereka akan lebih percaya diri dan merasa aplikasi tersebut mendukung kebutuhan mereka secara fleksibel.

2.1.6 User satisfaction

User satisfaction ialah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu produk, layanan, atau aplikasi. Kepuasan pengguna mencerminkan sejauh mana pengalaman dan ekspektasi pengguna terpenuhi atau terlampaui. *User satisfaction* menjadi faktor penting dalam menentukan loyalitas nasabah⁷⁴. Dalam kerangka TAM, *User satisfaction* terbentuk sebagai hasil dari persepsi positif terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* suatu sistem⁷⁵. Pengguna yang merasa puas dengan pengalaman mereka cenderung akan menjadi lebih loyal dan lebih mungkin merekomendasikan aplikasi

⁷³ Fred D Davis, “User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models,” no. August 1989 (1989), <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.

⁷⁴ Nia Agustin, “Pengaruh Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Sampit,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2024): 4513–20, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.990>.

⁷⁵ Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, “Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204, <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.

kepada orang lain. Aplikasi Byond by BSI, yang menawarkan layanan keuangan syariah, diharapkan dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan nasabah, terutama di wilayah seperti Kabupaten Demak yang memiliki mayoritas penduduk Muslim dan kesadaran tinggi terhadap prinsip-prinsip syariah. Pengguna yang merasa puas dengan pengalaman mereka dalam menggunakan Byond by BSI cenderung akan menjadi lebih loyal dan terus menggunakan aplikasi ini, serta mungkin merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, meningkatkan *user satisfaction* merupakan kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah Byond by BSI.

2.1.6.1 Indikator User Satisfaction

Menurut Astria&Basyir indikator dari *User Satisfaction* adalah sebagai berikut⁷⁶:

1. kesesuaian ekspektasi

Pengguna memiliki ekspektasi tertentu saat menggunakan aplikasi berbasis layanan digital. Jika Byond by BSI mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan tersebut baik dari segi fungsi, tampilan, maupun kemudahan pengguna akan merasa puas dan cenderung untuk terus menggunakan aplikasi. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas dapat menimbulkan kekecewaan dan menurunkan loyalitas pengguna.

2. Kenyamanan Penggunaan

Kenyamanan dalam penggunaan mencakup aspek fisik maupun psikologis saat pengguna berinteraksi dengan aplikasi. Byond by BSI harus dirancang agar mudah diakses, tidak membebani secara visual, dan tidak menimbulkan kebingungan saat digunakan. Aplikasi yang nyaman digunakan akan mendorong penggunaan berulang dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

3. Kecepatan Layanan

Kecepatan respon aplikasi dalam memproses permintaan sangat memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas layanan. Byond by BSI harus mampu memberikan layanan yang cepat, seperti pemuatan halaman, transaksi, dan navigasi antarmuka yang lancar. Layanan yang lambat dapat mengganggu alur aktivitas pengguna dan memicu ketidakpuasan.

⁷⁶ Vira Astria and Muhammad Basyir, ‘Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Yang Dimediasi Oleh User Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Bca Syariah Mobile Di Kota Banda Aceh,’ *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen SINTA 4*, no. 2 (2022): 379–90, <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>.

2.2 Penelitian Terdahulu

Guna memperkuat penelitian, hasil penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
1.	Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan <i>Security</i> Terhadap Niat Menggunakan BCA Mobile Banking	Kadek Yogi Asmara, Ni Made Wulandari Kusumade wi Vol. 11, No. 1, 2022	Independen X : 1. Kemudahan Penggunaan 2. <i>Security</i> Variabel mediasi Z: Kepercayaan (Trust) Variabel dependen Y : Niat Menggunakan (Behavioral Intention to Use)	Kemudahan penggunaan dan <i>security</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan BCA Mobile Banking. Kemudahan penggunaan dan <i>security</i> juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Kepercayaan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan dan <i>security</i> terhadap niat menggunakan.	- Menggunakan variabel Mediasi kepercayaan (Trust) dan Variabel Niat Menggunakan (Intention to Use) - Fokus pada BCA Mobile Banking
2.	Understanding Students' Intention To Use Mobile Banking: Impacted By Ease Of Use, <i>Security</i> , Trust, And Lifestyle	Rabikhatus dan Nihayatul Aslamatis (2023)	Independen X: 1. Ease of Use <i>Security</i> 2. Trust 3. Lifestyle Variabel dependen Y: Minat menggunakan mobile banking	Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.	- Mobile banking secara umum (tidak menyebut merek khusus) - Mahasiswa di Kota Malang (usia >17 tahun dan sudah pernah menggunakan)

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
					- n mobile banking). - Menggunakan variabel trust dan niat menggunakan.
3.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Dan <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Yang Dimediasi Oleh <i>User Satisfaction</i> Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Bca Syariah Mobile Di Kota Banda Aceh	Vira Astria, Muhammad Basyir (2022)	Independen: 1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> Variabel mediasi: <i>User Satisfaction</i> Dependen: <i>Behavioral Intention</i>	<i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>user satisfaction</i> secara signifikan mempengaruhi behavioral intention. Namun, penelitian ini tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>user satisfaction</i> .	- Fokus pada BCA Syariah Mobile - Lokasi penelitian di Aceh - Penelitian BCA Syariah Mobile meneliti niat menggunakan aplikasi, dengan <i>user satisfaction</i> sebagai mediator, dan memakai pendekatan TAM.
4.	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI Mobile (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)	Selvi Yani, Usdeldi, dan Taufik Ridho 2024	Independen: 1. Kemanfaatan 2. Kemudahan 3. Penggunaan 4. Risiko Dependen: Minat penggunaan	kemudahan penggunaan mempengaruhi adopsi mobile banking di kalangan mahasiswa, sementara persepsi risiko dan kemanfaatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya penyebaran informasi yang lebih baik mengenai layanan mobile banking untuk	- Variabel kemanfaatan, risiko, dan minat menggunakan - Responden tertuju pada mahasiswa

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
				meningkatkan penggunaannya di kalangan mahasiswa.	
5.	Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Indonesia Mobile Banking With Trust As Mediation	Nindya Mustika dan Rosana Eri Puspita 2020	Variabel X : 1. Persepsi Kegunaan 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan 3. Persepsi Risiko Variabel Y Minat Menggunakan Mobile Banking Variabel intervening: Kepercayaan	Persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepercayaan, menunjukkan bahwa layanan mobile banking yang lebih mudah digunakan dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.	- Menggunakan trust sebagai mediasi - Menggunakan variabel Islamic Features, Risk, Trust - Populasi yang digunakan mahasiswa IAIN Salatiga
6.	Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM Dan TPB	Fajar Sodik, Alifia Nur Zaida, Khusnul Zulmiati 2022	Variabel X: 1. <i>Perceived Ease of Use</i> (PeOU) 2. <i>Perceived Usefulness</i> (PU) 3. Subjective Norm (SN) 4. <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC) Variabel Mediasi: <i>Attitude Toward Using</i> Variabel Y: <i>Interest Toward Using</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Pelanggan senang menggunakan fitur pembelian di mobile banking syariah, terutama karena kemudahan penggunaan dan persepsi manfaatnya. Hal ini membentuk sikap positif yang mendorong minat penggunaan.	- Fokus pada minat menggunakan fitur pembelian BSI Mobile - Menggunakan variabel <i>usefulness</i> , <i>attitude toward using</i> , <i>subjective norm</i> dan <i>perceived behavioral control</i> .
7.	Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Nasabah Menggunakan	Linda Asnaini, Muliza, M. Rezki Andhika 2023	Variabel X: 1. Kemudahan 2. Keamanan Variabel Y: Preferensi nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah	- Hanya menggunakan 2 variabel independent - Lokasi penelitian dilakukan di

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
	Analisis Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Di Kabupaten Aceh Barat			BSI Aceh Barat dalam menggunakan mobile banking.	Kabupaten Aceh Barat Menganalisis pengaruh variabel terhadap preferensi penggunaan
8.	The Descriptive Analysis Of The Service Quality Dimension Of Mobile Banking (Mbanking) On The Satisfaction Of Sharia Banking Customers	Charissa Kezia Rahmawati, Bayu Arie Fianto Juni 2020	Variabel X: 1. <i>Convenience</i> 2. <i>Security</i> 3. <i>Ease of Use</i> 4. <i>Design Dimension</i> 5. <i>Application System</i> Variabel (Y): Customer Satisfaction	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, sistem aplikasi, dan kepuasan nasabah) memiliki pengaruh positif.	- Menggunakan variabel convenience, ease, design, dan application system - Menggunakan variabel Y kepuasan nasabah mobile. - lebih luas dari segi objek bank dan variabel kualitas layanan,
9.	Keputusan Penggunaan BSI Mobile Ditinjau dari Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan Fitur Layanan pada Generasi Milenial di Wilayah Solo Raya	Fuad Hasyim, Sherly Oktaviana, Desila Rosiana Putri April 2021	Variabel X 1. Kemudahan 2. Kemanfaatan 3. Keamanan Variabel Y: Keputusan Penggunaan	Kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile, sedangkan keamanan tidak berpengaruh karena masalah kepercayaan nasabah terkait risiko keamanan data.	- Variabel Y berfokus pada keputusan penggunaan. - Menggunakan variabel <i>perceived Usefulness</i> - Kelompok responden generasi milenial di wilayah solo raya
10.	Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran	Danielle Eudora Crystle Rampen, Jay Idoan Sihotang	Variabel X: 1. Experience 2. <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) 3. <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman meningkatkan persepsi kemudahan dan kegunaan mobile banking.	Fokus pada mobile banking Mandiri dan BCA Menganalisis faktor-faktor yang

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
	Menggunakan Metode Extended TAM	VOL. 7 - NO.1, JUNE 2021	4. <i>Attitude Toward Use</i> (ATU) 5. <i>Intention to Use</i> (IU) Variabel Y : <i>Usage Behavior</i> (UB)	Kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap sikap dan kegunaan. Sebaliknya, persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap, niat, dan perilaku penggunaan.	memengaruhi penggunaan mobile banking untuk transaksi pembayaran
11.	Pengaruh <i>Customer Perceived Value, Perceived Ease Of Use</i> , Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia.	Hanna Aqilah Farahdibaj 2023	Variabel X: 1. <i>Customer Perceived Value</i> 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> 3. Kepuasan Variabel Y: Loyalitas Nasabah	Variabel kepuasan tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah mobile banking Bank Syariah Indonesia.	- Variabel customer <i>perceived value</i> - Umum: Bank Syariah Indonesia (tidak menyebut aplikasi spesifik) - Lokasi penelitian tidak spesifik
12.	Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan <i>Mobile Banking</i> Syariah.	Yulia Widi Astuti, Ratno Agriyanto, Ahmad Turmudzi (2020)	Variabel X: 1. Kualitas Layanan 2. Nilai Nasabah 3. Kepercayaan 4. Kepuasan Variabel Y: Loyalitas Nasabah	kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking di Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini juga menyoroti bahwa kepercayaan dan kualitas layanan adalah faktor-faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah.	- Variabel yang digunakan Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan - Nasabah pengguna mobile banking bank syariah mandiri dikota semarang
13.	<i>The Effect of Perceived Usefulness</i> ,	Denny Indra Prastiawan,	Variabel X : 1. <i>Perceived Usefulness</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan	Menganalisis penggunaan mobile

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
	<i>Perceived Ease of Use, Social Influence on The Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Towards Use.</i>	Siti Aisjah, dan Rofiaty 2021	2. <i>Perceived Ease of Use</i> 3. <i>Social Influence</i> Variabel Z : <i>Attitude toward Use</i> Variabel Y : <i>Use of Mobile Banking</i>	bahwa <i>perceived usefulness</i> dengan tiga indikatornya, yaitu layanan, manfaat, efisiensi, dan efektivitas, secara langsung mempengaruhi penggunaan mobile banking.	- banking dengan mediasi <i>attitude toward use</i> Variabel <i>usefulness, social influence, attitude toward use</i> dan penggunaan mobile banking Berkokus pada aplikasi jakOne mobile (bank DKI)
14.	The Investigation of Preference Attributes of Indonesian Mobile Banking Users to Develop a Strategy for Mobile Banking Adoption.	Toto Edrinal Sebayang, Dedi Budiman Hakim, Toni Bakhtiar and Dikky Indrawan 2023	Variabel X 1. kemudahan akses 2. kepercayaan 3. reputasi 4. keamanan 5. pengalaman pengguna Variabel Y: Tingkat adopsi mobile banking oleh pengguna	Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, kepercayaan, dan reputasi bank berpengaruh positif terhadap adopsi mobile banking di Indonesia. Kepercayaan pengguna meningkatkan kemungkinan adopsi, sementara inovasi dalam keamanan dan pengalaman pengguna turut mempercepatnya.	- melakukan studi skala nasional pada 16 bank digital di berbagai kota besar Indonesia menggunakan 5 variabel
15.	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat	Afiful Ichwan, Ruslan Abdul Ghofur (2020)	Variabel X: 1. Persepsi <i>Usefulness</i> 2. Persepsi Kemudahan Variabel Y: Keputusan penggunaan teknologi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan baik secara parsial	- fokus pada penerimaan teknologi zakat digital - dan variabel keputusan pengguna sebagai outcome.

NO .	JUDUL	PENELITI & TAHUN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
	Melalui Fintech Gopay.			maupun simultan terhadap keputusan pembayaran zakat melalui Fintech Gopay. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya inovasi teknologi dalam meningkatkan penerimaan zakat melalui platform digital.	

2.3 Keterkaitan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *User Satisfaction* (X1) Terhadap loyalitas (Y) Penggunaan *Byond* by BSI

Kepuasan pengguna atau *user satisfaction* merupakan salah satu aspek penting dalam mengevaluasi keberhasilan suatu aplikasi digital. Kepuasan tercipta ketika pengalaman yang diperoleh pengguna selama menggunakan aplikasi mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Pengguna yang puas cenderung memiliki persepsi positif terhadap aplikasi serta menunjukkan keinginan untuk terus memanfaatkannya secara konsisten. Tingkat kepuasan ini dipengaruhi oleh berbagai elemen, seperti kenyamanan dalam melakukan transaksi, kemudahan akses terhadap fitur-fitur yang tersedia, serta kecepatan sistem dalam memproses permintaan. Dalam konteks mobile banking, pengalaman yang efisien dan menyenangkan akan memperkuat persepsi positif pengguna terhadap layanan yang diberikan. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, kepuasan pengguna berkaitan erat dengan dua komponen utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mobile banking bermanfaat dan mudah digunakan, maka akan muncul sikap positif yang mendorong niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Sikap inilah yang berperan dalam menciptakan kepuasan pengguna, yang selanjutnya berdampak pada loyalitas dan keberlanjutan penggunaan teknologi dalam jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Febiola dkk menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah yang tinggi dapat mendorong terbentuknya loyalitas⁷⁷. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Agustin yang memiliki hasil bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan *mobile banking* Bank BNI maupun BRI di Kota

⁷⁷ Vani Febiola, Muhammad Iqbal Fasa, and Prof Suharto, “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiyah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022,” *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)* 3, no. 1 (2023): 97–104, <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.73>.

Sampit⁷⁸. Hal ini tercermin melalui perilaku seperti memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan transaksi ulang, serta menjadikan bank sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan layanan keuangan. Berdasarkan analisa dari penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₁: *User Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas menggunakan *Byond by BSI*.

2.3.2 Pengaruh *Ease of Use* (X₂) Terhadap loyalitas (Y) penggunaan *Byond by BSI*

Persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* merupakan salah satu komponen penting dalam menentukan penerimaan teknologi oleh pengguna. Davis (1989) mendefinisikan *ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan bebas dari usaha yang berlebihan⁷⁹. Artinya, semakin mudah dan sederhana sebuah aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya. Kemudahan ini juga berperan dalam membentuk sikap positif terhadap aplikasi, yang kemudian memperkuat niat perilaku untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, persepsi kemudahan tidak hanya memengaruhi kesediaan awal untuk mencoba suatu teknologi, tetapi juga mendorong keberlanjutan penggunaannya dalam jangka panjang. Dalam konteks penggunaan mobile banking, persepsi kemudahan dapat menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan loyalitas dan keterikatan pengguna terhadap layanan yang disediakan.

Penelitian oleh Wongso & Ramdania menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap niat seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking⁸⁰. Aplikasi yang dirancang dengan antarmuka yang jelas, navigasi yang intuitif, serta proses penggunaan yang tidak rumit, akan menciptakan persepsi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan farahdibaj menyatakan bahwa *perceived ease of use* berkontribusi secara positif terhadap loyalitas nasabah, yang menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digital bank digunakan, maka semakin besar kemungkinan nasabah akan tetap setia menggunakannya⁸¹. Kemudahan penggunaan membuat nasabah merasa lebih nyaman karena tidak perlu mengeluarkan banyak usaha saat

⁷⁸ Agustin, "Pengaruh Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Sampit."

⁷⁹ Edi Purwanto, "Technology Adoption A Conceptual Framework Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model(Tam)," 2020, www.philpublishing.com.

⁸⁰ Wongso and Ramdania, "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar."

⁸¹ Hanna Aqilah Farahdibaj, "Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease of Use, Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia," *El-Aswaq* 4, no. 02 (2023): 93–108, <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25794>.

menggunakan mobile banking syariah. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₂: Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas menggunakan Byond by BSI.

2.3.3 Pengaruh Security (X3) Terhadap loyalitas (Y) penggunaan Byond by BSI

Security merupakan salah satu elemen utama dalam layanan digital, khususnya pada sektor perbankan. Keamanan mengacu pada sejauh mana suatu sistem mampu melindungi informasi pribadi dan transaksi pengguna dari penyalahgunaan, peretasan, serta akses tidak sah. Jaminan keamanan memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan informasi pribadi dan kerentanan data transaksi. Jika tingkat keamanan yang dirasakan memenuhi harapan konsumen, mereka mungkin bersedia mengungkapkan informasi pribadi dan melakukan pembelian dengan nyaman⁸². Dalam konteks mobile banking, persepsi terhadap keamanan sangat menentukan tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi. Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi terhadap keamanan dapat memperkuat *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, karena pengguna merasa teknologi tidak hanya bermanfaat dan mudah digunakan, tetapi juga aman. Keamanan yang terjamin menumbuhkan kepercayaan, yang pada akhirnya mendorong niat perilaku dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan digital yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Azhara & Rozza yang dimana hasil dari penelitiannya yaitu keamanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi BSI mobile⁸³. Memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah Dkk, Keamanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah⁸⁴. Ketika sistem keamanan terjaga dengan baik, hal ini meningkatkan rasa aman bagi nasabah, sehingga mereka lebih percaya dan tidak ragu untuk menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi terhadap bank syariah. Oleh karena itu, sistem keamanan yang andal tidak hanya penting dalam menciptakan rasa percaya, tetapi juga berkontribusi langsung dalam mempertahankan loyalitas pengguna terhadap layanan mobile banking.

⁸² Chung Hoon Park and Young Gul Kim, “The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumer’s on-Line Shopping Site Commitment,” *Contemporary Research in E-Branding*, 2006, <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-813-0.ch019>.

⁸³ Rosalina Azhara et al., “Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Keamanan , Dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile” 3 (2024).

⁸⁴ Miftahul Jannah, Syamsul Hilal, “Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Miftahul Jannah, Syamsul Hilal, Okta Supriyaningsih, ‘Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Bandar Lampung)’, INOVASI MAKRO.”

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

H₃: security berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dalam menggunakan Byond by BSI.

2.3.4 Pengaruh Simultan Antara *User Satisfaction*, *Ease of use* dan *Security* Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI.

Hipotesis penelitian ini difokuskan pada pengaruh simultan antara *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security* terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Byond by BSI di Kabupaten Demak. Variabel *ease of use* merujuk pada sejauh mana pengguna merasakan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi tanpa mengalami kesulitan berarti. *User satisfaction* mencerminkan tingkat kepuasan keseluruhan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan aplikasi, yang mencakup pengalaman positif, kenyamanan, dan harapan yang terpenuhi. Sementara itu, *security* mengacu pada persepsi pengguna terhadap keamanan data pribadi serta transaksi saat menggunakan aplikasi, termasuk kepercayaan bahwa informasi mereka terlindungi.

Ketiga variabel tersebut diharapkan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI secara berkelanjutan. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat dijadikan landasan untuk menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna berkontribusi terhadap niat dan perilaku penggunaan teknologi. Penambahan aspek *security* memperkaya kerangka berpikir, mengingat pentingnya rasa aman dalam mendorong loyalitas di era digital saat ini. Ketiga faktor ini, ketika bekerja secara simultan, memperkuat sikap positif pengguna terhadap aplikasi dan mendorong loyalitas penggunaan. Dalam kerangka TAM, kepuasan dan keamanan memperkuat *perceived usefulness*, sementara kemudahan penggunaan memperkuat *perceived ease of use* yang semuanya pada akhirnya memengaruhi intensi perilaku dan loyalitas pengguna terhadap aplikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara simultan dengan hipotesisnya adalah:

H₄: Pengaruh *User Satisfaction*, *Ease of Use*, dan *Security* Berpengaruh Simultan Terhadap Loyalitas penggunaan Byond By BSI

2.4 Kerangka Penelitian

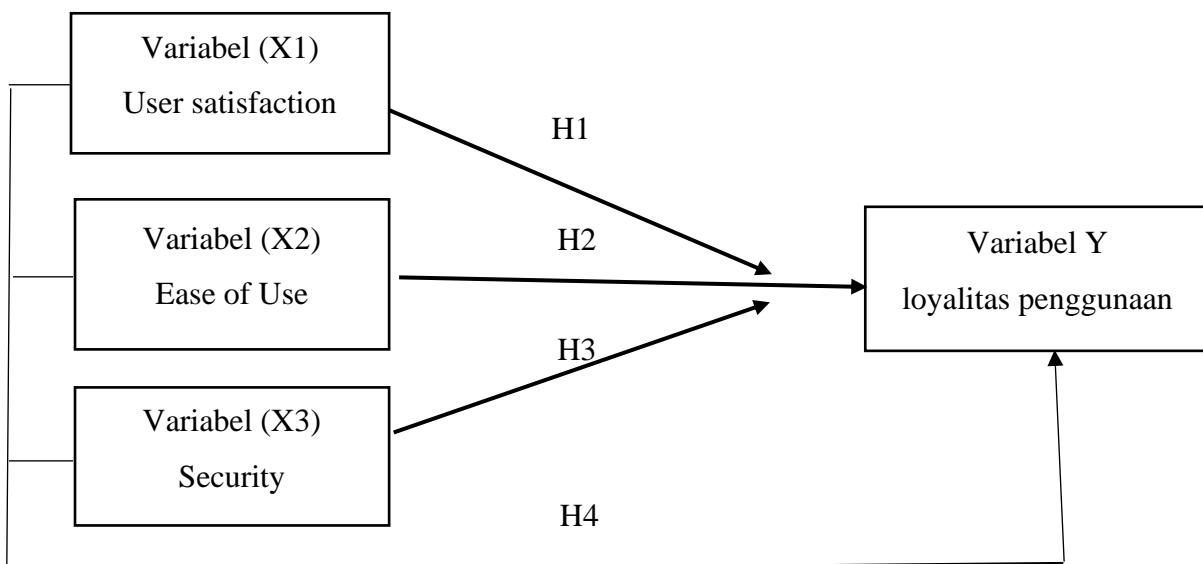
Negara Indonesia dengan meningkatnya penggunaan smartphone, sektor perbankan syariah juga terkena dampak diperkenalkannya mekanisme baru untuk melakukan transaksi online. Byond by BSI adalah layanan modern yang ditawarkan oleh bank sebagai respons terhadap kemajuan teknologi. Byond by BSI telah menjadi kebutuhan penting bagi

masyarakat Indonesia di era digital karena kemudahan penggunaan dan fiturnya yang beragam. Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, dan dengan bertambahnya jumlah umat Islam Indonesia yang menggunakan teknologi ini, mendorong industri perbankan syariah untuk terus berinovasi dan menawarkan fitur Beyond by BSI yang nyaman dan mudah digunakan.

Supaya mempermudah masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang menjadi landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian berdasarkan pemaparan studi pustaka dan hasil penelitian terdahulu. Kerangka pemikiran sangat perlu dikemukakan, kerena merupakan alur pikir dari gagasan penelitian yang mengacu pada kajian teori hingga munculnya variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian. Terdapat serangkaian konsep yang tersusun secara sistematis agar penelitian menjadi baik dilakukan dengan proses data yang telah diolah.

Terdapat beberapa faktor yang diprediksi dapat mempengaruhi keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan Beyond by BSI diantaranya yaitu *user satisfaction*, *ease of use* dan *security* dengan demikian kerangka pemikiran dapat digambarkan berikut ini:

Gambar 2. 1
Model kerangka penelitian



Selaras dengan kerangka konsep yang ditampilkan dalam gambar di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi apakah *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security* memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan Beyond by BSI. Variabel X yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan Beyond by BSI.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam proses penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang dapat diklasifikasikan sebagai konkret, teramat, dan terukur⁸⁵. Metode ini menggunakan teknik analisis statistik dengan SPSS, sebagai alat bantu untuk mengolah data dan menarik suatu kesimpulan yang dapat ditarik dalam kaitannya berlandaskan hasil yang sudah dikaji. **SPSS** (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah sebuah software pengolah data statistik yang digunakan untuk analisis statistik secara interaktif atau dalam mode batch. Awalnya dikembangkan untuk ilmu sosial, namun dalam perkembangannya, SPSS kini banyak digunakan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk ekonomi, bisnis, dan perbankan. Program ini memungkinkan analisis data yang lebih akurat dan efisien, sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan dengan lebih baik⁸⁶. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan, karena melakukan survei secara langsung terhadap target pemeriksaan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti guna mendapatkan data yang akurat. Tujuannya untuk menemukan iteraksi antara latar belakang dengan keadaan yang sedang terjadi dilapangan.

3.2 Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan jenis sumber data primer. Data primer merupakan informasi yang diperoleh melalui survei lapangan dengan metode pengumpulan data asli. Melalui prosedur dan teknik penarikan atau pengambilan data yang dirancang sesuai tujuannya⁸⁷. Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat mengumpulkan data primer yang didistribusikan secara langsung melalui *Google form* kepada para nasabah yang berdomisili di Kabupaten Demak dan sebagai pengguna Byond by BSI.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan yakni sebagai berikut:

⁸⁵ Prof Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 19th ed. (Alfabeta cv., 2013).

⁸⁶ Meliana Handayani et al., “Sosialisasi Dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS Pada Mahasiswa Administrasi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan Socialization and Introduction of the SPSS Data Processing Application to Health Administration Students of the Faculty” 1, no. 2 (2023).

⁸⁷ M.Si Prof. Dr. Ir. Raihan, *Metodologi Penelitian*, 2017.

3.3.1 Kuesioner atau Angket

Penelitian ini menerapkan kuesioner sebagai metode untuk mengumpulkan data. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang diperlakukan⁸⁸. Kuesioner melalui google form dirancang untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang sudah disiapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini juga menggunakan kuesioner tertutup dengan format daftar pilihan dan skala Likert yang memiliki nilai sampai dengan 5. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai sikap pendapat serta persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti melalui variabel penelitian.

3.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan koleksi sumber informasi yang berasal dari berbagai jenis bahan tertulis, seperti foto, artikel, buku, surat kabar, catatan, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengkajian terhadap sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari dokumentasi ini adalah untuk mengumpulkan data yang dianggap signifikan dan mendukung penelitian.

Setelah seluruh data terkumpul, maka perlu dilakukan pengolahan dan analisis agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Tujuan dari teknik pengolahan data adalah untuk menafsirkan dan menarik kesimpulan dari sekumpulan data yang dikumpulkan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai suatu fenomena atau peristiwa. Analisis kuantitatif dilakukan guna menjawab pertanyaan penelitian mengenai analisis dampak antar variabel. Pengaruh *user satisfaction*, *ease of use* dan *security* loyalitas penggunaan Byond by BSI.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah lingkup umum yang terdiri dari orang, objek, kejadian, atau apapun yang terkait dengan penelitian yang dilakukan⁸⁹. Populasi juga dapat merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Populasi yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan diambil kesimpulannya⁹⁰. Populasi dapat dibedakan menjadi dua

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

⁸⁹ Syahrum Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Rusydi Ananda, 2012.

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

jenis yaitu populasi finitif atau populasi yang jumlahnya diketahui secara pasti dan infinitif yakni populasi dengan jumlah yang tidak dapat diketahui secara pasti⁹¹. Dalam penelitian ini populasi termasuk pada kategori infinitif yang jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna Byond by BSI di Kabupaten Demak.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi⁹². Analisis data sampel secara kuantitatif menghasilkan statistik sampel yang digunakan untuk mengestimasi parameter populasinya. Apabila jumlah populasi relatif besar atau sulit dihitung, peneliti seringkali secara teknis mengalami kesulitan untuk melakukan penelitian seluruh anggota populasi, kendala yang dialami pada umumnya adalah keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga yang tersedia. Penelitian yg menggunakan sampel yang representatif akan memberikan hasil yang mempunyai kemampuan untuk digeneralisasikan pada populasinya⁹³. Penggunaan teknik pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Metode ini digunakan untuk memilih sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti akan dipilih sebagai anggota sampel⁹⁴. Kriteria yang ditetapkan untuk memilih sampel adalah:

1. Pengguna Byond by BSI
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Berdomisili Kabupaten Demak

Dalam pengambilan sampel, peneliti memakai rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan, terutama dalam lingkup populasi yang tidak diketahui secara pasti atau tidak bisa diakses secara langsung. Maka sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p (1 - p)}{e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel yang diperlukan

z = tingkat kepercayaan 1,96 untuk 95%

p = estimasi proporsi populasi 0,5

e = *margin of error* 10%

⁹¹ Syahrum Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Rusydi Ananda, 2012. Hal.113

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. hal. 81

⁹³ Zarah Puspitaningtyas Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pandiva Buku, 2016).

⁹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Maka jumlah sampel yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$ Dibulatkan menjadi 100 sampel.

Berdasarkan penentuan ukuran jumlah sampel dengan rumus lemehow, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Sederhananya, variabel merupakan objek atau konsep yang akan diteliti yang bentuknya bisa abstrak maupun real. Variabel penelitian yaitu merujuk pada atribut, sifat, nilai individu, objek, atau kegiatan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian diselidiki dan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang dihasilkan oleh peneliti⁹⁵. Untuk melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif, variabel penelitian harus diidentifikasi. Dengan mengidentifikasi variabel penelitian ini, maka variabel akan menjadi jelas dan tidak menimbulkan keraguan⁹⁶.

Variabel yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut :

3.5.1.1 Variabel Independen (bebas)

Variabel independen dikenal sebagai variabel stimulus, rediktor, atau antecedent, dan variabel bebas digunakan dalam bahasa Indonesia. Variabel Independen merupakan Variabel yang saling mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain⁹⁷. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas (independen) yaitu *User satisfaction* (X1), *Ease of use* (X2), *security* (X3).

1. *User satisfaction* merujuk pada sejauh mana pengalaman pengguna terhadap aplikasi memenuhi atau melebihi harapan mereka. Tingkat kepuasan yang tinggi mencerminkan bahwa aplikasi mampu menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Hasil penelitian Febiola dkk juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah yang tinggi mendorong terciptanya

⁹⁵ Sugiyono.

⁹⁶ Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

⁹⁷ Agung Widhi Kurniawan.

loyalitas, yang tercermin dari perilaku seperti memberikan rekomendasi positif, melakukan pembelian ulang, serta menjadikan bank sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan jasa keuangan di masa depan⁹⁸.

2. *Ease of use* adalah persepsi pengguna tentang seberapa mudah aplikasi dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan banyak usaha. Sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi teknologi. Aplikasi yang mudah digunakan cenderung meningkatkan kenyamanan, mengurangi hambatan dalam penggunaan, dan memperkuat komitmen pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi dalam jangka Panjang. Hasil penelitian Farahdibaj menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah mobile banking Bank Syariah Indonesia. Hal ini menguatkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan nasabah akan terus setia menggunakannya⁹⁹.
3. *Security* merupakan upaya melindungi data pribadi dan transaksi pengguna dari penyalahgunaan atau ancaman digital. Pengguna akan merasa nyaman jika aplikasi mampu menjaga kerahasiaan informasi, menjamin keamanan setiap transaksi, serta memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan menyeluruh. Hasil penelitian oleh Handoko & Ronny menunjukkan bahwa *security* merupakan faktor utama yang diperhatikan nasabah saat menggunakan layanan mobile banking. Ketika keamanan data dan transaksi dapat dijamin, kepercayaan nasabah meningkat, yang kemudian mendorong loyalitas dan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan¹⁰⁰.

3.5.1.2 Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen ini disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuensi. Variabel yang dipengaruhi atau akibat yang disebabkan oleh variabel bebas sebagai variabel penyebab disebut sebagai variabel terikat¹⁰¹. variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini yaitu loyalitas penggunaan (y) Byond by BSI.

⁹⁸ Febiola, Iqbal Fasa, and Suharto, “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022.”

⁹⁹ Farahdibaj, “Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease of Use, Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.”

¹⁰⁰ Handoko and Ronny, “Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking.”

¹⁰¹ Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

3.5.2 Definisi Operasional

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>User Satisfaction</i> (X1)	<p><i>User satisfaction</i> merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna setelah berinteraksi dengan suatu produk atau layanan¹⁰². Dalam penelitian ini, <i>user satisfaction</i> mengukur sejauh mana kepuasan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI sesuai atau melebihi harapan mereka. Kepuasan ini mencakup kesesuaian antara fitur dan manfaat aplikasi dengan ekspektasi pengguna, kenyamanan saat melakukan transaksi, serta kecepatan layanan dalam memproses permintaan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian ekspektasi terhadap fitur dan manfaat aplikasi 2. Kenyamanan pengguna saat melakukan transaksi melalui aplikasi 3. Kecepatan layanan aplikasi saat diperlukan untuk memproses permintaan atau transaksi pengguna.¹⁰³ 	Likert
	<i>Ease of use</i> (X2)	<p>Persepsi Kemudahan Pengguna adalah seberapa mudah pengguna merasa saat menggunakan aplikasi¹⁰⁴. Persepsi Kemudahan Pengguna mencerminkan seberapa mudah aplikasi Byond by BSI digunakan dan dipahami tanpa perlu banyak usaha atau pelatihan. Hal ini terlihat dari kemudahan pengguna dalam menemukan dan mengakses fitur melalui navigasi yang intuitif, kesesuaian antarmuka dengan kebutuhan mereka, serta kemampuan untuk mengontrol aplikasi sesuai keinginan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan pengguna dalam menemukan dan mengakses fitur melalui navigasi dan struktur menu yang intuitif. 2. Tingkat kesesuaian antarmuka aplikasi dengan kebutuhan pengguna 3. Sejauh mana pengguna dapat mengontrol aplikasi sesuai dengan keinginan. 	Likert

¹⁰² Rizan Machmud, *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi* (Ideas Publishing, 2018).

¹⁰³ Astria and Basyir, “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Yang Dimediasi Oleh User Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Bca Syariah Mobile Di Kota Banda Aceh.”

¹⁰⁴ Rita Ambarwati Sukmono Dwi Sukma Wardani, Alshaf Pebrianggara, “Efektivitas Perceived Ease Of Use Dan User Experience Terhadap Buying Intention Dan Consumer Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee,” *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 13, no. 1 (2024): 1–20.

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
	Security (X3)	Security dalam mobile banking mencakup perlindungan data pribadi dan transaksi dari penyalahgunaan dan ancaman siber ¹⁰⁵ . Pengguna merasa aman karena informasi mereka terlindungi, yakin bahwa setiap transaksi berlangsung dengan aman, serta mengetahui bahwa kebijakan keamanan dirancang secara menyeluruh. Rasa aman ini memperkuat kepercayaan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap aplikasi.	1. Pengguna merasa bahwa informasi pribadi mereka terlindungi dari penyalahgunaan ¹⁰⁶ 2. Keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan melalui mobile banking aman dan terlindungi. ¹⁰⁷ 3. Pengetahuan bahwa kebijakan keamanan mobile banking dirancang untuk melindungi data dan transaksi pengguna secara menyeluruh ¹⁰⁸ .	Likert
	Loyalitas nasabah (Y)	Loyalitas merupakan komitmen positif nasabah terhadap aplikasi, loyalitas ini dipengaruhi oleh kualitas layanan dan sistem yang membangun kepercayaan dan kenyamanan jangka panjang ¹⁰⁹ . Hal ditunjukkan melalui konsistensi dalam menggunakan fitur-fiturnya, tetap setia meskipun ada tawaran dari kompetitor, serta kesediaan untuk merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.	1. Tingkat konsistensi nasabah dalam menggunakan fitur-fitur aplikasi ¹¹⁰ . 2. Pelanggan tetap setia meskipun ada tawaran kompetitor lain ¹¹¹ . 3. Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan aplikasi kepada keluarga, teman, atau rekan kerja ¹¹² .	Likert

¹⁰⁵ Handoko and Ronny, "Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking."

¹⁰⁶ Belanger, Hiller, and Smith, "Trustworthiness in Electronic Commerce: The Role of Privacy, Security, and Site Attributes."

¹⁰⁷ Kim et al., "An Empirical Study of Customers' Perceptions of Security and Trust in e-Payment Systems."

¹⁰⁸ Bélanger and Crossler, "Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems."

¹⁰⁹ Arum, Kaltsum, and Muslichah, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Di Indonesia: Studi Pada Layanan Mobile Banking."

¹¹⁰ jill griffin, "Customer Loyalty."

¹¹¹ Elisa Emeliya Sihombing and Kartini Harahap, "The Effect of the Effectiveness of Ease of Use and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Bank Sumut Mobile Banking Users in Medan City," *Journal of Finance and Business Digital* 2, no. 4 (2024): 601–14, <https://doi.org/10.55927/jfbd.v2i4.6676>.

¹¹² jill griffin, "Customer Loyalty."

3.5.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran ialah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan Panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam penelitian akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert sebagai instrumen. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau suatu kelompok tentang fenomena yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Dari indikator dapat disusun sebagai berikut :

**Tabel 3. 2
Skala likert**

Item	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner pengukuran dianggap valid jika ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur dinyatakan valid jika dia sensitif dan spesifik. Sensitif artinya tepat mengukur apa yang harus diukur, dan spesifik pada hal yang akan diukur saja dan bukan yang lain. Validitas ini akan sangat erat kaitannya dengan reliabilitas yang akan dibahas di sub bab berikutnya. Uji statistik yang digunakan untuk uji validitas adalah *Corrected Item-Total Correlation* yang dimana jika nilai r hitung $>$ table product moment maka butir soal kuesioner dinyatakan valid. Sementara jika nilai r hitung $<$ r tabel product moment maka butir soal kuesioner dinayatakan tidak valid¹¹³. Pengukuran yang valid adalah pengukuran yang reliabel. Tetapi sebaliknya, pengukuran yang reliabel belum tentu valid kalau ciri ketepatukuran tidak terpenuhi. Prinsip validitas adalah pengukuran dan pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur¹¹⁴.

¹¹³ Sahid Raharjo, "Cara Uji Validitas Kuesioner Teknik Corrected Item Total Correlation Dengan SPSS," SPSS Indonesia, 2019, Cara Uji Validitas Kuesioner Teknik Corrected Item Total Correlation dengan SPSS%0A.

¹¹⁴ Yuli Arinta Dewi Windadari Murni Hartini, Christina Roosarjani, *Metodologi Penelitian Dan Statistik*, 2015.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi kuesioner yang menunjukkan variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dianggap reliabel atau handal jika tanggapan respondennya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat dan cara mengukur atau mengamati sama-sama memegang peran yang penting dalam waktu yang bersamaan. Reliabel belum tentu akurat, reliabel hanya menunjukkan alat ukur dapat digunakan atau tidak. Uji statistik *Cronbach alpha* (α) digunakan dalam SPSS untuk menguji fungsionalitas atau reliabilitas. Sebuah konstruksi atau variabel dianggap reliabel jika memiliki atau menghasilkan nilai Cronbach alpha lebih dari 0,6¹¹⁵.

Tabel 3. 3

Tingkat keandalan cronbach's alpha

NO.	NILAI CRONBACH'S ALPHA	KEANDALAN
1	0,00 – 0,20	Kurang
2	>0,20 – 0,40	Agak
3	>0,40 – 0,60	Cukup
4	>0,60 – 0,80	Handal
5	>0,80 – 1,00	Sangat handal

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Uji t dan f seperti yang diketahui, mengasumsikan bahwa nilai-nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik yang dilakukan pada sampel yang sangat kecil akan menjadi tidak valid jika asumsi ini dilanggar. Analisis grafik dan uji statistik adalah dua metode untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal¹¹⁶. Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak berhati-hati secara visual akan kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikan dari uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 berarti data tersebut normal, jika tidak maka data tidak berdistribusi normal¹¹⁷.

¹¹⁵ Windadari Murni Hartini, Christina Roosarjani.

¹¹⁶ H.Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariante*, 10th ed. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021).

¹¹⁷ Ghazali.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji model regresi yang mungkin ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas (independen) saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adanya variabel independen sama dengan nol¹¹⁸. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas diketahui menggunakan metode analisis *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tidak ditemui hubungan antar variabel independen jika nilai tolerance $> 0,1$ ¹¹⁹.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residual dari pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedas karena data yang menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar)¹²⁰.

Penyimpangan heterokedastisitas. Menurut Sugiyono heterokedastisitas, adalah varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah heterokedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan uji glejser adalah dengan formula sebagai berikut:

$$U_t = a + \beta X_t + v_t$$

Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan, sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada heterokedastisitas.
- b. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data ada heterokedastisitas.

¹¹⁸ Ghozali.

¹¹⁹ Ghozali.

¹²⁰ Ghozali.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis ini digunakan untuk menilai dampak atau pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, diasumsikan bahwa terdapat interaksi atau pengaruh yang saling mempengaruhi antara variabel independen baik secara positif maupun negatif. Analisis regresi linier berganda diperlukan untuk menghitung nilai variabel X_1 *User Satisfaction*, X_2 *Ease of Use*, dan X_3 *Security* yang memengaruhi variabel Y loyalitas Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan. Guna melihat seberapa besar pengaruh antara variabel X terhadap Y, maka bentuk persamaan regresi linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini sebagai berikut¹²¹:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas penggunaan Byond by BSI

a = Konstanta

X_1 = User Satisfaction

X_2 = Ease of Use

X_3 = Security

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

e = Standar eror

3.7.4 Uji T Parsial

Uji ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan rata - rata antara dua populasi atau kumpulan data yang independen . Jenis uji ini biasanya digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen , ketika satu kelompok dan kelompok lain tidak memiliki hubungan yang kuat ¹²² . Uji *T-Test Independent* ini memiliki asumsi/syarat yang mesti dipenuhi, yaitu :

- a. Datanya berdistribusi normal.
- b. Kedua kelompok data independen (bebas).
- c. Variabel yang dihubungkan berbentuk numerik dan kategorik (dengan hanya 2 kelompok dengan skala data interval atau rasio).

3.7.5 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara Bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dilakukan dengan cara

¹²¹ A. Pandjaitan, D., & Ahmad, "Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis," *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 2017, 230.

¹²² Windadari Murni Hartini, Christina Roosarjani, *Metodologi Penelitian Dan Statistik*.

membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan (degree of freedom) $df = (n-k-1)$ yakni n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah ¹²³:

Ho: Variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Ha: Variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Menurut Sugiyono, rumus untuk Uji F:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independent

n = jumlah anggota sampel

Jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak) dan jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) ¹²⁴.

3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa baik kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana persentase pengaruh seluruh variabel independen dalam suatu model regresi terhadap variabel dependen. Nilai koefisien ini dinyatakan dalam bentuk persentase dan merefleksikan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Semakin rendah nilai koefisien determinasi (mendekati nol), maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilainya mendekati 100%, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam model mampu menjelaskan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, sehingga pengaruhnya dapat dikatakan sangat signifikan¹²⁵. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

R^2 = nilai koefisien korelasi.

¹²³ (Iskandar Ahmaddien, S.S.T., S.E., M.M. & Dr. Yofy Syarkani, 2019)

¹²⁴ (Iskandar Ahmaddien, S.S.T., S.E., M.M. & Dr. Yofy Syarkani, 2019)

¹²⁵ Iskandar Ahmaddien, S.S.T., S.E., M.M. and Dr. Yofy Syarkani.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Bank Syariah Indonesia

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) Pada tanggal 19 Desember 2007 secara resmi mengakuisisi PT Bank Jasa Arta dengan nilai transaksi sebesar Rp61 miliar. Akuisisi ini merupakan langkah strategis BRI dalam mengembangkan layanan perbankan syariah melalui pendirian entitas syariah yang terpisah dari unit usaha syariah (UUS) yang sebelumnya berada di bawah BRI¹²⁶. Setelah akuisisi, BRI mengajukan permohonan kepada Bank Indonesia untuk mengubah kegiatan usaha Bank Jasa Arta dari bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Izin tersebut diberikan oleh Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008. Dengan izin ini, pada 17 November 2008, PT Bank BRI Syariah resmi beroperasi sebagai bank syariah. Selanjutnya, pada 19 Desember 2008, dilakukan penandatanganan akta pemisahan (spin-off) Unit Usaha Syariah BRI ke dalam PT Bank BRI Syariah. Proses ini efektif berlaku mulai 1 Januari 2009, sehingga seluruh kegiatan perbankan syariah BRI dijalankan oleh entitas yang terpisah¹²⁷.

Langkah strategis ini memungkinkan BRI untuk fokus pada perbankan konvensional, sementara PT Bank BRI Syariah mengembangkan layanan perbankan berbasis prinsip syariah. Pada tahun 2021, PT Bank BRI Syariah bergabung dengan Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah untuk membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI), yang kini menjadi bank syariah terbesar di Indonesia. Penggabungan ini bertujuan untuk menciptakan bank syariah yang kuat dan kompetitif, mampu bersaing di tingkat global. Dengan penyatuan ini, BSI menargetkan diri sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia¹²⁸.

Total aset yang mencapai Rp245,7 triliun dan modal inti sebesar Rp20,4 triliun, BSI langsung masuk dalam jajaran 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset¹²⁹. Setelah merger, struktur kepemilikan BSI didominasi oleh tiga bank induk, yaitu Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), dan Bank Rakyat Indonesia (BRI). Mayoritas sahamnya dipegang oleh Bank Mandiri sebesar 50,83%, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank

¹²⁶ antaranews, “BRI Akuisisi Bank Jasa Arta Rp61 Miliar,” antaranews.com, 2007, https://www.antaranews.com/berita/68518/bri-akuisisi-bank-jasa-arta-rp61-miliar?utm_source=chatgpt.com.

¹²⁷ “Https://Ir.Bankbsi.Co.Id/Milestones.Html,” n.d., <https://ir.bankbsi.co.id/milestones.html>.

¹²⁸ BSI, “Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia,” bankbsi.co.id, 2023, https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia?utm_source=chatgpt.com.

¹²⁹ BSI.

Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25% dan sisanya adalah pemegang saham yang masing masing dibawah 5%¹³⁰.

Sebagai bank syariah, BSI menawarkan berbagai produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, termasuk tabungan, pembiayaan, dan layanan perbankan digital¹³¹. BSI juga berkomitmen untuk menyediakan layanan perbankan yang modern dan universal, serta memberikan kebaikan bagi segenap alam (*rahmatan lil Aalamiin*)¹³². Sejak berdiri, BSI terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Bank ini telah membuka kantor perwakilan di Dubai International Financial Center pada awal Januari 2022 dan merencanakan pembukaan cabang di Arab Saudi sebagai bagian dari upayanya untuk memperluas jangkauan internasional¹³³. Dengan langkah-langkah strategis tersebut, BSI berupaya untuk tidak hanya menjadi pemimpin di industri perbankan syariah nasional tetapi juga global.

BSI memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari jaringan perbankan syariah global terkemuka. Di tengah pertumbuhan kinerja yang positif, lingkungan ekonomi yang mendukung, serta komitmen pemerintah Indonesia dalam membangun ekosistem industri halal, kehadiran BSI menjadi semakin strategis. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan perbankan syariah. Dalam hal ini, BSI berperan tidak hanya sebagai lembaga keuangan yang mendukung berbagai aktivitas ekonomi berbasis syariah, tetapi juga sebagai pilar utama dalam mewujudkan visi besar Indonesia dalam memperkuat sektor industri halal di tingkat nasional maupun global.

4.1.2 Visi & Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun Visi & Misi Bank Syariah yaitu :

1) Visi

Menjadi top 10 global Islamic bank

2) Misi

a. Memberikan solusi keuangan berbasis Syariah di Indonesia.

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi 5 top bank berdasarkan asset lebih dari 500 triliun dan nilai buku 50T di tahun 2025.

¹³⁰ BSI, “Sejarah Perseroan,” [bankbsi.co.id](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html#:~:text=Komposisi%20pemegang%20saham%20BSI%20adalah,-masing%20di%20bawah%205%25), accessed March 23, 2025, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html#:~:text=Komposisi%20pemegang%20saham%20BSI%20adalah,-masing%20di%20bawah%205%25.

¹³¹ dailysocial, “Bank Syariah Indonesia: Profil, Sejarah, Prinsip, Dan Produk Layanannya,” [news.dailysocial.id](https://news.dailysocial.id/2023/07/10/bank-syariah-indonesia/), 2023, <https://news.dailysocial.id/2023/07/10/bank-syariah-indonesia/>.

¹³² BSI, “Sejarah Perseroan.”

¹³³ Bank Syariah Indonesia, “Laporan Tahunan 2022: Kolaborasi Untuk Akselerasi Pertumbuhan,” *Annual Report*, 2022, [ir.bankbsi.co.id](https://ir.bankbsi.co.id/annual_report/2022/).

- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memperdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.2 Pilot Test

Tahap awal dalam penelitian, atau yang dikenal sebagai *pilot test*, merupakan langkah awal yang dilakukan untuk menguji dan mengevaluasi instrumen penelitian sebelum diterapkan secara luas. *Pilot test* bertujuan untuk menilai kelayakan pernyataan dalam kuesioner serta memastikan bahwa seluruh aspek penelitian dapat berjalan dengan optimal. Dalam penelitian ini, *pilot test* dilakukan pada 30 responden guna menguji validitas dan reliabilitas instrumen sebelum disebarluaskan kepada keseluruhan sampel penelitian.

4.2.1 Pilot Test Validitas

Penentuan uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig. (2-tailed)) yang harus kurang dari 0,05 agar data dianggap valid, serta membandingkan nilai korelasi Pearson (r-hitung) dengan r-tabel. Dalam penelitian ini, *pilot test* dilakukan pada 30 responden, sehingga nilai r-tabel yang digunakan adalah 0,361. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam instrumen penelitian memenuhi kedua kriteria tersebut dan dinyatakan valid.

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas (*pilot test*)

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
User Satisfaction (X_1)	X1_1	0,502	0,361	0,005	Valid
	X1_2	0,445	0,361	0,014	Valid
	X1_3	0,486	0,361	0,006	Valid
	X1_4	0,433	0,361	0,017	Valid
	X1_5	0,700	0,361	0,000	Valid
	X1_6	0,565	0,361	0,001	Valid
	X1_7	0,581	0,361	0,001	Valid
	X1_8	0,439	0,361	0,015	Valid
	X1_9	0,564	0,361	0,001	Valid
Ease of Use (X_2)	X2_1	0,652	0,361	0,000	Valid
	X2_2	0,524	0,361	0,003	Valid
	X2_3	0,542	0,361	0,002	Valid
	X2_4	0,679	0,361	0,000	Valid
	X2_5	0,636	0,361	0,000	Valid
	X2_6	0,443	0,361	0,014	Valid
	X2_7	0,427	0,361	0,019	Valid
	X2_8	0,485	0,361	0,007	Valid
	X2_9	0,809	0,361	0,000	Valid

Security (X_3)	X3_1	0,581	0,361	0,001	Valid
	X3_2	0,570	0,361	0,001	Valid
	X3_3	0,619	0,361	0,000	Valid
	X3_4	0,659	0,361	0,000	Valid
	X3_5	0,503	0,361	0,005	Valid
	X3_6	0,369	0,361	0,045	Valid
	X3_7	0,416	0,361	0,022	Valid
	X3_8	0,407	0,361	0,026	Valid
	X3_9	0,593	0,361	0,001	Valid
Loyalitas (Y)	Y_1	0,640	0,361	0,000	Valid
	Y_2	0,604	0,361	0,000	Valid
	Y_3	0,890	0,361	0,000	Valid
	Y_4	0,555	0,361	0,001	Valid
	Y_5	0,623	0,361	0,000	Valid
	Y_6	0,561	0,361	0,001	Valid
	Y_7	0,579	0,361	0,001	Valid
	Y_8	0,596	0,361	0,001	Valid
	Y_9	0,716	0,361	0,000	Valid

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai hasil uji validitas dalam *pilot test*, diperoleh bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, serta nilai signifikansi untuk setiap pernyataan berada di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh butir instrumen dalam penelitian ini dianggap memenuhi kriteria kelayakan dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam pengumpulan data penelitian.

4.2.2 Pilot Test Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai stabilitas dan konsistensi suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6 yang menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari pilot test:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas (*pilot test*)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
User satisfaction	0,667	9	Reliabel
Ease of Use	0,753	9	Reliabel
Security	0,666	9	Reliabel
Loyalitas Penggunaan	0,821	9	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dalam Tabel 4.2, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik atau reliabel. Setelah tahap *pilot test* membuktikan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria yang ditetapkan, langkah selanjutnya adalah mendistribusikan kuesioner kepada responden dalam skala yang lebih

luas. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form, dengan tautan yang disebarluaskan melalui komunitas mahasiswa, media sosial, serta distribusi langsung dalam bentuk brosur kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

4.3 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Byond by BSI dengan kriteria tertentu, yaitu mereka yang berdomisili di Kabupaten Demak. Responden yang dipilih harus memenuhi syarat, yakni telah menggunakan aplikasi Byond by BSI. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek berikut.

4.3.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel berikut memperlihatkan hasil dari jenis kelamin responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Jenis Kelamin Responden

	<i>Frequency</i>	<i>percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
Valid Laki	47	47.0	47.0	47.0
Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil tabel 4.3 penyebaran kuesioner, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan komposisi yang cukup seimbang. Dari 100 responden, sebanyak 47 orang atau 47% merupakan responden laki-laki. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 53 orang atau sebesar 53% dari total keseluruhan. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam penelitian ini sedikit lebih banyak didominasi oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Perbedaan ini tidak terlalu signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diperoleh cukup mewakili kedua jenis kelamin secara proporsional.

4.3.2 Berdasarkan Usia

Pada tabel berikut memaparkan responden berdasarkan rentang usia sesuai dengan data yang sudah diklasifikasikan:

Tabel 4. 4
Rentang Usia Responden

	<i>Frequency</i>	<i>percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
Valid 17-26 Tahun	56	56.0	56.0	56.0
27-36 Tahun	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan data pada tabel 4.4 yang telah diklasifikasikan, responden dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua kelompok usia. Kelompok pertama adalah responden

yang berusia 17 hingga 26 tahun dengan jumlah sebanyak 56 orang atau sebesar 56% dari total responden. Sementara itu, kelompok kedua terdiri dari responden berusia 27 hingga 36 tahun sebanyak 44 orang atau 44%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 17–26 tahun. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa kelompok usia muda lebih dominan dalam penelitian ini.

4.3.3 Berdasarkan Pekerjaan

Pada tabel berikut memaparkan responden berdasarkan pekerjaan sesuai dengan data yang sudah diklasifikasikan:

Tabel 4. 5
Pekerjaan Responden

		<i>Frequency</i>	<i>percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
Valid	Pelajar / Mahasiswa	35	35.0	35.0	35.0
	Pegawai / Karyawan	44	44.0	44.0	79.0
	Wirausaha / Bisnis	15	15.0	15.0	94.0
	lainnya	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hasil klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari kalangan pegawai atau karyawan, yaitu sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari total responden. Selanjutnya, sebanyak 35% responden merupakan pelajar atau mahasiswa, yang berjumlah 35 orang. Sementara itu, responden yang berprofesi sebagai wirausaha atau pelaku bisnis tercatat sebanyak 15 orang atau sebesar 15%, dan sisanya sebanyak 6 orang atau 6% berasal dari kategori lainnya dengan rincian pekerjaan seperti akuntan, freelance, management trainee, dan ibu rumah tangga (IRT).

4.3.4 Berdasarkan Alamat

Tabel berikut merupakan perolehan hasil dari data yang sudah disebarluaskan ke responden sesuai dengan kualifikasi penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Domisili Responden

		<i>Frequency</i>	<i>percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
Valid	Bonang	6	6.0	6.0	6.0
	Demak	12	12.0	12.0	18.0
	Dempet	6	6.0	6.0	24.0
	Gajah	6	6.0	6.0	30.0
	Guntur	5	5.0	5.0	35.0
	Karanganyar	9	9.0	9.0	44.0
	Karangawen	8	8.0	8.0	52.0
	Karangtengah	6	6.0	6.0	58.0
	Kebonagung	9	9.0	9.0	67.0
	Mijen	7	7.0	7.0	74.0
	Mranggen	6	6.0	6.0	80.0

	Sayung	6	6.0	6.0	86.0
	Wedung	6	6.0	6.0	92.0
	Wonosalam	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 4.6, domisili 100 responden tersebar di berbagai kecamatan yang ada di Kabupaten Demak. Responden terbanyak berasal dari Kecamatan Demak (12%), diikuti Karanganyar dan Kebonagung masing-masing 9%, serta Karangawen dan Wonosalam masing-masing 8%. Kecamatan Mijen menyumbang 7%, sementara Bonang, Dempet, Gajah, Karangtengah, Mranggen, Sayung, dan Wedung masing-masing 6%. Responden paling sedikit berasal dari Kecamatan Guntur (5%). Penyebaran ini menunjukkan bahwa data memiliki representasi geografis yang cukup merata di wilayah penelitian.

4.4 Deskripsi Jawaban Responden

4.4.1 jawaban responden Variabel X1

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden pada variabel *User Satisfaction* (X₁) yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Jawaban Responden *User Satisfaction*

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	ST	Jumlah
X1.1	4	6	19	43	28	100
X1.2	5	5	19	49	22	100
X1.3	5	4	17	48	26	100
X1.4	3	7	16	48	26	100
X1.5	5	5	17	43	30	100
X1.6	5	6	13	47	29	100
X1.7	4	7	17	41	31	100
X1.8	4	7	18	37	34	100
X1.9	3	6	21	38	32	100
Jumlah	38	53	157	394	258	900

Berdasarkan tabel 4.7 sebagian besar responden cenderung memberikan jawaban pada kategori Setuju dan Sangat Setuju, yang masing-masing memperoleh total frekuensi 394 dan 258. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, responden merasa puas terhadap aplikasi Byond by BSI. Jawaban Netral juga cukup signifikan dengan total 157, mengindikasikan adanya sebagian kecil responden yang belum memiliki pendapat yang kuat terhadap aplikasi byond by BSI tersebut.

Tabel 4.8
Hasil crosstabulation jenis kelamin dengan user satisfaction
Jenis_Kelamin * Kategori user satisfaction Crosstabulation

		Kategori user satisfaction			Total	
		Tidak Puas	Netral	Puas		
Jenis_Kelamin	Laki-laki	Count	7	4	36	47
		% within Jenis_Kelamin	14.9%	8.5%	76.6%	100.0%
		% within Kategori user satisfaction	53.8%	33.3%	48.0%	47.0%
		% of Total	7.0%	4.0%	36.0%	47.0%
	Perempuan	Count	6	8	39	53
		% within Jenis_Kelamin	11.3%	15.1%	73.6%	100.0%
		% within Kategori user satisfaction	46.2%	66.7%	52.0%	53.0%
		% of Total	6.0%	8.0%	39.0%	53.0%
Total	Jenis_Kelamin	Count	13	12	75	100
		% within Jenis_Kelamin	13.0%	12.0%	75.0%	100.0%
		% within Kategori user satisfaction	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	13.0%	12.0%	75.0%	100.0%

Tabel 4.8 menyajikan hasil crosstabulasi antara jenis kelamin dan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI. Dari total 100 responden, mayoritas 75% menyatakan puas, dengan proporsi laki-laki sebesar 76,6% dan perempuan 73,6%. Meskipun jumlah perempuan yang puas lebih banyak, secara proporsional laki-laki menunjukkan tingkat kepuasan yang sedikit lebih tinggi. Sebanyak 12% responden berada pada kategori netral, didominasi oleh perempuan 15,1% dibanding laki-laki 8,5%. Sementara itu, 13% responden menyatakan tidak puas, dengan proporsi lebih besar pada laki-laki 14,9% dibanding perempuan 11,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna dari kedua jenis kelamin merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Tabel 4.9
Hasil crosstabulation Usia dengan user satisfaction
Usia * Kategori user satisfaction Crosstabulation

		Kategori user satisfaction			Total	
		Tidak Puas	Netral	Puas		
Usia	17-26 Tahun	Count	8	10	38	56
		% within Usia	14.3%	17.9%	67.9%	100.0%
		% within Kategori user satisfaction	61.5%	83.3%	50.7%	56.0%
		% of Total	8.0%	10.0%	38.0%	56.0%
	27-36 Tahun	Count	5	2	37	44
		% within Usia	11.4%	4.5%	84.1%	100.0%

	% within Kategori user satisfaction	38.5%	16.7%	49.3%	44.0%
	% of Total	5.0%	2.0%	37.0%	44.0%
Total	Count	13	12	75	100
	% within Usia	13.0%	12.0%	75.0%	100.0%
	% within Kategori user satisfaction	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	13.0%	12.0%	75.0%	100.0%

Berdasarkan analisis crosstab pada Tabel 4.9, responden usia 17–26 tahun sebagian besar 67,9% merasa puas terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI, sedangkan pada usia 27–36 tahun angkanya lebih tinggi, yaitu 84,1%. Ketidakpuasan tercatat sebesar 14,3% pada usia 17–26 tahun dan 11,4% pada usia 27–36 tahun. Sementara itu, sikap netral lebih banyak ditemukan pada usia 17–26 tahun 17,9% dibanding 27–36 tahun 4,5%. Secara keseluruhan, dari 100 responden, 75% merasa puas, 12% netral, dan 13% tidak puas.

Tabel 4. 10

Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan *user satisfaction*

Pekerjaan * Kategori user satisfaction Crosstabulation

		Kategori user satisfaction			Total
		Tidak Puas	Netral	Puas	
Pekerjaan Pelajar / Mahasiswa	Count	4	6	25	35
	% within Pekerjaan	11.4%	17.1%	71.4%	100.0%
	% within Kategori user satisfaction	30.8%	50.0%	33.3%	35.0%
	% of Total	4.0%	6.0%	25.0%	35.0%
Pegawai / Karyawan	Count	4	3	37	44
	% within Pekerjaan	9.1%	6.8%	84.1%	100.0%
	% within Kategori user satisfaction	30.8%	25.0%	49.3%	44.0%
	% of Total	4.0%	3.0%	37.0%	44.0%
Wirausaha / Bisnis	Count	4	2	9	15
	% within Pekerjaan	26.7%	13.3%	60.0%	100.0%
	% within Kategori user satisfaction	30.8%	16.7%	12.0%	15.0%
	% of Total	4.0%	2.0%	9.0%	15.0%
Lainnya	Count	1	1	4	6
	% within Pekerjaan	16.7%	16.7%	66.7%	100.0%
	% within Kategori user satisfaction	7.7%	8.3%	5.3%	6.0%
	% of Total	1.0%	1.0%	4.0%	6.0%
Total	Count	13	12	75	100
	% within Pekerjaan	13.0%	12.0%	75.0%	100.0%
	% within Kategori user satisfaction	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

% of Total	13.0%	12.0%	75.0%	100.0%
------------	-------	-------	-------	--------

Berdasarkan crosstab Tabel 4.10, mayoritas responden dari berbagai pekerjaan merasa puas terhadap penggunaan aplikasi Beyond by BSI. Pelajar/Mahasiswa mencatat 71,4% puas, Pegawai/Karyawan 84,1%, Wirausaha/Bisnis 60%, dan Pekerjaan Lainnya 66,7%. Tingkat ketidakpuasan tertinggi terdapat pada kelompok Wirausaha/Bisnis 26,7%, dari 100 responden, 75% puas, 12% netral, dan 13% tidak puas.

4.4.2 Jawaban responden variabel X2

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden pada variabel *ease of use* (X₂) yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Jawaban Responden Ease of Use

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	ST	Jumlah
X2.1	4	7	20	38	31	100
X2.2	4	7	21	42	26	100
X2.3	4	7	18	40	31	100
X2.4	5	7	13	48	27	100
X2.5	6	6	15	38	35	100
X2.6	5	6	18	37	34	100
X2.7	5	7	16	45	27	100
X2.8	5	7	15	47	26	100
X2.9	5	7	15	45	28	100
Jumlah	43	61	151	380	265	900

Tabel 4.11 menunjukkan hasil jawaban responden terhadap variabel *Ease of Use* yang terdiri dari sembilan pernyataan. Berdasarkan data tersebut, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif, dengan mayoritas memilih kategori Setuju dan Sangat Setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Beyond by BSI menjadi salah satu faktor yang diperhatikan bagi sebagian responden.

Tabel 4. 12
Hasil crosstabulation jenis kelamin dengan Ease of use
Jenis_Kelamin * Kategori ease of use Crosstabulation

		Kategori ease of use			Total	
		1.00	2.00	3.00		
Jenis_Kelamin	Laki-laki	Count	5	8	34	47
		% within Jenis_Kelamin	10.6%	17.0%	72.3%	100.0%
		% within Kategori ease of use	38.5%	53.3%	47.2%	47.0%
		% of Total	5.0%	8.0%	34.0%	47.0%
Perempuan		Count	8	7	38	53
		% within Jenis_Kelamin	15.1%	13.2%	71.7%	100.0%
		% within Kategori ease of use	61.5%	46.7%	52.8%	53.0%
		% of Total	8.0%	7.0%	38.0%	53.0%

Total	Count	13	15	72	100
	% within Jenis_Kelamin	13.0%	15.0%	72.0%	100.0%
	% within Kategori ease of use	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	13.0%	15.0%	72.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.12, baik responden laki-laki 72,3% maupun perempuan 71,7% mayoritas menilai aplikasi mudah digunakan. Perempuan sedikit lebih tinggi dalam kategori "Tidak Mudah" sebesar 15,1% dibanding laki-laki sebesar 10,6%. Secara keseluruhan, tidak ada perbedaan mencolok antar gender, menunjukkan bahwa aplikasi dinilai mudah digunakan oleh sebagian besar responden.

Tabel 4. 13
Hasil crosstabulation Usia dengan Ease of use

		Kategori ease of use			Total
		Tidak Mudah	Netral	Mudah	
Usia 17-26 Tahun	Count	8	7	41	56
	% within Usia	14.3%	12.5%	73.2%	100.0%
	% within Kategori ease of use	61.5%	46.7%	56.9%	56.0%
	% of Total	8.0%	7.0%	41.0%	56.0%
27-36 Tahun	Count	5	8	31	44
	% within Usia	11.4%	18.2%	70.5%	100.0%
	% within Kategori ease of use	38.5%	53.3%	43.1%	44.0%
	% of Total	5.0%	8.0%	31.0%	44.0%
Total	Count	13	15	72	100
	% within Usia	13.0%	15.0%	72.0%	100.0%
	% within Kategori ease of use	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	13.0%	15.0%	72.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.13, mayoritas responden dari kedua kelompok usia menilai aplikasi Byond by BSI mudah digunakan, dengan usia 17–26 tahun sebesar 73,2% dan usia 27–36 tahun sebesar 70,5%. Pada kategori tidak mudah, usia 17–26 tahun sedikit lebih tinggi 14,3% dibanding 27–36 tahun 11,4%. Sementara itu, usia 27–36 tahun lebih dominan pada kategori netral (18,2%). Secara keseluruhan, 72% responden menyatakan aplikasi mudah digunakan, 15% netral, dan 13% tidak mudah.

Tabel 4.14
Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan Ease of use
Pekerjaan * Kategori ease of use Crosstabulation

		Kategori ease of use			Total
		Tidak Mudah	Netral	Mudah	
Pekerjaan Pelajar / Mahasiswa	Count	4	4	27	35
	% within Pekerjaan	11.4%	11.4%	77.1%	100.0%
	% within Kategori ease of use	30.8%	26.7%	37.5%	35.0%
	% of Total	4.0%	4.0%	27.0%	35.0%
Pegawai / Karyawan	Count	5	7	32	44
	% within Pekerjaan	11.4%	15.9%	72.7%	100.0%
	% within Kategori ease of use	38.5%	46.7%	44.4%	44.0%
	% of Total	5.0%	7.0%	32.0%	44.0%
Wirausaha / Bisnis	Count	3	3	9	15
	% within Pekerjaan	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
	% within Kategori ease of use	23.1%	20.0%	12.5%	15.0%
	% of Total	3.0%	3.0%	9.0%	15.0%
Lainnya	Count	1	1	4	6
	% within Pekerjaan	16.7%	16.7%	66.7%	100.0%
	% within Kategori ease of use	7.7%	6.7%	5.6%	6.0%
	% of Total	1.0%	1.0%	4.0%	6.0%
Total	Count	13	15	72	100
	% within Pekerjaan	13.0%	15.0%	72.0%	100.0%
	% within Kategori ease of use	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	13.0%	15.0%	72.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.14, mayoritas responden dari berbagai pekerjaan menilai aplikasi Beyond by BSI mudah digunakan. Pelajar/Mahasiswa mencatat 77,1% puas, Pegawai/Karyawan 72,7%, Wirausaha/Bisnis 60%, dan kategori Lainnya 66,7%. Tingkat ketidakmudahan tertinggi terdapat pada kelompok Wirausaha/Bisnis sebesar 20%. Secara keseluruhan, 72% responden merasa aplikasi mudah digunakan.

4.4.3 Jawaban responden variabel X3

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden pada variabel Security (X) yakni sebagai berikut:

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	ST	Jumlah
X3.1	6	3	16	52	23	100
X3.2	4	6	18	41	31	100
X3.3	4	5	17	49	25	100
X3.4	4	5	19	43	29	100
X3.5	3	6	17	43	31	100
X3.6	5	4	18	43	30	100
X3.7	5	4	16	46	29	100
X3.8	3	4	20	46	27	100
X3.9	5	4	15	45	31	100
Jumlah	39	41	156	408	256	900

Tabel 4.15 menampilkan hasil jawaban responden terhadap variabel *Security*. Berdasarkan data, mayoritas responden memberikan tanggapan dalam kategori *Setuju* dan *Sangat Setuju*. Ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa aspek *security* pada aplikasi *Byond by BSI* yang digunakan sudah cukup memadai. Jumlah responden yang menjawab *Netral*, *Tidak Setuju*, maupun *Sangat Tidak Setuju* relatif lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari responden yang ragu atau kurang puas terhadap aspek keamanan layanan. Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap keamanan layanan cenderung positif. Ini mengindikasikan bahwa sistem yang digunakan sudah cukup dipercaya oleh pengguna dalam melindungi data dan transaksi mereka. Responden merasa aman dalam menggunakan layanan, baik dari segi teknis maupun perlindungan data pribadi.

Tabel 4.16
Hasil crosstabulation Jenis Kelamin dengan Security
Jenis_Kelamin * Kategori security Crosstabulation

		Kategori security			Total
		Tidak Aman	Netral	Aman	
Jenis_Kelamin	Laki-laki	Count	5	5	37
		% within Jenis_Kelamin	10.6%	10.6%	78.7%
		% within Kategori security	50.0%	41.7%	47.4%
		% of Total	5.0%	5.0%	37.0%
	Perempuan	Count	5	7	41
		% within Jenis_Kelamin	9.4%	13.2%	77.4%
		% within Kategori security	50.0%	58.3%	52.6%
		% of Total	5.0%	7.0%	41.0%
Total		Count	10	12	78
					100

% within Jenis_Kelamin	10.0%	12.0%	78.0%	100.0%
% within Kategori security	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
% of Total	10.0%	12.0%	78.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.16, mayoritas responden dari kedua jenis kelamin menilai aplikasi Beyond by BSI aman digunakan. Sebanyak 78,7% laki-laki dan 77,4% perempuan menyatakan merasa aman. Responden netral masing-masing 10,6% laki-laki dan 13,2% perempuan, sedangkan yang merasa tidak aman sebesar 10,6% laki-laki dan 9,4% perempuan. Secara keseluruhan, 78% responden menilai aplikasi aman, 12% netral, dan 10% tidak aman. Persepsi keamanan relatif seimbang antar gender, menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan aplikasi, meskipun peningkatan tetap diperlukan untuk menjawab keraguan sebagian kecil pengguna.

Tabel 4.17
Hasil crosstabulation Usia dengan Security
Usia * Kategori security Crosstabulation

		Kategori security			Total
		Tidak Aman	Netral	Aman	
Usia 17-26 Tahun	Count	6	8	42	56
	% within Usia	10.7%	14.3%	75.0%	100.0%
	% within Kategori security	60.0%	66.7%	53.8%	56.0%
	% of Total	6.0%	8.0%	42.0%	56.0%
27-36 Tahun	Count	4	4	36	44
	% within Usia	9.1%	9.1%	81.8%	100.0%
	% within Kategori security	40.0%	33.3%	46.2%	44.0%
	% of Total	4.0%	4.0%	36.0%	44.0%
Total	Count	10	12	78	100
	% within Usia	10.0%	12.0%	78.0%	100.0%
	% within Kategori security	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	10.0%	12.0%	78.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.17, mayoritas responden dari kedua kelompok usia merasa aplikasi Beyond by BSI aman digunakan. Usia 17–26 tahun mencatat 75% merasa aman, 14,3% netral, dan 10,7% tidak aman. Sementara usia 27–36 tahun mencatat tingkat keamanan lebih tinggi, yaitu 81,8% merasa aman, 9,1% netral, dan 9,1% tidak aman. Secara keseluruhan, 78% responden menilai aplikasi aman, 12% netral, dan 10% tidak aman. Temuan ini menunjukkan persepsi keamanan cukup merata di semua kelompok usia, meskipun sedikit lebih tinggi pada usia 27–36 tahun.

Temuan ini menegaskan bahwa persepsi positif terhadap keamanan aplikasi tidak hanya dimiliki oleh satu kelompok usia tertentu, tetapi cukup merata, meskipun sedikit lebih

dominan pada usia 27–36 tahun. Hasil ini menjadi indikasi bahwa aspek keamanan aplikasi sudah mampu memenuhi harapan sebagian besar pengguna, tetapi tetap perlu diperhatikan adanya kelompok kecil yang masih merasa netral atau kurang yakin.

Tabel 4.18
Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan Security
Pekerjaan * Kategori security Crosstabulation

		Kategori security			Total
		Tidak Aman	Netral	Aman	
Pekerjaan Pelajar / Mahasiswa	Count	3	4	28	35
	% within Pekerjaan	8.6%	11.4%	80.0%	100.0%
	% within Kategori security	30.0%	33.3%	35.9%	35.0%
	% of Total	3.0%	4.0%	28.0%	35.0%
Pegawai / Karyawan	Count	3	6	35	44
	% within Pekerjaan	6.8%	13.6%	79.5%	100.0%
	% within Kategori security	30.0%	50.0%	44.9%	44.0%
	% of Total	3.0%	6.0%	35.0%	44.0%
Wirausaha / Bisnis	Count	3	2	10	15
	% within Pekerjaan	20.0%	13.3%	66.7%	100.0%
	% within Kategori security	30.0%	16.7%	12.8%	15.0%
	% of Total	3.0%	2.0%	10.0%	15.0%
Lainnya	Count	1	0	5	6
	% within Pekerjaan	16.7%	0.0%	83.3%	100.0%
	% within Kategori security	10.0%	0.0%	6.4%	6.0%
	% of Total	1.0%	0.0%	5.0%	6.0%
Total	Count	10	12	78	100
	% within Pekerjaan	10.0%	12.0%	78.0%	100.0%
	% within Kategori security	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	10.0%	12.0%	78.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.18, mayoritas responden dari semua kategori pekerjaan menilai aplikasi Byond by BSI aman. Pelajar/Mahasiswa mencatat 80% merasa aman, Pegawai/Karyawan 79,5%, Wirausaha/Bisnis 66,7%, dan kategori Lainnya 83,3%. Ketidakamanan tertinggi terdapat pada Wirausaha/Bisnis 20%, sementara respon netral paling banyak muncul pada Pegawai/Karyawan 13,6%. Secara keseluruhan, persepsi keamanan aplikasi dinilai positif dan dominan di seluruh kategori pekerjaan.

4.4.4 Jawaban responden variabel Y

Berdasarkan jawaban responden pada variabel dependen yaitu loyalitas penggunaan Byond by BSI memperlihatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Hasil Jawaban Responden Loyalitas Penggunaan

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	ST	Jumlah
Y.1	5	7	33	47	8	100
Y.2	1	7	6	49	37	100
Y.3	5	5	32	47	11	100
Y.4	2	5	12	62	19	100
Y.5	6	4	24	50	16	100
Y.6	3	5	17	45	30	100
Y.7	1	7	10	49	33	100
Y.8	0	7	5	38	50	100
Y.9	5	5	19	56	15	100
Jumlah	28	52	158	443	219	900

Tabel 4.19 menunjukkan hasil jawaban responden terhadap variabel *Loyalitas Penggunaan* yang terdiri dari sembilan item pernyataan. Dari seluruh jawaban yang terkumpul, sebagian besar responden cenderung memilih kategori *Setuju* dan *Sangat Setuju* terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Ini terlihat dari tingginya jumlah tanggapan pada dua kategori tersebut, yaitu 443 tanggapan pada *Setuju* dan 219 tanggapan pada *Sangat Setuju*.

Jumlah tanggapan positif ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kategori netral, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Hal ini mencerminkan bahwa responden secara umum merasa puas dan cenderung akan terus menggunakan layanan yang dimaksud. Responden juga menunjukkan kecenderungan untuk tetap setia dan bahkan kemungkinan besar merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, loyalitas penggunaan dapat dikatakan berada pada tingkat yang tinggi berdasarkan persepsi mayoritas responden.

Tabel 4. 20
Hasil crosstabulation Jenis Kelamin dengan Loyalitas

Jenis_Kelamin * kategori loyalitas Crosstabulation

		kategori loyalitas			Total	
		Tidak Loyal	Netral	Loyal		
Jenis_Kelamin	Laki-laki	Count	5	4	38	47
		% within	10.6%	8.5%	80.9%	100.0%
		Jenis_Kelamin				
		% within kategori	45.5%	57.1%	46.3%	47.0%
		loyalitas				
		% of Total	5.0%	4.0%	38.0%	47.0%
Perempuan		Count	6	3	44	53
		% within	11.3%	5.7%	83.0%	100.0%
		Jenis_Kelamin				
		% within kategori	54.5%	42.9%	53.7%	53.0%
		loyalitas				

	% of Total	6.0%	3.0%	44.0%	53.0%
Total	Count	11	7	82	100
	% within Jenis_Kelamin	11.0%	7.0%	82.0%	100.0%
	% within kategori loyalitas	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	11.0%	7.0%	82.0%	100.0%

Berdasarkan hasil crosstab yang ada pada tabel 4.20, sebagian besar responden dari kedua jenis kelamin menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap penggunaan aplikasi Beyond by BSI. Sebanyak 80,9% laki-laki dan 83% perempuan berada pada kategori loyal. Sementara itu, proporsi responden yang masuk dalam kategori tidak loyal maupun netral relatif kecil, dengan persentase di bawah 11% pada masing-masing jenis kelamin. Secara keseluruhan, tingkat loyalitas pengguna aplikasi ini tergolong tinggi di kedua kelompok jenis kelamin.

Tabel 4.21
Hasil crosstabulation Usia dengan Loyalitas
Usia * kategori loyalitas Crosstabulation

		kategori loyalitas			Total
		Tidak Loyal	Netral	Loyal	
Usia 17-26 Tahun	Count	7	3	46	56
	% within Usia	12.5%	5.4%	82.1%	100.0%
	% within kategori loyalitas	63.6%	42.9%	56.1%	56.0%
	% of Total	7.0%	3.0%	46.0%	56.0%
27-36 Tahun	Count	4	4	36	44
	% within Usia	9.1%	9.1%	81.8%	100.0%
	% within kategori loyalitas	36.4%	57.1%	43.9%	44.0%
	% of Total	4.0%	4.0%	36.0%	44.0%
Total	Count	11	7	82	100
	% within Usia	11.0%	7.0%	82.0%	100.0%
	% within kategori loyalitas	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	11.0%	7.0%	82.0%	100.0%

Berdasarkan tabel 4.21 crosstabulation antara usia dan variabel loyalitas, mayoritas responden pada rentang usia 17–26 tahun 82,1% dan 27–36 tahun 81,8% termasuk dalam kategori loyal. Proporsi loyalitas tertinggi berasal dari kelompok usia 17–26 tahun 56,1% dari total loyal. Sementara itu, kelompok usia 27–36 tahun memiliki proporsi netral yang lebih tinggi 57,1% dibandingkan kelompok usia lebih muda. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan cenderung tinggi pada kedua kelompok usia, dengan sedikit perbedaan dalam kategori netral.

Tabel 4.22
Hasil crosstabulation Pekerjaan dengan Loyalitas
Pekerjaan * kategori loyalitas Crosstabulation

		kategori loyalitas			Total
		Tidak Loyal	Netral	Loyal	
Pekerjaan Pelajar / Mahasiswa	Count	4	1	30	35
	% within Pekerjaan	11.4%	2.9%	85.7%	100.0%
	% within kategori loyalitas	36.4%	14.3%	36.6%	35.0%
	% of Total	4.0%	1.0%	30.0%	35.0%
Pegawai / Karyawan	Count	3	3	38	44
	% within Pekerjaan	6.8%	6.8%	86.4%	100.0%
	% within kategori loyalitas	27.3%	42.9%	46.3%	44.0%
	% of Total	3.0%	3.0%	38.0%	44.0%
Wirausaha / Bisnis	Count	3	3	9	15
	% within Pekerjaan	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
	% within kategori loyalitas	27.3%	42.9%	11.0%	15.0%
	% of Total	3.0%	3.0%	9.0%	15.0%
Lainnya	Count	1	0	5	6
	% within Pekerjaan	16.7%	0.0%	83.3%	100.0%
	% within kategori loyalitas	9.1%	0.0%	6.1%	6.0%
	% of Total	1.0%	0.0%	5.0%	6.0%
Total	Count	11	7	82	100
	% within Pekerjaan	11.0%	7.0%	82.0%	100.0%
	% within kategori loyalitas	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	11.0%	7.0%	82.0%	100.0%

Berdasarkan Tabel 4.22, seluruh kategori pekerjaan menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap aplikasi Beyond by BSI. Pegawai/Karyawan memiliki proporsi loyal tertinggi (86,4%), diikuti Pelajar/Mahasiswa (85,7%), kategori Lainnya (83,3%), dan Wirausaha/Bisnis (60%). Kelompok Wirausaha/Bisnis juga mencatat persentase tertinggi dalam kategori "Tidak Loyal" dan "Netral" (masing-masing 20%), menunjukkan loyalitas yang lebih bervariasi. Secara keseluruhan, Pegawai/Karyawan menyumbang proporsi loyal terbesar (46,3%), disusul Pelajar/Mahasiswa (36,6%), mengindikasikan bahwa status pekerjaan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas.

4.5 Hasil Analisis Data

4.5.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ialah teknik statistik yang digunakan dalam menggambarkan data yang telah terkumpul secara detail dan akurat, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau melakukan generalisasi¹³⁴.

Tabel 4.23
Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
User Satisfaction	100	9	45	34.81	8.613
ease of use	100	10	45	34.63	9.087
Security	100	10	45	35.01	8.558
loyalitas	100	11	43	34.73	7.152
Valid N (listwise)	100				

Terlihat dalam tabel 4.23 hasil dari statistik deskriptif dengan jumlah 100 sampel mencakup tiga variabel independen dan satu variabel dependen dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. *User Satisfaction* yang terdiri dari 9 item pernyataan memperoleh nilai minimum sebesar 9 dan maksimum sebesar 45. Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 34,81 dengan standar deviasi sebesar 8,613. Nilai rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat kepuasan yang baik terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Sedangkan nilai standar deviasi yang relatif kecil menggambarkan bahwa persebaran data tidak terlalu jauh dari rata-rata, sehingga tanggapan responden terhadap kepuasan penggunaan aplikasi cenderung konsisten.
2. *Ease of use* sebagai variabel kedua dalam penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 45. Rata-rata dari tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan aplikasi adalah sebesar 34,63 dengan standar deviasi sebesar 9,087. Meskipun nilai rata-rata cukup tinggi yang menandakan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi Byond by BSI mudah digunakan, namun tingginya standar deviasi menunjukkan bahwa persepsi responden cukup bervariasi—terdapat perbedaan pendapat yang cukup signifikan antara responden satu dengan yang lain terhadap aspek kemudahan penggunaan.
3. *security* memiliki nilai minimum sebesar 10 dan maksimum sebesar 45. Rata-rata skor yang diperoleh dari tanggapan responden adalah sebesar 35,01 dan standar deviasi

¹³⁴ Pandjaitan, D., & Ahmad, "Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis."

sebesar 8,558. Rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa responden menilai aspek keamanan aplikasi dengan baik. Namun demikian, besarnya standar deviasi menunjukkan adanya perbedaan pendapat yang cukup besar di antara responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden sangat memperhatikan keamanan aplikasi, sementara yang lain cenderung kurang memberikan perhatian terhadap aspek tersebut.

4. *Loyalitas* sebagai variabel dependen dalam penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 11 dan maksimum sebesar 43. Rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 34,73 dengan standar deviasi sebesar 7,152. Nilai rata-rata yang tinggi mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki loyalitas yang cukup tinggi terhadap penggunaan aplikasi Beyond by BSI. Namun, nilai standar deviasi yang cukup besar menandakan adanya keragaman dalam tanggapan responden mengenai loyalitas mereka, sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas pengguna terhadap aplikasi ini tidak sepenuhnya merata.

Secara keseluruhan, hasil analisis statistik deskriptif ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai rata-rata yang tinggi, yang berarti responden memberikan persepsi yang positif terhadap masing-masing indikator dalam penelitian ini. Meskipun terdapat penyebaran nilai jawaban, hal ini masih berada dalam rentang yang wajar dan tidak mengganggu kualitas data secara keseluruhan.

4.5.2 Hasil Uji Instrumen

4.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu item instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) kurang dari 0,05.

Tabel 4. 24

Hasil Uji Validitas Variabel X1

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
User Satisfaction (X ₁)	X1_1	0,936	0,195	0,000	Valid
	X1_2	0,914	0,195	0,000	Valid
	X1_3	0,923	0,195	0,000	Valid
	X1_4	0,922	0,195	0,000	Valid
	X1_5	0,923	0,195	0,000	Valid
	X1_6	0,937	0,195	0,000	Valid
	X1_7	0,926	0,195	0,000	Valid
	X1_8	0,942	0,195	0,000	Valid
	X1_9	0,908	0,195	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 4.24, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *User Satisfaction* (X1), yang terdiri dari X1_1 sampai dengan X1_9, memiliki nilai r hitung di atas r tabel sebesar 0,195. Seluruh item juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. dapat disimpulkan bahwa kesembilan item pernyataan pada variabel *User Satisfaction* (X1) adalah valid dan dapat digunakan dalam proses pengumpulan data untuk penelitian ini.

Tabel 4.25

Hasil Uji Validitas X2

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Ease of Use (X ₂)	X2_1	0,938	0,195	0,000	Valid
	X2_2	0,934	0,195	0,000	Valid
	X2_3	0,935	0,195	0,000	Valid
	X2_4	0,944	0,195	0,000	Valid
	X2_5	0,947	0,195	0,000	Valid
	X2_6	0,943	0,195	0,000	Valid
	X2_7	0,930	0,195	0,000	Valid
	X2_8	0,955	0,195	0,000	Valid
	X2_9	0,947	0,195	0,000	Valid

Pada Tabel 4.25, ditampilkan hasil uji validitas terhadap sembilan item pernyataan dalam variabel *Ease of Use* (X₂), yaitu dari X2_1 hingga X2_9. Seluruh item memiliki nilai r hitung di atas nilai r tabel sebesar 0,195 dan nilai signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, seluruh item pada variabel Ease of Use (X₂) dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini

Tabel 4. 26

Hasil Uji Validitas X3

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Security (X ₃)	X3_1	0,947	0,195	0,000	Valid
	X3_2	0,932	0,195	0,000	Valid
	X3_3	0,949	0,195	0,000	Valid
	X3_4	0,935	0,195	0,000	Valid
	X3_5	0,941	0,195	0,000	Valid
	X3_6	0,941	0,195	0,000	Valid
	X3_7	0,942	0,195	0,000	Valid
	X3_8	0,895	0,195	0,000	Valid
	X3_9	0,962	0,195	0,000	Valid

Berdasarkan Tabel 4.26, hasil uji validitas terhadap sembilan item pernyataan pada variabel *Security* (X₃) menunjukkan bahwa seluruh item, yaitu dari X3_1 hingga X3_9, memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,195, dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4. 27
Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Loyalitas Penggunaan (Y)	Y1	0,886	0,195	0,000	Valid
	Y2	0,855	0,195	0,000	Valid
	Y3	0,856	0,195	0,000	Valid
	Y4	0,842	0,195	0,000	Valid
	Y5	0,895	0,195	0,000	Valid
	Y6	0,841	0,195	0,000	Valid
	Y7	0,850	0,195	0,000	Valid
	Y8	0,860	0,195	0,000	Valid
	Y9	0,898	0,195	0,000	Valid

Berdasarkan Tabel 4.27, diperoleh hasil bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Loyalitas Penggunaan (Y), yaitu dari Y1 hingga Y9, memiliki nilai r hitung antara 0,841 hingga 0,898, yang semuanya lebih besar daripada r tabel (0,195). Selain itu, seluruh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, yang artinya lebih kecil dari 0,05.

4.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Tabel 4. 28
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Cronbach's Alpha Standart	Keterangan
User satisfaction	0,979	9	0,6	Reliabel
Ease of Use	0,984	9	0,6	Reliabel
Security	0,983	9	0,6	Reliabel
Loyalitas Penggunaan	0,958	9	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.28, menyatakan bahwa pengujian data kepada 100 responden menunjukkan hasil pada setiap variabel dengan *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,6 (*Cronbach's Alpha Standart*). Sehingga, untuk semua variabel dapat dikatakan reliabel.

4.5.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode statistik yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam suatu penelitian memiliki pola distribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov*-

Smirnov. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, jika hasil pengujian menunjukkan nilai di atas angka tersebut, maka data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

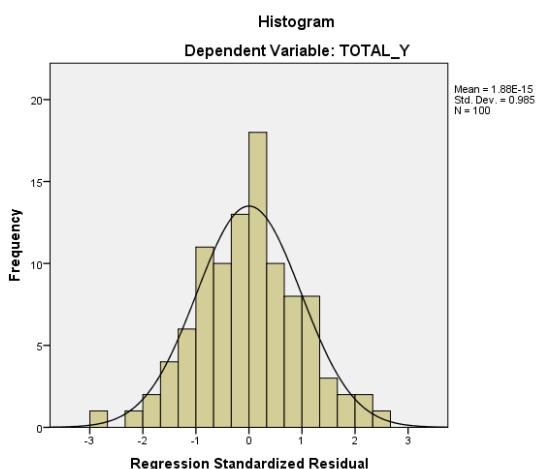
Tabel 4. 29
Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.85388769
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.044
	Negative	-.038
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

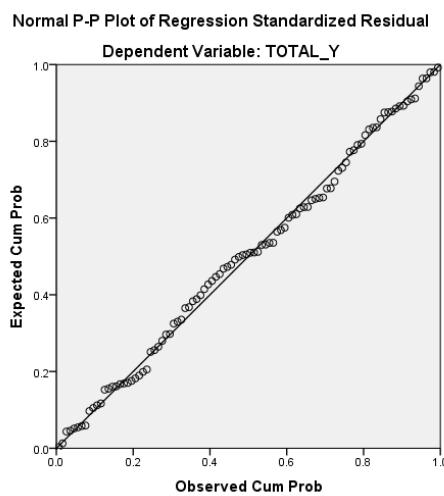
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.29, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi dan model regresi layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut. Untuk memberikan penjelasan yang lebih jelas mengenai uji normalitas dapat dilihat pada grafik histogram berikut.

Gambar 4. 1
Hasil Uji Normalitas Histogram



Gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa bentuk histogram terlihat menyerupai kurva normal (bell-shaped) atau kurva lonceng yang merupakan ciri khas dari distribusi normal. di mana sebagian besar nilai residual terkonsentrasi di sekitar nilai nol dan menyebar secara simetris ke kiri dan ke kanan. Dengan puncak histogram berada di tengah dan tidak condong ke kiri dan kanan. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Selain uji histogram, juga dapat diuji dengan uji plot yaitu sebagai berikut:

Gambar 4. 2
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Gambar 4.2 menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot. Berdasarkan gambar tersebut, titik-titik residual regresi yang ditampilkan sebagian besar menyebar mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal. Titik-titik yang berada dekat dengan garis diagonal mengindikasikan bahwa tidak terdapat penyimpangan signifikan dari normalitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual pada model regresi ini terdistribusi secara normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dalam analisis regresi yang digunakan.

4.5.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Apabila nilai tolerance berada di atas 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada di bawah atau sama dengan 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang berarti di antara variabel-variabel bebas. Adapun hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.30
Hasil Uji Multikolineartitas

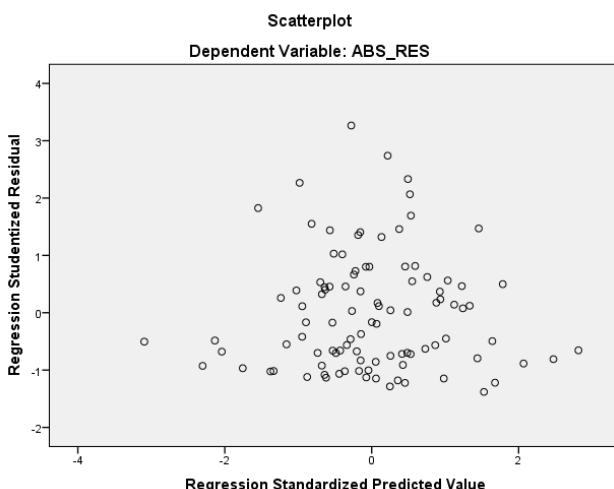
Model		Coefficients ^a	
		tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	.610	1.640
	TOTAL_X2	.529	1.889
	TOTAL_X3	.548	1.825
a. Dependent variable : Loyalitas			

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan pada Tabel 4.30, diketahui bahwa variabel *User Satisfaction* (X_1) memiliki nilai tolerance sebesar $0,610 \geq 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar $1,640 \leq 10$. Selanjutnya, variabel *Ease of Use* (X_2) memiliki nilai tolerance sebesar $0,529 \geq 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1,889 \leq 10$. Sedangkan variabel *Security* X_3 menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,548 \geq 0,10$ dan VIF sebesar $1,825 \leq 10$. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memenuhi kriteria uji multikolinearitas, di mana tidak terdapat nilai tolerance di bawah $0,10$ maupun nilai VIF di atas 10 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat indikasi multikolinearitas, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.5.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas adalah metode untuk mendeteksi adanya varians residual yang tidak konstan di seluruh rentang nilai variabel independen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi gejala atau masalah heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode untuk melakukan uji heteroskedastisitas, namun dalam penelitian ini menggunakan uji scatterplot dan uji glejser. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedatisitas (Scatterplot)



Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak. Selanjutnya untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dapat menggunakan uji Glejser.

Tabel 4.31
Hasil Uji Glejser

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients	B	Std. error	Standardized Coefficients
1	(Constant)	2.796	.857		3.263
	Use satisfaction (X1)	.027	.027	.133	1.032
	Ease of use (X2)	.025	.027	-.130	-.936
	Security (X3)	-.018	.028	-.089	-.654
a. Dependent Variable: ABS_RES					

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas uji Glejser yang ditampilkan pada Tabel 4.31, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel *Use Satisfaction* (X¹) sebesar 0,305, variabel *Ease of Use* (X²) sebesar 0,352, dan variabel *Security* (X³) sebesar 0,514. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga asumsi klasik mengenai homoskedastisitas terpenuhi. Oleh karena itu, model regresi layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

4.5.4 Hasil Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yang terdiri dari *Use Satisfaction* (X1), *Ease of Use* (X2), dan *Security* (X3) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Penggunaan Byond by BSI. Dalam mengukur seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y, maka penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 4.32
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.182	1.400		2.988	.004
TOTAL_X1	.392	.043	.473	9.062	.000
TOTAL_X2	.274	.044	.349	6.230	.000
TOTAL_X3	.211	.046	.252	4.586	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Penggunaan

Berdasarkan hasil output SPSS seperti yang ditampilkan pada Tabel 4.32,

diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4.182 + 0.392 X_1 + 0.274 X_2 + 0.211 X_3 + e$$

Dimana Y : Loyalitas Penggunaan Beyond by BSI

X₁ : User Satisfaction

X₂ : Ease of use

X₃ : Security

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

e : Standar Error

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 4,182 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen yaitu *user satisfaction*, *ease of use* dan *security* diasumsikan tidak ada atau bernilai nol, maka loyalitas penggunaan akan tetap berada pada nilai sebesar 4,182. Artinya, tanpa pengaruh dari ketiga variabel tersebut, loyalitas penggunaan masih memiliki nilai dasar yang positif.
- Koefisien regresi sebesar 0,392 pada variabel *User Satisfaction* (X₁) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel kepuasan penggunaan akan meningkatkan loyalitas penggunaan sebesar 0,392 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Hal ini menandakan bahwa kepuasan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pengguna.
- Koefisien regresi sebesar 0,274 pada variabel *Ease of Use* (X₂) berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi kemudahan penggunaan akan meningkatkan loyalitas penggunaan sebesar 0,274 unit dengan asumsi variabel lainnya konstan. Ini menunjukkan bahwa semakin mudah sistem digunakan, maka loyalitas pengguna juga akan semakin meningkat.
- Koefisien regresi sebesar 0,211 pada variabel *Security* (X₃) mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam aspek keamanan akan meningkatkan loyalitas penggunaan

sebesar 0,211 satuan dengan catatan bahwa variabel lainnya berada dalam kondisi tetap. Ini menggambarkan bahwa keamanan sistem juga memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pengguna.

4.5.5 Hasil Uji T (Parsial)

Analisis regresi linier, uji T digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji T akan menentukan apakah pengaruh variabel independen signifikan secara individual. Kriteria pengujian hipotesisnya adalah apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan uji t hitung lebih besar dari t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima. Diketahui rumus nilai t tabel yaitu sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1 \text{ atau } df \text{ residual})$$

$$t \text{ tabel} = (0,05/2 ; 100 - 3 - 1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025 ; 96)$$

Keterangan: n adalah jumlah sampel dan k ialah jumlah variabel independen untuk menentukan df (*degree of freedom*) yaitu 96. Sehingga diperoleh t tabelnya adalah sebesar 1,985. Berikut hasil uji t parsial dalam penelitian ini:

Tabel 4.33
Hasil Uji T (Parsial)

Model	t	Sig.
(constant)	2.988	.004
User satisfaction	9.062	.000
Ease of use	6.230	.000
Security	4.586	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Penggunaan		

Hasil yang ada pada tabel 4.33 diketahui nilai t untuk konstanta dengan nilai sig. $0,004 < 0,05$ menunjukkan bahwa konstanta tersebut signifikan. Artinya konstanta 2.988 menunjukkan tingkat Loyalitas Penggunaan ketika seluruh variabel independen (*User Satisfaction, Ease of Use, dan Security*) bernilai nol. Selanjutnya, nilai signifikansi (sig.) pada variabel *User Satisfaction* (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai Sig. $<$ probabilitas 0,05 dan nilai t hitung sebesar 9,062 yang lebih besar dari t tabel senilai 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Penggunaan (Y). Artinya, semakin tinggi kepuasan pengguna, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna.

Kemudian, variabel *Ease of Use* (X_2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan t hitung sebesar 6,230 yang dimana lebih besar dari t tabel senilai 1,985. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan kata lain, kemudahan dalam penggunaan

layanan akan meningkatkan loyalitas pengguna. Terakhir, variabel *Security* (X_3) juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari probabilitas 0,05 dan t hitung sebesar 4,586 yang lebih besar dari nilai t tabel 1.985, di mana keduanya menunjukkan bahwa variabel X_3 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Hal ini berarti semakin baik keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna terhadap layanan yang digunakan.

4.5.6 Hasil Uji F (Simultan)

Uji secara simultan ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel *user satisfaction*, *ease of use* dan *security* berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel loyalitas penggunaan Byond by BSI. Pengujian secara simultan atau uji F dapat terpenuhi dengan syarat apabila nilai F hitung $>$ F tabel dengan signifikansi yang kurang dari 0,05. Dalam memperoleh F tabel dapat ditentukan dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned} df1 &= k - 1 & df2 &= n - k \\ &= 4 - 1 = 3 & &= 100 - 4 = 96 \end{aligned}$$

Keterangan untuk k adalah jumlah variabel dan n ialah jumlah sampel. Dengan rumus tersebut, didapatkan df untuk pembilang 1 adalah 3 dan df untuk penyebut 2 berada pada angka 96, sehingga diperoleh F tabel senilai 2,70. Berikut merupakan hasil pengujian anova untuk uji simultan pada penelitian ini:

Tabel 4. 34
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4257.387	3	1419.129	168.960	.000 ^b
Residual	806.323	96	8.399		
Total	5063.710	99			

a. Dependent Variable: loyalitas

b. Predictors: (Constant), Security, User Satisfaction, ease of use

Berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan pada Tabel 4.34, diperoleh nilai F hitung sebesar 168,960 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini signifikan secara statistik. Artinya, variabel User Satisfaction (X_1), *Ease of Use* (X_2), dan *Security* (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Penggunaan (Y) Byond by BSI.

4.5.7 Hasil Uji R Square (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan nilai yang berkisar 0 sampai 1. Nilai yang mendekati satu mempunyai arti bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai mendekati nol menandakan bahwa variabel bebas tidak memberikan kontribusi informasi yang berarti untuk memprediksi perubahan pada variabel terikat. Hasil dari uji R Square dalam penelitian ini dapat diliat pada tabel berikut:

Tabel 4. 35
Hasil Uji R Square (Koefisien Determinasi)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.836	2.898

a. Predictors: (Constant), Security, User Satisfaction, ease of use

Tabel 4.35 merupakan hasil dari uji koefisien determinasi yang mana dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu *User Satisfaction*, *Ease of Use*, dan *Security*. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada kolom Adjusted R Square, diperoleh nilai sebesar 0,836 setara dengan 83,6%. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 83,6% variasi yang terjadi pada variabel Loyalitas Penggunaan. Sementara itu, sisanya sebesar 16,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Model regresi ini dapat dikatakan cukup kuat dalam menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap loyalitas pengguna aplikasi.

4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas secara mendalam mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menitikberatkan pada hasil analisis serta interpretasi data yang diperoleh. Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk mengaitkan temuan yang ada dengan teori yang relevan serta menjelaskan implikasi dari variabel *User Satisfaction* (X_1), *Ease of Use* (X_2), dan *Security* (X_3) terhadap variabel *Loyalitas Penggunaan* (Y). Berdasarkan hasil temuan empiris yang telah dianalisis melalui uji regresi linier berganda, maka pembuktian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh *User Satisfaction* Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *User Satisfaction* (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung sebesar 9,062 yang lebih besar dari t-tabel 1,985. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna terhadap layanan, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk tetap loyal dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.

Temuan ini diperkuat oleh hasil analisis crosstab berdasarkan karakteristik responden. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden baik laki-laki 76,6% maupun perempuan 73,6%, berada pada kategori kepuasan tertinggi. Dari sisi usia, responden berusia 17–26 tahun 67,9% dan 27–36 tahun 84,1% juga sebagian besar merasa puas. Sementara itu, berdasarkan pekerjaan, pengguna dari kalangan pegawai/karyawan sebesar 84,1% dan pelajar/mahasiswa 71,4% mendominasi kelompok dengan tingkat kepuasan tinggi. Secara keseluruhan, pengguna merasa puas terhadap aplikasi, yang mendukung adanya pengaruh terhadap loyalitas. *User satisfaction* (X_1) terdapat pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI sekaligus hipotesis (H_1) dapat diterima.

Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa *user satisfaction* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI diterima. Hal ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Yulia Widi Astuti dkk, yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel *user satisfaction* terhadap loyalitas penggunaan mobile banking¹³⁵. Kesamaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanzil Lucia dan Retno Budi Lestari¹³⁶, Agustini dan Putra¹³⁷ dan Nia Agustin¹³⁸ yang dari penelitiannya mendapatkan hasil bahwa *User Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan mobile banking. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi, maka semakin besar pula loyalitas pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan.

Berdasarkan sudut pandang teori hasil ini sesuai dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, di mana kepuasan pengguna dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata dalam aktivitas perbankan mereka, maka mereka akan merasa puas, dan kepuasan ini mendorong pembentukan loyalitas terhadap penggunaan aplikasi tersebut. Dengan demikian, kepuasan menjadi faktor mediasi penting dalam menjembatani antara persepsi awal terhadap sistem dan perilaku penggunaan berkelanjutan. Hal demikian, penting bagi pengembang dan pengelola Byond by BSI untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan,

¹³⁵ Astuti, Agriyanto, and Turmudzi, “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah.”

¹³⁶ Lucia Tanzil and Retno Budi Lestari, “Pengaruh Kepuasan Nasabah Dan E-Servis Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna M-Banking BCA,” *MDP Student Conference* 2, no. 2 (2023): 515–20, <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4470>.

¹³⁷ Ni Luh Putu Leoni Evan Agustini and Komang Endrawan Sumadi Putra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan M-Banking Livin by Mandiri Di Kabupaten Karangasem,” *Bisma: Jurnal Manajemen* 8, no. 3 (2022): 647–54, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/44752>.

¹³⁸ Agustin, “Pengaruh Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Sampit.”

memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan nasabah guna menciptakan kepuasan maksimal yang pada akhirnya mendorong loyalitas jangka panjang.

4.6.2 Pengaruh *Ease of use* Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel *Ease of Use* (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,230 > t$ tabel 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna. Hasil ini diperkuat oleh analisis crosstab yang menunjukkan mayoritas responden dari berbagai kategori merasa aplikasi mudah digunakan. Sebanyak 72,3% laki-laki dan 71,7% perempuan berada pada kategori “Mudah”. Berdasarkan usia, kelompok 17–26 tahun sebesar 73,2% dan 27–36 tahun 70,5% juga mayoritas merasa aplikasi mudah digunakan. Dari sisi pekerjaan, responden yang merasa aplikasi mudah digunakan didominasi oleh pelajar/mahasiswa 77,1%, diikuti oleh pegawai/karyawan 72,7%, wirausaha 60%, dan lainnya (66,7%). Variabel *ease of use* (X_2) ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI dan hipotesis (H_2) diterima.

Dalam penelitian ini, hipotesis *ease of use* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan diterima. Hal ini sejalan dengan temuan pada penelitian yang dilakukan oleh Hanna Aqilah Farahdibaj menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel *ease of use* terhadap loyalitas penggunaan mobile banking¹³⁹. Kesamaan hasil penelitian yang dilakukan Aries Stephanie Irawan, Jerry Heikal¹⁴⁰, Afwan Hafizh dkk¹⁴¹, dan Elisa Emeliya Sihombing dan Kartini Harahap¹⁴² yang menghasilkan temuan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan mobile banking.

Ease of Use dalam penelitian ini merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan aplikasi tidak membutuhkan banyak usaha atau kesulitan. Dalam konteks aplikasi Byond by BSI, fitur-fitur yang intuitif, tampilan antarmuka yang sederhana, serta navigasi yang efisien menjadi faktor penting yang membentuk persepsi pengguna terhadap *ease of use* aplikasi tersebut. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel *Ease of*

¹³⁹ Farahdibaj, “Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease of Use, Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.”

¹⁴⁰ Aries Stephanie Irawan et al., “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah” 14 (2024).

¹⁴¹ Afwan Hafizh, Tri Inda Fadhila Rahma, and Nurul Jannah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2023): 427–40, <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5133>.

¹⁴² Elisa Emeliya Sihombing and Kartini Harahap, “The Effect of the Effectiveness of Ease of Use and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Bank Sumut Mobile Banking Users in Medan City.”

Use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna. Artinya, semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk tetap setia dan terus menggunakan aplikasi tersebut.

Hal ini sejalan dengan kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa *ease of use* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tidak akan memerlukan usaha yang besar. Dengan demikian, kemudahan dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI tidak hanya memengaruhi kenyamanan saat bertransaksi. Sehingga pengguna merasa bahwa teknologi aplikasi mudah digunakan, maka pengguna cenderung akan mengadopsi dan menggunakan teknologi aplikasi tersebut dalam jangka yang lama.

4.6.3 Pengaruh *Security* Terhadap Loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel *Security* (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,586 > t$ tabel 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa aman pengguna terhadap aplikasi, maka semakin besar loyalitas yang terbentuk. Hasil ini diperkuat oleh analisis crosstab yang menunjukkan mayoritas responden dari berbagai kategori menilai aplikasi ini aman. Sebanyak 78,7% laki-laki dan 77,4% perempuan berada pada kategori “Aman”. Berdasarkan usia, 75% responden usia 17–26 tahun dan 81,8% usia 27–36 tahun juga merasa aman. Dari sisi pekerjaan, kategori aman didominasi oleh pelajar/mahasiswa 80%, pegawai/karyawan 79,5%, wirausaha 66,7%, dan lainnya 83,3%. Dengan demikian, variabel *Security* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI dan hipotesis (H_3) diterima.

Hipotesis *security* dalam penelitian ini, memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan diterima. Hal ini sejalan dengan temuan pada penelitian yang dilakukan oleh Rosalina Azhara, dan Sylvia Rozza yang memiliki hasil penelitian bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan mobile banking¹⁴³. Hasil ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Arry Dwi Handoko dan Ronny Ronny¹⁴⁴.

Menurut pendekatan teori, temuan ini selaras dengan prinsip dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. Meski *Security* bukan merupakan variabel utama dalam TAM, namun dalam berbagai pengembangan teori TAM,

¹⁴³ Azhara et al., “Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Keamanan , Dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile.”

¹⁴⁴ Handoko and Ronny, “Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking.”

aspek keamanan sering dianggap sebagai faktor eksternal penting yang memengaruhi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, yang pada akhirnya membentuk loyalitas dan niat penggunaan. Dengan kata lain, keamanan digital yang dirasakan pengguna turut membentuk persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan aplikasi, sehingga berdampak pada loyalitas.

Dapat disimpulkan bahwa keamanan merupakan faktor penting yang tidak hanya melindungi pengguna, tetapi juga menjadi dasar terbentuknya kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap aplikasi Byond by BSI. Oleh karena itu, penguatan sistem keamanan dan edukasi kepada pengguna harus menjadi prioritas dalam pengembangan layanan keuangan digital yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas pengguna.

4.6.4 Persepsi *User Satisfaction*, *Ease of use*, Dan *Security* Berpengaruh Simultan Terhadap Loyalitas Penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak.

Berdasarkan hasil pengujian simultan pada uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 168.960 yang lebih tinggi dari f tabel senilai 2,70 dan nilai signifikansi menunjukkan kurang dari nilai probabilitas yaitu $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, kriteria ini terpenuhi dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_4) diterima atau terdapat pengaruh simultan antara *user satisfaction* (X_1), *ease of use* (X_2), dan *security* (X_3) terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak.

Hipotesis dalam penelitian ini sejalan dengan teori penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi pengguna terhadap kepuasan, kemudahan penggunaan, dan rasa aman merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas terhadap suatu teknologi. Ketiga variabel dalam penelitian ini, yaitu *user satisfaction*, *ease of use*, dan *security*, saling berinteraksi dan membentuk dasar kuat bagi pengguna dalam menentukan keputusan untuk tetap setia menggunakan aplikasi Byond by BSI. Kepuasan pengguna menjadi aspek yang sangat penting karena mencerminkan bagaimana harapan dan pengalaman pengguna terpenuhi. Ketika pengguna merasa puas terhadap performa dan layanan dari aplikasi Byond by BSI, mereka cenderung memiliki komitmen lebih besar untuk terus menggunakannya.

Ease of use kemudian berkontribusi besar terhadap pengurangan hambatan teknis yang mungkin dihadapi pengguna. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan dan navigasi berlangsung secara intuitif, maka peluang untuk terus menggunakan aplikasi tersebut akan meningkat. Hal ini diperkuat dengan fitur-fitur Byond yang dirancang untuk menyederhanakan proses transaksi dan layanan perbankan lainnya. Selain itu, aspek *security* juga memegang peranan penting dalam menciptakan rasa percaya terhadap aplikasi. Dalam konteks keuangan digital, rasa aman dalam bertransaksi sangat mempengaruhi keputusan

pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa informasi pribadi dan aktivitas finansial mereka terlindungi dengan baik, maka loyalitas mereka terhadap aplikasi akan semakin tinggi. Secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut menciptakan pondasi yang kuat dalam mendorong loyalitas penggunaan aplikasi Byond by BSI. Pengguna tidak hanya cenderung mengadopsi aplikasi ini, tetapi juga menunjukkan komitmen untuk tetap menggunakan secara konsisten dan berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan kepada responden di Kabupaten Demak, pengguna Byond by BSI, serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *user satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Byond by BSI di Kabupaten Demak. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji statistik di mana nilai t hitung sebesar $9.062 >$ dari t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi 0,000. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat *user satisfaction* yang dirasakan oleh pengguna memiliki kontribusi nyata dalam membentuk sikap dan perilaku loyal terhadap Byond by BSI. Semakin tinggi kepuasan yang diperoleh nasabah selama menggunakan layanan Byond by BSI baik dari segi kenyamanan penggunaan, kemudahan akses, kelengkapan fitur, maupun kecepatan pelayanan maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut secara konsisten dan dalam jangka panjang.
2. Variabel *Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Byond by BSI di Kabupaten Demak. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik di mana nilai t hitung sebesar $6.230 >$ t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas probabilitas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *ease of use* yang dirasakan oleh pengguna terhadap aplikasi, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk tetap loyal dalam menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan. pengguna sangat memperhatikan aspek kemudahan dalam mengakses dan menjalankan fitur aplikasi. Ketika aplikasi dirancang dengan antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, serta fitur-fitur yang responsif, maka pengguna akan merasa lebih nyaman, cepat beradaptasi, dan lebih tertarik untuk menggunakannya dalam jangka panjang. Oleh karena itu, persepsi terhadap *ease of use* menjadi salah satu pondasi penting dalam membangun loyalitas nasabah terhadap layanan digital seperti Byond by BSI.
3. Variabel *security* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik di mana nilai t hitung sebesar Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik di mana nilai t hitung sebesar $4.586 >$ dari t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas probabilitas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap aspek *security* aplikasi Byond by BSI sangat

menentukan sejauh mana mereka merasa yakin dan bersedia untuk terus menggunakan layanan digital perbankan yang disediakan oleh BSI. Dalam penelitian ini, pengguna yang merasa data pribadinya terlindungi, transaksi keuangannya aman, serta mendapatkan perlindungan dari risiko kejahatan siber menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap Byond by BSI. Keamanan menjadi elemen penting dalam layanan digital banking karena menyangkut kepercayaan pengguna terhadap sistem.

4. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh *User Satisfaction*, *ease of use*, dan *Security* bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan Byond by BSI. Dilihat dari hasil uji F dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan F hitung $168,960 > F$ tabel 2,70. Hasil pengujian tersebut menandakan bahwa syarat uji F sudah terpenuhi

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

- 1) Bagi Pihak Bank Syariah Indonesia (BSI)
 - a. BSI perlu lebih proaktif dalam menanggapi keluhan dan masukan pengguna yang tercermin dari ulasan di platform digital. Evaluasi rutin terhadap tingkat kepuasan pengguna sangat penting untuk mengidentifikasi aspek layanan atau fitur aplikasi yang dirasa kurang memuaskan, sehingga perbaikan yang dilakukan menjadi lebih tepat sasaran.
 - b. Disarankan agar pengembangan aplikasi Byond by BSI terus mengutamakan aspek kemudahan penggunaan, seperti antarmuka yang ramah pengguna, navigasi yang sederhana, serta desain yang responsif. Pelatihan atau tutorial digital juga dapat ditambahkan guna membantu pengguna memahami fungsi setiap fitur secara maksimal.
 - c. Penting bagi BSI untuk terus memperkuat sistem keamanan digital, termasuk dengan mempercepat pengiriman notifikasi OTP, meningkatkan keandalan sistem saat transaksi, serta memberikan edukasi secara berkala mengenai keamanan digital dan cara menghindari penipuan online. Keamanan yang terjaga akan meningkatkan rasa percaya dan loyalitas pengguna.
 - d. BSI disarankan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pengguna dengan membangun hubungan jangka panjang melalui peningkatan kualitas layanan, keandalan fitur aplikasi, serta pemberian insentif seperti program loyalitas, cashback, atau poin reward. Selain itu, komunikasi yang aktif dan responsif terhadap keluhan atau masukan pengguna juga penting untuk menciptakan

pengalaman yang positif dan meningkatkan keterikatan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dengan melibatkan responden dari daerah lain, agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
- b. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan variabel tambahan seperti *trust* (kepercayaan), *perceived risk* (persepsi risiko), dan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas penggunaan aplikasi mobile banking syariah.
- c. Penggunaan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) juga dapat dipertimbangkan agar hasil penelitian tidak hanya berdasarkan angka, tetapi juga mencerminkan persepsi pengguna secara langsung melalui wawancara atau observasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Naufaldo. "Embarkasi Dan Museum Haji Pertama Di Indonesia Dibangun Di Demak." *Joglojateng.com*, 2024. https://joglojateng.com/2024/12/09/embarkasi-dan-museum-haji-pertama-di-indonesia-dibangun-di-demak/?utm_source=chatgpt.com.
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PANDIVA BUKU, 2016.
- Agustin, Nia. "Pengaruh Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Sampit." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2024): 4513–20. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.990>.
- Agustini, Ni Luh Putu Leoni Evan, and Komang Endrawan Sumadi Putra. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan M-Banking Livin by Mandiri Di Kabupaten Karangasem." *Bisma: Jurnal Manajemen* 8, no. 3 (2022): 647–54. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/44752>.
- Alwi, Muchamad Nurdin, Fitriana Bahari, Margaretha Turot, and Ramlil Semmawi. "Tantangan Dan Peluang Perbankan Digital: Studi Kasus Inovasi Keuangan Dan Transformasi Perbankan," n.d.
- antaranews. "BRI Akuisisi Bank Jasa Arta Rp61 Miliar." *antaranews.com*, 2007. https://www.antaranews.com/berita/68518/bri-akuisisi-bank-jasa-arta-rp61-miliar?utm_source=chatgpt.com.
- APJII. "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." APJII, 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Aprianisa, Della. *Pengaruh Manfaat, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Yang Berdomisili Di Tangerang Selatan)*, 2023.
- Aprilia, Zefanya. "Digitalisasi BSI Makin Ekspansif, Belanja IT Tahun Ini Rp 1,5 T." CNBC Indonesia, 2024. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201135008-17-510865/digitalisasi-bsi-makin-ekspansif-belanja-it-tahun-ini-rp-15-t>.
- Arum, Sekar, Dewi Kaltsum, and Istyakara Muslichah. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Di Indonesia: Studi Pada Layanan Mobile Banking" 01, no. 02 (2022): 31–46. <https://journal.uii.ac.id/selma/index>.
- Astria, Vira, and Muhammad Basyir. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Yang Dimediasi Oleh User Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Bca Syariah Mobile Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen SINTA* 4, no. 2 (2022): 379–90. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>.
- Astuti, Yulia Widi, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 19, no. 3 (2020): 134–58. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>.
- Azarine, Agdelia Meiva. "Bank BSI Pasca Serangan Siber: Mengungkap Potensi Kompensasi Bagi Nasabah." lk2fhu, 2024. <https://lk2fhu.law.ui.ac.id/portfolio/bank-bsi-pasca-serangan-siber-mengungkap-potensi-kompensasi-bagi-nasabah/>.
- Azhara, Rosalina, Sylvia Rozza, Perbankan Syariah, and Politeknik Negeri Jakarta. "Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Keamanan , Dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile" 3 (2024).
- bankbsi. "Transaksi Digital Banking Naik 45%, BSI Apreasiasi Nasabah Lewat Hujan Rezeki BSI Mobile." *bankbsi.co.id*, 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apreasiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile>.
- Bélanger, France, and Robert E Crossler. "Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems." *MIS Quarterly* 35, no. 4 (2011): 1–36.
- Belanger, France, Janine S Hiller, and Wanda J Smith. "Trustworthiness in Electronic Commerce:

- The Role of Privacy, Security, and Site Attributes” 11 (2002): 245–70.
- Bilqis Putri Azizah, Ida Bagus Nyoman Udayana. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.” *L Ilmiah Manajemen EMOR* 7, no. 2 (2022): 88–100.
- BSI. “Byond by BSI Super App Terbaru Dari Bank Syariah Indonesia Yang Bikin#SemuaJadiMudah,” n.d. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/byond-by-bsi>.
- _____. “Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia.” [bankbsi.co.id](https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia?utm_source=chatgpt.com), 2023. https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia?utm_source=chatgpt.com.
- _____. “Sejarah Perseroan.” [bankbsi.co.id](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html#:~:text=Komposisi). Accessed March 23, 2025. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html#:~:text=Komposisi pemegang saham BSI adalah,-masing di bawah 5% 25.
- _____. “SuperApp BYOND by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman.” [bankbsi.co.id](https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-siap-meluncur-layanan-makin-lengkap-lebih-user-friendly-semakin-aman), 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-siap-meluncur-layanan-makin-lengkap-lebih-user-friendly-semakin-aman>.
- Budiansyah. “Ada Kasus Bobol Rekening Bank Via HP, Amankah Mobile Banking?” [cnbcindonesia](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200121124812-37-131550/ada-kasus-bobol-rekening-bank-via-hp-amankah-mobile-banking), 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200121124812-37-131550/ada-kasus-bobol-rekening-bank-via-hp-amankah-mobile-banking>.
- CNN Indonesia. “BSI Buka Suara Soal Gangguan M-Banking Nasabah.” CNN Indonesia, 2024. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240706125748-78-1118293/bsi-buka-suara-soal-gangguan-m-banking-nasabah>.
- Dahlia, Ayu. “BYOND by BSI Dapat Respons Positif Pasar, Ada Banyak Fitur-Program Khusus.” [detikfinance](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7643954/byond-by-bsi-dapat-respons-positif-pasar-ada-banyak-fitur-program-khusus), 2024. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7643954/byond-by-bsi-dapat-respons-positif-pasar-ada-banyak-fitur-program-khusus>.
- dailysocial. “Bank Syariah Indonesia: Profil, Sejarah, Prinsip, Dan Produk Layanannya.” [news.dailysocial.id](https://news.dailysocial.id/dscovery/glossary/bank-syariah-indonesia/), 2023. <https://news.dailysocial.id/dscovery/glossary/bank-syariah-indonesia/>.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Davis, Fred D. “User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models,” no. August 1989 (1989). <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Davis, Fred D, Richard P Bagozzi, and Paul R Warshaw. “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.” *Management Science* 35, no. July 2018 (1989): 982–1003.
- Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, Muhammad Iqbal. “Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah.” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2020).
- Demak. “Demak Kota Wali.” [pariwisata demak](https://pariwisata.demakkab.go.id/?p=16885), 2023. <https://pariwisata.demakkab.go.id/?p=16885>.
- Djaakum, Cita Sary. “Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2019): 217–38. <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3476>.
- Dwi Sukma Wardani, Alshaf Pebrianggara, Rita Ambarwati Sukmono. “Efektivitas Perceived Ease Of Use Dan User Experience Terhadap Buying Intention Dan Consumer Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee.” *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 13, no. 1 (2024): 1–20.
- Elisa Emeliya Sihombing, and Kartini Harahap. “The Effect of the Effectiveness of Ease of Use and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Bank Sumut Mobile Banking Users in

- Medan City.” *Journal of Finance and Business Digital* 2, no. 4 (2024): 601–14. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v2i4.6676>.
- Elvina, Ayu. Nur Ahmadi Bi Rahmani. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI.” *Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 02 (2022): 2799–2805.
- Farahdibaj, Hanna Aqilah. “Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease of Use, Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.” *El-Aswaq* 4, no. 02 (2023): 93–108. <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25794>.
- Febiola, Vani, Muhammad Iqbal Fasa, and Prof Suharto. “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)* 3, no. 1 (2023): 97–104. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.73>.
- Fianto, Bayu Arie, Charissa Kezia Rahmawati, and Indri Supriani. “Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks” 7, no. 1 (2021): 59–76.
- Ghozali, H.Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate*. 10th ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- Habibi, Muhammad. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.” *Repository.Ub*, no. 165 (2015).
- Hafizh, Afwan, Tri Inda Fadhila Rahma, and Nurul Jannah. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisns Islam* 7, no. 2 (2023): 427–40. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5133>.
- Handayani, Meliana, Yadi Jayadilaga, A Ulfiana Fitri, and Dian Anggraeni Rachman. “Sosialisasi Dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS Pada Mahasiswa Administrasi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan Socialization and Introduction of the SPSS Data Processing Application to Health Administration Students of the Faculty” 1, no. 2 (2023).
- Handoko, Arry Dwi, and Ronny Ronny. “Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking.” *Image : Jurnal Riset Manajemen* 9, no. 2 (2020): 79–91. <https://doi.org/10.17509/image.v9i2.28598>.
- “Https://Ir.Bankbsi.Co.Id/Milestones.Html,” n.d. <https://ir.bankbsi.co.id/milestones.html>.
- Indonesia, Bank Syariah. “Laporan Tahunan 2022: Kolaborasi Untuk Akselerasi Pertumbuhan.” *Annual Report*, 2022. ir.bankbsi.co.id.
- Irawan, Aries Stephanie, Jerry Heikal, Universitas Bakrie, Bank Dagang Negara, Ekspor Impor Indonesia, Discriminant Validity, and Uji Composite Realibility. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah” 14 (2024).
- Iskandar Ahmaddien, S.S.T., S.E., M.M., CRP., and CRP. Dr. Yofy Syarkani. *Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS*. Edited by Edi Warsidi. *Statistik Terapan*. 1st ed. ITB press, 2019.
- jatengprov. “Kuota Haji 2024 Jateng Bertambah, Nana Dorong Pembangunan Embarkasi Baru.” [jatengprov.go.id](https://jatengprov.go.id/publik/kuota-haji-2024-jateng-bertambah-nana-dorong-pembangunan-embarkasi-baru/), 2023. <https://jatengprov.go.id/publik/kuota-haji-2024-jateng-bertambah-nana-dorong-pembangunan-embarkasi-baru/>.
- Jeany, and Mauli Siagian. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)* 7, no. 3 (2020): 330–41.
- jill griffin. “Customer Loyalty.” In *Airline Business*, 29:31. Jossey-Bass, 2002. <https://doi.org/10.3139/9783446467620.013>.
- Joni, Rahmah Yulianti, Cut hamidah. “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh)” 4, no. 2 (2022): 56–63.
- Kementrian Keuangan. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang

- Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.” *Lembaran Negara Republik Indonesia*, 1998, pasal 1 ayat 2. <http://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>.
- Kim, Changsu, Wang Tao, Namchul Shin, and Ki Soo Kim. “An Empirical Study of Customers’ Perceptions of Security and Trust in e-Payment Systems.” *Electronic Commerce Research and Applications* 9, no. 1 (2010): 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.04.014>.
- Kim, Gimun, Bongsik Shin, and Ho Geun Lee. “Understanding Dynamics between Initial Trust and Usage Intentions of Mobile Banking.” *Information Systems Journal* 19, no. 3 (2009): 283–311. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2007.00269.x>.
- kumparan bisnis. “Tingkatkan Keamanan Layanan, Sistem Pendekripsi Penipuan BYOND by BSI Berbasis AI.” kumparan.com, 2024. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/tingkatkan-keamanan-layanan-sistem-pendekripsi-penipuan-byond-by-bsi-berbasis-ai-242YRJOqgp3/2>.
- Laras, Arlina. “BRIS Ungkap Alasan Rilis Super App Baru Byond by BSI.” Finansial bisnis, 2024. <https://finansial.bisnis.com/read/20241104/90/1813068/bris-ungkap-alasan-rilis-super-app-baru-byond-by-bsi>.
- Machmud, Rizan. *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi*. Ideas Publishing, 2018.
- Mardiana, Andi, and Nur Ain Kasim. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo.” *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2016): hal 2.
- Meutia, Annisa Listia Putri. Riza Fanny, Nindya Yunita. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Ease of Use Terhadap Customer Loyalty Pt .” *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 204 (2024).
- Miftahul Jannah, Syamsul Hilal, Okta Supriyaningsih. “Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.” Miftahul Jannah, Syamsul Hilal, Okta Supriyaningsih, ‘Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Bandar Lampung)’, INOVASI MAKRO.” *Inovasi Makro Ekonomi* 7, no. 1 (2025): 41–55.
- Muallif. “Mengapa Demak Mendapat Julukan Kota Wali? Sejarah, Peran Wali Songo, Dan Warisan Budaya.” an-nur.ac.id, 2024. <https://an-nur.ac.id/blog/mengapa-demak-mendapat-julukan-kota-wali-sejarah-peran-wali-songo-dan-warisan-budaya.html/2>.
- Nisaputra, Rezkiana. “Pernah Terkena Serangan Siber Hingga Berhari-Hari, BSI Makin Kuat Hadapi Risiko Baru Di Era Digitalisasi.” infobanknews, 2023. <https://infobanknews.com/pernah-terkena-serangan-siber-hingga-berhari-hari-bsi-makin-kuat-hadapi-risiko-baru-di-era-digitalisasi/#:~:text=Asal%20tahu%20saja%2C%20kuat%20karena%20serangan%20siber%20ransomware>.
- Nurzianti, Rahma. “Finanncial Techology (Fintech).” *Revolusi Lembaga Keuangan Syariah Dalam Teknologi Dan Kolaborasi Fintech* 2, no. 1 (2021).
- OJK. “Panduan Penyelenggara Digital Branch Oleh Bank Umum.” *Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum* 1, no. 1 (2016): 1–9.
- Oka Meliyana Fatimah, Syamsiah. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Self- Efficacy, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Studi Pada Pengguna Fitur Layanan Go Pay Di Stie Madani Balikpapan Tahun 2019).” *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani* 9, no. 2 (2023): 1–15.
- Otoritas Jasa Keuangan. “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.” *Ojk RI*, no. I (2018): 1–55.
- Pandjaitan, D., & Ahmad, A. “Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis.” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 2017, 230.
- Park, Chung Hoon, and Young Gul Kim. “The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumer’s on-Line Shopping Site Commitment.” *Contemporary Research in E-Branding*, 2006. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-813-0.ch019>.

- prabawati. "BI Catat Nilai Transaksi Digital Banking 2023 Rp 58.478,24 Triliun." Diskominfo Kaltim, 2024. <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/ekonomi/bi-catat-nilai-transaksi-digital-banking-2023-rp-5847824-triliun>.
- Prastiawan, Denny Indra, Siti Aisjah, Postgraduate Program, and Faculty Economy. "The Effect of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Social Influence on The Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Towards Use" 3 (2021): 243–60. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>.
- Prof. Dr. Ir. Raihan, M.Si. *Metodologi Penelitian*, 2017.
- Purwanto, Edi. "Technology Adoption A Conceptual Framework Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model(Tam)," 2020. www.philpublishing.com.
- Putri, Adinda Nur Syafina, Zuhdan Ady Fataron, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi. "Analysis Of The Quality Of Electronic Service Es-Qual And E-Recs-Qual Models In The Bsi Mobile Application To The Level Of Customer Loyalty At Bsi Bank." *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 5, no. 1 (2023): 33–54. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2023.5.1.17969>.
- Qomar Surya. "Perkembangan Teknologi Komunikasi: Dari Masa Ke Masa." tambah pinter.com, 2024. https://tambahpinter.com/perkembangan-teknologi-komunikasi-dari-masa-ke-masa/?utm_source=chatgpt.com.
- Raharjo, Sahid. "Cara Uji Validitas Kuesioner Teknik Corrected Item Total Correlation Dengan SPSS." SPSS Indonesia, 2019. Cara Uji Validitas Kuesioner Teknik Corrected Item Total Correlation dengan SPSS%0A.
- Rahayu, Sri, and Lela Nurlaela Wati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen* 8, no. 2 (2018): 1–20. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>.
- Salim, Syahrum. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Rusydi Ananda, 2012.
- Sandy, Kurnia Himawan, and Wira Bharata. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas Dan Kegunaan Terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *YUME : Journal of Management* 7, no. 1 (2024): 548–60.
- Soetam Rizky Wicaksono. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Pertama. CV. Seribu Bintang, 2022.
- Subroto Siregar. "Gangguan Layanan Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk," 2023. <https://www.uinsyahada.ac.id/gangguan-layanan-pada-pt-bank-syariah-indonesia-tbk/4/>.
- Sugiyono, Prof Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 19th ed. Alfabeta cv., 2013.
- susi alistina nurhayati, rois arifin, mohamad bastomi. "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Self Efficacy, Dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Malang)." *E – Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 2452–63.
- Syafri, Riza Aditya. "Transformasi Digital Perbankan Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian." *Buletin APBN*. Vol. VI, 2021.
- Tanzil, Lucia, and Retno Budi Lestari. "Pengaruh Kepuasan Nasabah Dan E-Servis Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna M-Banking BCA." *MDP Student Conference* 2, no. 2 (2023): 515–20. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4470>.
- Triantono, Henricus Bambang. "Kebijakan Keamanan Dengan Standar Bs 7799/ Iso 17799 Pada Sistem Manajemen Keamanan Informasi Organisasi." *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi* 2007, no. Snati (2007): 1907–5022. <https://media.neliti.com/media/publications/88701-ID-kebijakan-keamanan-dengan-standar-bs-779.pdf>.
- Tsania, Rabikhatus, and Nihayatu Aslamatis Solekah. "Understanding Students' Intention to Use Mobile Banking: Impacted by Ease of Use, Security, Trust, and Lifestyle" 12, no. 04 (2023): 467–84.

- Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis. "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- Viola, Elvina Grace, Edy Wahyudi, Hari Karyadi, and Andrias Dwimahendrawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Strategi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2024): 93. <https://doi.org/10.19184/jsb.v12i1.45406>.
- Windadari Murni Hartini, Christina Roosarjani, Yuli Arinta Dewi. *Metodologi Penelitian Dan Statistik*, 2015.
- Wongso, Hengky, and Ramadania. "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar." *Proceeding Seminar Bisnis*, no. 5 (2021): 224–39.
- Wulandari, Widya, Edwin Japarianti, and Trixie Nova Bella Tandijaya. "Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 2 (2022): 126–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126-132>.

LAMPIRAN

A. Kuesioner

Assalamualaikum wr.wb.

Perkenalkan saya Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh (2105036155) , mahasiswi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *User Satisfaction*, *Ease of Use*, dan *Security* terhadap Loyalitas Nasabah dalam Penggunaan Byond by BSI di Kabupaten Demak. Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Pengguna Byond by BSI
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Bertempat tinggal di Kabupaten Demak

Partisipasi Anda sangat penting untuk keberhasilan penelitian ini. Jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan akademis. Atas waktu dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Petunjuk pengisian

Pilihlah pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan:

- Nilai 5 : Sangat Setuju
- Nilai 4 : Setuju
- Nilai 3 : Netral
- Nilai 2 : Tidak Setuju
- Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju

Email : _____

i. Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Jenis kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : _____
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pegawai/Karyawan Wirausaha/Bisnis Lainnya
5. Alamat : Bonang Demak Dempet Gajah Guntur Karanganyar Karangawen Karangtengah Kebonagung Mijen Mranggen Sayung Wedung Wonosalam
Silahkan masukan alamat anda boleh salah satu (Nama Jalan/Kelurahan):_____
6. Apakah anda menggunakan Byond by BSI : Ya Tidak

USER SATISFACTION (X ₁)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kesesuaian Ekspektasi					
1.	Fitur cek saldo dan mutasi rekening di Byond by BSI menampilkan informasi dengan jelas dan sesuai dengan ekspektasi saya					
2.	Fitur Byond by BSI yang tersedia memenuhi kebutuhan saya					
3.	Kualitas layanan Byond by BSI sesuai dengan yang disampaikan					
	Kenyamanan Pengguna					
4.	Aplikasi Byond by BSI berjalan dengan lancar tanpa sering mengalami gangguan yang dapat mengganggu kenyamanan saya					
5.	Tampilan antarmuka aplikasi Byond by BSI sederhana dan nyaman digunakan dalam aktivitas perbankan sehari-hari.					
6.	Notifikasi transaksi dari Byond by BSI muncul secara real-time, memberikan kenyamanan dalam memantau aktivitas keuangan saya					
	Kecepatan Layanan					
7.	Saya dapat mengakses akun Byond by BSI dengan mudah dan cepat setiap kali melakukan login					
8.	Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi di Byond by BSI sangat cepat					
9.	Layanan Byond by BSI memberikan respon yang cepat terhadap permintaan saya					

EASE OF USE (X ₂)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Keandalan navigasi					
10.	Navigasi Kembali (back) di aplikasi Byond by BSI mudah dan tidak membingungkan.					
11.	Saya dapat dengan mudah menemukan menu yang saya perlukan menggunakan fitur pencarian yang ada pada aplikasi Byond by BSI tanpa kesulitan.					

12.	Menu navigasi dalam aplikasi Byond by BSI jelas dan mudah dipahami					
Kesesuaian antarmuka						
13.	Desain antarmuka aplikasi Byond by BSI sangat menarik dan mudah dipahami.					
14.	Struktur tata letak yang jelas memudahkan saya menyelesaikan transaksi dengan efektif					
15.	Saya dapat dengan cepat beradaptasi dengan antarmuka aplikasi Byond by BSI					
Kemudahan kontrol						
16.	Saya dapat dengan mudah mengkontrol limit transaksi harian.					
17.	Saya dapat dengan mudah menyesuaikan fitur-fitur Byond by BSI sesuai dengan kebutuhan saya.					
18.	Saya memiliki kontrol penuh dalam mengelola daftar penerima transfer melalui fitur Atur Transfer Favorit di Byond by BSI.					

SECURITY (X ₃)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Perlindungan data Priadi						
19.	Saya merasa bahwa data pribadi saya aman saat menggunakan Byond by BSI					
20.	Saya merasa aman karena Byond by BSI menggunakan sistem enkripsi dalam melindungi informasi pribadi saya.					
21.	Saya tidak khawatir informasi pribadi saya akan disalahgunakan saat menggunakan aplikasi Byond by BSI.					
Keamanan Transaksi						
22.	Saya merasa aman saat melakukan transaksi melalui Byond by BSI.					
23.	Saya percaya bahwa transaksi saya melalui Byond by BSI tidak akan mengalami kebocoran data.					
24.	Saya percaya bahwa sistem Byond by BSI dapat mencegah transaksi yang mencurigakan atau tidak sah.					
Pengetahuan kebijakan keamanan						
25.	Saya mengetahui bahwa Byond by BSI memiliki kebijakan keamanan untuk melindungi data dan transaksi nasabah.					

26.	Notifikasi keamanan dari Byond by BSI membantu saya lebih memahami kebijakan perlindungan data dan transaksi.					
27.	Byond by BSI selalu secara aktif memberikan edukasi terkait keamanan digital dan berbagai modus penipuan					

LOYALITAS (Y)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	ST
Penggunaan Berulang						
28.	Saya rutin menggunakan Byond by BSI untuk transaksi sehari-hari.					
29.	Saya merasa puas dengan pengalaman saya menggunakan Byond by BSI sehingga saya terus menggunakan.					
30.	Saya cenderung menggunakan Byond by BSI lebih sering dibandingkan dengan aplikasi perbankan lainnya					
Rekomendasi Aktif						
31.	Saya akan merekomendasikan aplikasi Byond by BSI kepada rekan dan keluarga.					
32.	Saya aktif merekomendasikan fitur-fitur unggulan dari Byond by BSI kepada orang lain.					
33.	Saya akan merekomendasikan Byond by BSI kepada orang yang mencari solusi perbankan yang praktis dan aman.					
Ketahanan terhadap kompetitor lain						
34.	Saya merasa bahwa Byond by BSI memiliki keunggulan yang membuat saya tidak ingin berpindah ke layanan lain.					
35.	Saya tetap menggunakan Byond by BSI meskipun ada tawaran menarik dari aplikasi perbankan lain					
36.	saya tidak tertarik untuk beralih ke aplikasi perbankan lain, meskipun mereka menawarkan fitur baru.					

B. Tabulasi Pra Penelitian

Pernyataan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah Anda merasa puas dengan fitur yang tersedia di aplikasi Byond by BSI?	9	19	28
Menurut Anda, apakah aplikasi Byond by BSI mudah digunakan?	10	18	28
Apakah Anda merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan aplikasi Byond by BSI	10	18	28
Apakah Anda akan terus menggunakan aplikasi Byond by BSI?	13	15	28
Apakah Anda akan merekomendasikan aplikasi Byond by BSI kepada orang lain?	9	19	28

RESPONDEŃ	USIA	ALAMAT	X1	X2	X3	Y1.1	Y1.2
1	25	Gajah	YA	YA	YA	YA	YA
2	30	Demak	YA	YA	YA	YA	TIDAK
3	28	Bonang	YA	YA	TIDAK	YA	YA
4	29	Gajah	YA	TIDAK	YA	YA	YA
5	29	Gajah	YA	YA	YA	YA	YA
6	23	Wonosalam	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
7	21	demak	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
8	24	Demak	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
9	20	Dempet	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
10	25	Wonosalam	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
11	22	gajah	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
12	21	karangawen	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
13	21	sayung	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
14	26	Wedung	YA	TIDAK	TIDAK	YA	TIDAK
15	25	Mranggen	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
16	22	Wonosalam	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
17	23	sayung	YA	TIDAK	YA	TIDAK	TIDAK
18	26	Karangtengah	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
19	24	Wonosalam	YA	YA	TIDAK	YA	TIDAK
20	25	Sayung	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
21	25	bonang	YA	YA	YA	YA	YA
22	27	mijen	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
23	27	Wonosalam	YA	TIDAK	TIDAK	YA	TIDAK
24	33	Demak	YA	YA	YA	YA	YA
25	31	bonang	YA	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK

26	28	karanganyar	YA	YA	YA	YA	YA
27	36	kebonagung	YA	YA	YA	YA	YA
28	40	mijen	YA	YA	YA	YA	YA

Responden	Apa alasan utama ketidakpuasan?
1	-
2	masih kurang fiturnya
3	-
4	-
5	Fiturnya kurang lengkap
6	Sering error dan lag. Aplikasi sering mengalami gangguan, sehingga transaksi terganggu.
7	kadang suka susah di akses
9	Tampilan kurang intuitif. Navigasi membingungkan, membuat sulit menemukan fitur yang dibutuhkan.
10	Fitur Tidak Lengkap atau Terbatas
11	Tampilan yang Tidak User-Friendly
12	Notifikasi atau Konfirmasi yang Kurang Jelas
13	kadang suka sulit untuk login
14	desain aplikasi membingungkan atau navigasi sulit dipahami
15	banyak kurang nya
16	Fitur kurang lengkap. Tidak ada opsi investasi atau layanan keuangan yang lebih variatif.
17	pengguna mengalami kendala tetapi sulit menghubungi customer service
18	banyak fitur yang membingungkan
19	Proses transaksi lambat.
20	fiturnya kurang
21	Customer service kurang responsif. Sulit mendapatkan bantuan saat mengalami kendala di aplikasi.
22	-
23	fiturnya kurang bervariasi
24	-
25	-
26	Suka eror
27	-
28	-
Responden	kendala apa yang Anda alami saat menggunakan aplikasi Byond by BSI
1	-
2	-
3	-
4	tampilannya agak rumit
5	-
6	Sering mengalami error. Aplikasi tiba-tiba keluar sendiri atau gagal login.

7	kadang suka sulit login
9	Navigasi membingungkan. Menu dan fitur tidak tersusun dengan jelas, sulit menemukan yang dibutuhkan.
10	Saya tidak akan merekomendasikan aplikasi Byond by BSI jika ada masalah Bug dan Error yang Sering Terjadi
11	Kurangnya Petunjuk atau Panduan Penggunaan
12	Jika aplikasi tidak memberikan konfirmasi transaksi yang jelas atau sering mengalami keterlambatan dalam notifikasi,
13	banyak fitur yang membingungkan
14	aplikasi tidak menyediakan panduan yang jelas untuk pengguna baru
15	agak rumit
16	Proses transaksi lambat. Transfer dan pembayaran sering loading lama atau gagal.
17	aplikasi tidak memberikan fitur yang lebih unggul dibandingkan layanan sejenis atau sering mengalami keterbatasan teknis,
18	susah login
19	Lemot, transfer dan pembayaran sering loading lama
20	-
21	Verifikasi sering bermasalah. OTP atau autentikasi sering tidak terkirim atau terlambat masuk.
22	-
23	masih suka eror
24	loading sangat lama,
25	-
26	Loginya kadang Susah
27	-
28	-

Responden	Jika Anda merasa tidak aman, apa alasan utama yang membuat Anda merasa demikian?
1	-
2	-
3	kurasa gampang dibobol
4	-
5	-
6	Sering terjadi error. Takut transaksi gagal atau saldo terpotong tanpa konfirmasi.
7	karena sering sekali gagal ketika memberikan otp
9	Keamanan login kurang optimal. Tidak ada fitur biometrik atau autentikasi ganda yang lebih kuat.
10	Jika transaksi sering gagal, pending terlalu lama, atau saldo tidak langsung ter-update, ini bisa membuat pengguna khawatir terhadap keamanan dana mereka.
11	Verifikasi yang Kurang Kuat
12	Layanan Customer Service yang Lambat

13	kadang dalam proses transaksi suka gagal prosesnya
14	transaksi sering gagal, pending terlalu lama, atau saldo tidak langsung ter-update
15	takut dibobol
16	OTP sering terlambat. Risiko penyalahgunaan meningkat jika kode verifikasi datang terlalu lama.
17	sistem autentikasi tidak cukup ketat
18	cukup merasa aman
19	Pernah mengalami transaksi gagal. Dana terpotong tetapi tidak langsung kembali, membuat khawatir.
20	takut datanya bocor
21	Tidak ada notifikasi real-time. Kurangnya pemberitahuan langsung saat ada transaksi mencurigakan.
22	-
23	transaksi sering gagal
24	kurang aman menurutku gampang dibobol
25	-
26	Kurang aman
27	-
28	-

Responden	Apa alasan yang membuat Anda bersedia atau tidak bersedia merekomendasikan aplikasi Byond by BSI kepada orang lain?
1	bersedia karena aplikasi ini bagus sekali
2	bagus tapi masih kurang
3	boleh sih tapi masih kurang aman
4	mungkin cocok untuk anak muda
5	oke dipake tapi kurang fiturnya
6	Sering error dan lag. Aplikasi tidak stabil, sering keluar sendiri atau gagal login.
7	kurang rekomen
9	Tampilan kurang user-friendly. Navigasi membingungkan, sulit menemukan fitur yang dibutuhkan.
10	Jika aplikasi sering crash, transaksi gagal, atau saldo tidak segera ter-update, pengguna bisa merasa frustrasi dan kehilangan kepercayaan.
11	Layanan Customer Service yang Buruk
12	Jika pengguna mengalami kendala tetapi sulit menghubungi customer service atau mendapatkan solusi yang tidak memuaskan
13	kurang bagus saja
14	aplikasi sulit digunakan, lambat, atau memiliki desain yang membingungkan
15	banyak kurang nya
16	Keamanan kurang meyakinkan. OTP sering terlambat, meningkatkan risiko penyalahgunaan.
17	sulit mendapatkan bantuan dari customer service
18	karena kurang memadai fiturnya dan sering gangguan juga

19	Transaksi lambat juga sering gagal
20	saya rasa kurang aman jadi tidak direkomendasikan
21	Respons CS kurang cepat saat ada masalah, membuat frustrasi. Dan tidak ada notifikasi real time
22	Karena sesuai dengan prinsip syariah
23	kurang bagus
24	bagus tapi kurang aman
25	Karena Beyond by BSI menawarkan berbagai fitur investasi berbasis syariah
26	Kurang memuaskan
27	Karena kemudahan dan keamanan transaksi
28	Karena banyak promo dan cashback

C. Tabulasi Pilot Test 30 Responden

Identitas Responden				
No. Resp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili
1	Laki-Laki	25	Wirausaha/Bisnis	Karangawen
2	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Wedung
3	Laki-Laki	29	Pegawai/Karyawan	Sayung
4	Laki-Laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Guntur
5	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Karangawen
6	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Gajah
7	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Demak
8	Perempuan	25	Pelajar/Mahasiswa	Wedung
9	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Demak
10	Laki-Laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Mranggen
11	Laki-Laki	24	Pegawai/Karyawan	Demak
12	Laki-Laki	25	Pegawai/Karyawan	Demak
13	Perempuan	26	Pegawai/Karyawan	Demak
14	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Demak
15	Perempuan	27	Pegawai/Karyawan	Demak
16	Laki-Laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Demak
17	Laki-Laki	25	Pegawai/Karyawan	Demak
18	Perempuan	24	Pegawai/Karyawan	Demak
19	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Demak
20	Perempuan	28	Pegawai/Karyawan	Demak
21	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Demak
22	Perempuan	26	Pegawai/Karyawan	Demak
23	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Mranggen
24	Perempuan	28	Pegawai/Karyawan	Karangtengah
25	Laki-Laki	26	Pegawai/Karyawan	Dempet
26	Laki-Laki	28	Pegawai/Karyawan	Dempet
27	Laki-Laki	50	Wirausaha/Bisnis	Wonosalam

28	Laki-Laki	26	Pegawai/Karyawan	Gajah
29	Laki-Laki	24	Pegawai/Karyawan	Guntur
30	Laki-Laki	24	Pegawai/Karyawan	Karangawen

D. Tabulasi Hasil Pilot Test 30 Responden

USER SATISFACTION										EASE OF USE											
NO RES	X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5	X 1.6	X 1.7	X 1.8	X 1.9	TOTAL	NO. RES	X 2.1	X 2.2	X 2.3	X 2.4	X 2.5	X 2.6	X 2.7	X 2.8	X 2.9	TOTAL
1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43	1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
2	5	4	2	2	4	4	3	4	3	31	2	4	2	4	3	3	4	3	4	2	29
3	4	5	1	1	5	3	3	4	4	30	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	42
4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	31	4	3	2	4	2	4	2	5	4	3	29
5	4	4	3	5	4	1	4	4	4	33	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	38
6	4	4	4	1	3	4	4	2	3	29	6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
7	5	3	2	4	4	3	4	4	4	33	7	4	3	4	5	5	4	4	4	4	37
8	4	5	1	1	1	2	4	3	3	24	8	4	5	5	4	4	4	5	4	5	41
9	3	4	3	3	4	4	3	2	3	29	9	3	4	4	3	2	4	4	2	3	29
10	5	4	5	4	5	5	5	4	4	41	10	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
11	4	4	3	2	4	3	5	4	5	34	11	2	4	3	3	4	5	5	3	1	30
12	4	4	4	2	5	5	4	4	3	35	12	2	4	4	5	4	5	3	4	3	34
13	5	5	2	4	4	3	4	2	3	32	13	3	5	5	3	2	4	4	5	2	33
14	5	5	2	2	3	4	4	4	4	33	14	2	4	3	4	4	2	4	5	3	31
15	5	5	2	2	5	4	5	3	4	35	15	2	4	3	2	5	5	3	2	4	30
16	5	4	2	4	3	4	5	4	2	33	16	4	5	5	4	3	3	4	4	3	35
17	4	4	3	2	3	2	3	2	4	27	17	2	4	3	2	2	5	3	5	2	28
18	4	3	2	4	3	3	2	4	2	27	18	2	5	4	4	3	2	4	5	3	32
19	4	3	4	4	2	3	2	3	2	27	19	2	5	5	4	5	3	3	2	3	32
20	3	3	2	2	3	3	4	5	2	27	20	2	3	3	2	4	5	4	3	2	28
21	4	3	2	3	2	2	2	4	4	26	21	2	3	5	5	3	4	4	2	3	31
22	4	5	3	2	5	4	4	3	2	32	22	3	3	4	2	3	2	4	3	2	26
23	3	4	4	2	2	5	4	4	2	30	23	3	1	2	4	4	3	5	5	3	30
24	5	4	4	4	5	4	4	5	5	40	24	5	5	4	5	5	4	5	3	5	41

25	5	5	2	3	5	4	4	4	3	35
26	5	3	2	2	3	4	5	2	3	29
27	3	4	2	2	3	3	4	5	2	28
28	5	3	4	2	2	3	3	2	2	26
29	3	5	3	2	4	2	4	5	5	33
30	3	3	2	2	3	2	4	3	3	25

25	5	5	4	5	4	4	5	3	5	40
26	2	4	3	5	2	2	2	3	3	26
27	2	3	3	2	4	5	4	3	2	28
28	3	5	1	3	3	2	2	2	3	24
29	5	4	2	2	3	2	5	2	2	27
30	2	3	5	2	2	2	3	2	3	24

SECURITY										
NO. RES	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5	X3 .6	X3 .7	X3 .8	X3 .9	TOTAL
1	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
2	3	4	2	3	2	2	3	4	3	26
3	4	4	2	2	2	3	4	5	5	31
4	4	3	3	2	5	3	5	1	2	28
5	3	3	3	2	3	3	3	3	2	25
6	3	3	2	3	3	4	4	4	4	30
7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
8	3	4	2	5	3	4	5	5	4	35
9	4	4	4	4	3	3	5	5	3	35
10	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
11	3	5	5	5	5	5	4	2	5	39
12	2	5	4	5	4	2	4	5	4	35
13	4	4	4	3	2	5	5	3	2	32
14	2	4	4	2	2	5	4	3	2	28
15	2	3	2	5	3	5	5	2	4	31
16	2	5	5	5	5	3	5	2	3	35
17	2	3	4	2	3	4	4	2	3	27
18	2	5	3	2	4	5	3	4	2	30
19	4	2	3	4	4	4	2	4	4	31
20	2	2	4	4	2	5	4	3	2	28
21	4	4	5	3	4	4	3	2	5	34
22	2	4	2	5	5	4	4	2	4	32

LOYALITAS										
NO. RES	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TO TA L
1	4	5	5	5	5	4	5	5	4	42
2	2	3	3	3	3	1	2	2	3	22
3	2	3	1	2	1	2	2	2	3	18
4	2	3	3	4	4	1	4	1	4	26
5	3	3	2	3	3	3	3	4	4	28
6	5	5	5	5	5	4	2	2	4	37
7	2	4	2	4	3	3	3	2	2	25
8	2	2	1	2	2	1	3	2	2	17
9	2	2	2	4	2	4	2	2	2	22
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
11	5	5	5	2	5	4	3	1	5	35
12	3	2	5	4	5	5	5	4	5	38
13	5	5	4	5	2	5	4	4	5	39
14	4	4	4	5	3	2	4	4	5	35
15	2	3	5	5	4	2	5	4	5	35
16	4	4	5	4	4	2	4	4	4	35
17	3	2	4	5	3	2	4	4	4	31
18	4	3	5	3	4	5	5	2	5	36
19	2	3	4	3	2	5	4	4	5	32
20	2	5	5	4	4	5	3	4	3	35
21	2	4	4	5	4	2	4	4	4	33
22	3	2	4	4	4	4	2	4	4	31

23	4	4	5	5	3	4	4	4	4	37
24	4	4	5	5	4	5	4	5	5	41
25	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
26	2	3	4	5	3	3	3	4	4	31
27	2	2	4	4	2	5	4	3	2	28
28	1	3	2	3	4	1	2	3	4	23
29	2	4	4	4	5	5	4	2	5	35
30	2	4	4	5	5	5	4	2	3	34

23	3	2	2	3	3	4	2	2	1	22
24	2	4	2	4	2	3	4	3	2	26
25	2	3	3	4	4	3	3	4	3	29
26	4	5	3	2	3	5	3	5	4	34
27	2	5	5	4	4	5	3	4	3	35
28	4	4	5	5	3	3	4	4	3	35
29	2	5	4	4	4	4	3	2	5	33
30	3	5	4	4	3	4	2	5	5	35

E. Tabulasi Data 100 Responden

No. Resp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili
1	Perempuan	33 tahun	Ibu rumah tangga	Karangtengah
2	Laki-Laki	32 tahun	Wirausaha/Bisnis	Demak
3	Laki-Laki	23 tahun	Wirausaha/Bisnis	Kebonagung
4	Perempuan	23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Kebonagung
5	Laki-Laki	28 tahun	Pegawai/Karyawan	Kebonagung
6	Perempuan	27 tahun	Wirausaha/Bisnis	Karangtengah
7	Perempuan	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Guntur
8	Laki-Laki	36 tahun	Pegawai/Karyawan	Demak
9	Laki-Laki	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Wonosalam
10	Perempuan	27 tahun	Pegawai/Karyawan	Karangawen
11	Laki-Laki	29 tahun	Wirausaha/Bisnis	Gajah
12	Perempuan	31 tahun	Pegawai/Karyawan	Sayung
13	Laki-Laki	35 tahun	Wirausaha/Bisnis	Karangawen
14	Perempuan	26 tahun	Pegawai/Karyawan	Demak
15	Laki-Laki	22 tahun	Pegawai/Karyawan	Gajah
16	Laki-Laki	33 tahun	Wirausaha/Bisnis	Mijen
17	Perempuan	24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Gajah
18	Perempuan	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Kebonagung
19	Perempuan	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Mranggen
20	Laki-Laki	34 tahun	Pegawai/Karyawan	Demak
21	Perempuan	25 tahun	Management Trainee	Demak
22	Laki-Laki	31 tahun	Pegawai/karyawan	Wonosalam
23	Perempuan	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Sayung
24	Perempuan	25 tahun	Pegawai/Karyawan	Bonang
25	Laki-Laki	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Demak

26	Perempuan	26 tahun	Pegawai/Karyawan	Karanganyar
27	Laki-Laki	26 tahun	Wirausaha/Bisnis	Guntur
28	Perempuan	28 tahun	Akuntan	Dempet
29	Perempuan	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Sayung
30	Laki-Laki	33 tahun	Pegawai/Karyawan	Bonang
31	Laki-Laki	17 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Demak
32	Perempuan	35 tahun	Pegawai/karyawan	Wedung
33	Laki-Laki	30 tahun	Pegawai/Karyawan	Karangawen
34	Perempuan	31 tahun	Pegawai/karyawan	Karangtengah
35	Laki-Laki	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Gajah
36	Laki-Laki	17 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karangtengah
37	Laki-Laki	30 tahun	Wirausaha/Bisnis	Bonang
38	Laki-Laki	28 tahun	Pegawai/Karyawan	Mranggen
39	Laki-Laki	25 tahun	Wirausaha/Bisnis	Kebonagung
40	Laki-Laki	31 tahun	Pegawai/Karyawan	Sayung
41	Perempuan	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Mranggen
42	Laki-Laki	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Demak
43	Perempuan	24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karanganyar
44	Perempuan	17 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Wonosalam
45	Perempuan	27 tahun	Pegawai/Karyawan	Wedung
46	Perempuan	25 tahun	Pegawai/Karyawan	Kebonagung
47	Perempuan	35 tahun	Pegawai/Karyawan	Mijen
48	Perempuan	24 tahun	Pegawai/Karyawan	Guntur
49	Laki-Laki	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Mijen
50	Perempuan	28 tahun	Pegawai/Karyawan	Demak
51	Perempuan	30 tahun	Pegawai/Karyawan	Mijen
52	Perempuan	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Wedung
53	Perempuan	17 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Wonosalam
54	Perempuan	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Gajah
55	Perempuan	27 tahun	Pegawai/Karyawan	Karangawen
56	Perempuan	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Bonang
57	Perempuan	23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karanganyar
58	Laki-Laki	36 tahun	Wirausaha/Bisnis	Karanganyar
59	Perempuan	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karangawen
60	Laki-Laki	17 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Kebonagung
61	Laki-Laki	29 tahun	Wirausaha/Bisnis	Mijen
62	Laki-Laki	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Wonosalam
63	Perempuan	25 tahun	Pegawai/Karyawan	Dempet
64	Laki-Laki	32 tahun	Pegawai/Karyawan	Mranggen
65	Perempuan	27 tahun	Pegawai/Karyawan	Mijen

66	Perempuan	34 tahun	IRT	Karanganyar
67	Perempuan	30 tahun	Wirausaha/Bisnis	Wonosalam
68	Perempuan	27 tahun	Pegawai/Karyawan	Mranggen
69	Laki-Laki	33 tahun	Wirausaha/Bisnis	Mranggen
70	Laki-Laki	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Wedung
71	Laki-Laki	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karanganyar
72	Laki-Laki	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karangawen
73	Perempuan	25 tahun	Pegawai/Karyawan	Karanganyar
74	Perempuan	32 tahun	Pegawai/Karyawan	Wedung
75	Laki-Laki	30 tahun	Pegawai/Karyawan	Kebonagung
76	Laki-Laki	34 tahun	Pegawai/Karyawan	Dempet
77	Laki-Laki	29 tahun	Wirausaha/Bisnis	Demak
78	Laki-Laki	25 tahun	Freelancer	Karangawen
79	Laki-Laki	25 tahun	Pegawai/Karyawan	Guntur
80	Laki-Laki	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Dempet
81	Laki-Laki	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Gajah
82	Perempuan	23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Guntur
83	Laki-Laki	26 tahun	Pegawai/Karyawan	Dempet
84	Laki-Laki	25 tahun	Pegawai/Karyawan	Bonang
85	Perempuan	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Bonang
86	Perempuan	30 tahun	Pegawai/Karyawan	Dempet
87	Perempuan	32 tahun	Pegawai/Karyawan	Wonosalam
88	Laki-Laki	23 tahun	Pegawai/Karyawan	Wonosalam
89	Laki-Laki	31 tahun	Pegawai/Karyawan	Demak
90	Perempuan	32 tahun	Pegawai/Karyawan	Sayung
91	Perempuan	26 tahun	Pegawai/Karyawan	Wedung
92	Perempuan	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karanganyar
93	Laki-Laki	29 tahun	Pegawai/Karyawan	Karangtengah
94	Perempuan	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Karangtengah
95	Perempuan	26 tahun	Pegawai/Karyawan	Mijen
96	Laki-Laki	35 tahun	Dosen	Karangawen
97	Perempuan	34 tahun	Pegawai/Karyawan	Karanganyar
98	Perempuan	25 tahun	Freelancer	Sayung
99	Perempuan	36 tahun	Wirausaha/Bisnis	Kebonagung
100	Laki-Laki	20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Demak

USER SATISFACTION											
NO RES	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X1 .7	X1 .8	X1 .9	T O T A L	
1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41	
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	21	
3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	40	
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29	
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	
8	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43	
9	5	4	4	5	4	5	4	4	5	40	
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	
12	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	
13	5	5	4	4	5	5	5	5	4	42	
14	5	4	5	5	5	5	5	5	3	42	
15	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	
16	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40	
17	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29	
18	4	4	5	5	4	5	4	5	5	41	
19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
23	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43	
24	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	
25	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40	
26	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38	
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	
29	2	1	2	2	2	2	2	1	2	16	

EASE OF USE											
NO. RES	X2.1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X2 .7	X2 .8	X2 .9	T O T A L	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	11	
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	
4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36	
5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29	
6	3	4	3	4	3	3	4	4	3	31	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
9	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
12	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
14	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37	
15	5	5	4	5	5	5	5	4	4	42	
16	4	3	3	4	3	3	4	3	3	30	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
18	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40	
19	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39	
20	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30	
21	2	2	1	2	1	1	2	2	1	14	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	
24	4	5	4	4	5	5	4	5	5	41	
25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	
26	5	4	5	4	4	4	5	4	4	40	
27	4	4	4	4	5	5	4	4	4	39	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
29	1	1	1	2	1	1	1	1	1	10	

30	4	4	5	4	4	5	5	5	4	40
31	3	4	4	4	4	3	4	3	4	33
32	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
34	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
36	2	3	3	2	2	3	2	3	3	23
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
38	3	4	3	4	3	4	4	4	3	32
39	3	2	3	3	2	2	3	2	2	22
40	4	4	4	5	4	4	3	4	3	35
41	4	3	3	3	4	4	3	3	4	31
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
44	4	5	4	4	4	4	5	5	4	39
45	4	5	4	4	4	4	5	5	5	40
46	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
48	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31
49	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
52	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
53	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
54	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
55	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
56	1	2	1	2	1	1	1	2	1	12
57	5	5	4	5	5	4	5	5	5	43
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
61	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35

30	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
31	5	3	5	4	4	4	5	4	5	38
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
34	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
35	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
36	2	3	2	2	2	2	2	2	3	20
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
39	3	2	3	2	2	2	2	2	2	20
40	4	4	5	5	5	5	4	4	5	41
41	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
44	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
45	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
46	4	5	4	4	5	5	4	4	4	39
47	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
48	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
49	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
51	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
53	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
54	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40
55	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
56	2	1	1	1	1	1	1	1	1	10
57	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
58	5	5	5	4	5	5	5	4	5	43
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	3	3	3	3	3	4	4	4	3	31

62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
63	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
64	1	1	1	1	1	1	1	1	2	10
65	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
66	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
67	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
68	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
69	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
70	4	4	4	5	5	5	4	5	5	41
71	4	4	4	4	3	4	5	4	5	37
72	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
73	4	4	3	4	4	4	4	4	5	36
74	5	4	4	4	4	4	4	5	5	39
75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
77	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
78	4	5	4	5	5	5	4	5	5	42
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
80	3	4	4	4	4	4	4	3	3	33
81	4	3	4	3	4	4	4	3	3	32
82	3	3	4	3	3	4	3	4	4	31
83	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
84	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
85	2	2	2	2	1	1	2	2	2	16
86	5	5	5	4	4	5	5	4	4	41
87	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
89	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
90	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42
91	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
92	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32
93	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35

62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	26
64	2	2	2	1	2	3	2	2	2	18
65	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
66	3	3	4	3	4	4	3	4	3	31
67	4	5	5	5	4	5	5	5	4	42
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
71	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
75	4	4	3	4	4	4	4	3	3	33
76	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
77	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
78	5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
80	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38
81	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
84	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
85	1	2	1	1	1	1	1	1	2	11
86	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
87	3	3	4	4	4	3	3	4	4	32
88	3	3	4	4	4	3	3	4	3	31
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
90	3	4	4	4	4	3	5	4	4	35
91	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
92	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
93	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41

94	4	5	5	5	4	4	5	4	5	41
95	3	3	3	2	3	2	3	2	3	24
96	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
97	5	4	5	5	5	4	5	4	5	42
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
99	2	1	1	2	2	2	2	2	2	16
100	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40

94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
95	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
96	4	4	5	5	5	5	4	4	5	41
97	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
98	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
99	1	1	2	1	1	1	1	1	1	10
100	4	5	5	5	5	4	4	4	4	41

SECURITY										
NO RES	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5	X3 .6	X3 .7	X3 .8	X3 .9	T O T A L
1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	10
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
7	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
10	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
11	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
12	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
13	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
15	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
16	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34
17	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
18	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
19	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
20	3	4	4	3	4	4	4	3	3	32
21	1	2	1	1	2	1	1	1	1	11

LOYALITAS										
NO. RES	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	T O T A L
1	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
2	1	2	1	3	1	3	2	2	1	16
3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
4	3	4	3	5	5	4	5	4	4	37
5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
6	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
7	4	4	3	5	3	5	5	4	3	36
8	4	5	4	4	4	4	5	5	5	40
9	4	5	4	4	4	4	5	5	4	39
10	3	4	4	4	4	4	5	4	4	36
11	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
12	3	4	3	4	3	4	5	4	4	34
13	3	4	4	4	4	5	5	5	4	38
14	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40
15	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
16	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
17	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38
18	3	4	3	4	3	3	5	4	3	32
19	3	4	3	5	4	4	4	4	4	35
20	3	4	3	4	4	4	4	5	4	35
21	1	1	1	1	1	2	1	2	1	11

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
25	4	5	4	4	4	5	4	5	5	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
31	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
32	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	5	5	4	4	4	5	4	3	4	38
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
36	2	2	2	2	2	2	2	3	2	19
37	4	5	4	4	5	5	4	5	5	41
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	1	1	1	2	2	1	1	1	1	11
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
41	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
42	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
43	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
44	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
45	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
47	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
48	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
49	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
50	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
51	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
53	5	4	5	5	5	4	5	4	5	42

22	4	4	3	5	4	4	4	4	4	36
23	3	4	3	4	5	5	4	5	4	37
24	3	5	4	3	3	3	4	5	4	34
25	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
26	4	5	4	4	5	4	5	5	5	41
27	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
28	4	5	3	4	4	3	4	4	4	35
29	2	4	2	2	2	2	3	3	2	22
30	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40
31	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
32	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
33	4	4	3	4	3	3	4	5	3	33
34	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
36	2	2	2	2	2	2	3	2	3	20
37	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
38	3	4	4	4	3	3	4	4	3	32
39	2	3	2	2	2	2	3	2	2	20
40	5	5	4	4	4	5	5	5	4	41
41	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
42	3	5	3	4	3	5	4	5	4	36
43	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
44	5	4	4	4	5	5	5	5	4	41
45	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
46	3	4	3	4	4	3	5	4	4	34
47	3	5	4	4	4	4	4	4	4	36
48	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
49	5	5	4	5	4	4	4	5	4	40
50	5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
51	3	4	4	4	5	5	4	5	4	38
52	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40
53	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41

54	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
56	1	2	2	2	2	2	1	2	1	15
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
59	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
61	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
63	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34
64	1	1	2	1	1	2	1	2	2	13
65	4	5	4	5	4	4	4	5	4	39
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
68	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
70	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
71	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
73	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
74	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
75	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
76	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
78	4	5	4	5	5	4	5	5	5	42
79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	5	4	4	4	5	5	5	4	5	41
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
84	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18

54	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
55	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
56	1	2	1	1	1	1	2	2	1	12	
57	4	5	5	5	4	5	5	5	4	42	
58	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29	
59	4	5	5	4	4	5	4	5	4	40	
60	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37	
61	3	3	3	4	3	4	3	5	3	31	
62	4	5	3	4	3	4	4	5	3	35	
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	
64	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21	
65	4	5	4	4	4	5	5	5	5	41	
66	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39	
67	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43	
68	3	4	3	3	3	3	4	4	3	30	
69	4	4	3	4	4	5	4	5	3	36	
70	3	4	3	4	4	4	5	4	3	34	
71	3	4	4	4	4	4	5	4	5	37	
72	4	5	3	4	4	5	4	4	4	37	
73	3	4	4	3	4	3	3	4	4	32	
74	4	5	4	4	5	4	5	5	5	41	
75	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40	
76	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39	
77	3	4	3	3	3	3	3	4	3	29	
78	4	5	4	5	4	5	5	5	5	42	
79	3	4	3	4	3	3	3	4	4	31	
80	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	
81	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	
82	3	4	4	4	4	5	4	4	4	36	
83	3	4	4	5	3	4	5	5	4	37	
84	4	5	3	4	3	3	5	4	3	34	
85	2	2	1	2	1	2	2	2	2	16	

86	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
87	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
88	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
89	2	2	2	2	2	1	2	3	2	18
90	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
91	4	5	5	4	5	5	5	4	5	42
92	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
95	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
96	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
99	1	1	1	1	1	1	1	2	1	10
100	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33

86	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	4	4	4	4	4	5	5	5	4	40
89	1	2	2	2	1	1	2	2	1	14
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
91	3	5	3	3	3	4	4	4	4	33
92	3	3	3	4	3	3	3	5	3	30
93	4	5	3	4	3	3	4	5	3	34
94	4	5	3	4	3	5	5	4	4	37
95	2	3	3	3	3	4	3	3	3	27
96	4	4	4	5	5	5	4	5	4	40
97	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
98	3	4	3	4	3	3	4	5	3	32
99	1	2	1	3	1	1	2	2	1	14
100	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40

2. Uji Validitas 30 Responden

- ❖ Uji Validitas : Pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
- ❖ $r_{tabel} (5\%) \rightarrow 0,361$

X1 User Satisfaction

Correlations											
X1_01	Pearson Correlation	1	.166	.050	.338	.279	.332	.259	-.108	.230	.502**
	Sig. (2-tailed)		.381	.795	.067	.136	.073	.167	.570	.220	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_02	Pearson Correlation	.166	1	-.074	-.190	.416*	.200	.370*	.109	.340	.445*
	Sig. (2-tailed)	.381		.697	.314	.022	.289	.044	.566	.066	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_03	Pearson Correlation	.050	-.074	1	.252	.083	.467**	.144	.013	.179	.486**
	Sig. (2-tailed)	.795	.697		.179	.663	.009	.448	.948	.345	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_04	Pearson Correlation	.338	-.190	.252	1	.207	-.018	-.030	.226	.101	.433*
	Sig. (2-tailed)	.067	.314	.179		.272	.924	.875	.230	.594	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_05	Pearson Correlation	.279	.416*	.083	.207	1	.322	.330	.256	.371*	.700**
	Sig. (2-tailed)	.136	.022	.663	.272		.083	.075	.172	.044	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_06	Pearson Correlation	.332	.200	.467**	-.018	.322	1	.380*	.073	-.085	.565**
	Sig. (2-tailed)	.073	.289	.009	.924	.083		.038	.703	.657	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_07	Pearson Correlation	.259	.370*	.144	-.030	.330	.380*	1	.150	.289	.581**
	Sig. (2-tailed)	.167	.044	.448	.875	.075	.038		.428	.121	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_08	Pearson Correlation	-.108	.109	.013	.226	.256	.073	.150	1	.265	.439*
	Sig. (2-tailed)	.570	.566	.948	.230	.172	.703	.428		.157	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_09	Pearson Correlation	.230	.340	.179	.101	.371*	-.085	.289	.265	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.220	.066	.345	.594	.044	.657	.121	.157		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.502**	.445*	.486**	.433*	.700**	.565**	.581**	.439*	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.014	.006	.017	.000	.001	.001	.015	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**, Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

X₂ Ease Of Use

Correlations

		X ₂ _1	X ₂ _2	X ₂ _3	X ₂ _4	X ₂ _5	X ₂ _6	X ₂ _7	X ₂ _8	X ₂ _9	X ₂ _TOTAL
X ₂ _1	Pearson Correlation	1	.306	.224	.340	.312	.048	.391*	.190	.581**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.100	.235	.066	.093	.803	.033	.315	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _2	Pearson Correlation	.306	1	.293	.366*	.143	.126	-.075	.071	.436*	.524**
	Sig. (2-tailed)	.100		.116	.047	.453	.509	.695	.709	.016	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _3	Pearson Correlation	.224	.293	1	.361	.106	.174	.093	.197	.372*	.542**
	Sig. (2-tailed)	.235	.116		.050	.577	.357	.627	.296	.043	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _4	Pearson Correlation	.340	.366*	.361	1	.336	.083	.090	.270	.618**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.066	.047	.050		.070	.665	.635	.149	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _5	Pearson Correlation	.312	.143	.106	.336	1	.386*	.341	.167	.562**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.093	.453	.577	.070		.035	.065	.377	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _6	Pearson Correlation	.048	.126	.174	.093	.386*	1	.131	.163	.176	.443*
	Sig. (2-tailed)	.803	.509	.357	.665	.035		.490	.388	.352	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _7	Pearson Correlation	.391*	-.075	.093	.090	.341	.131	1	.230	.193	.427*
	Sig. (2-tailed)	.033	.695	.627	.635	.065	.490		.221	.307	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _8	Pearson Correlation	.190	.071	.197	.270	.167	.163	.230	1	.219	.485**
	Sig. (2-tailed)	.315	.709	.296	.149	.377	.388	.221		.244	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _9	Pearson Correlation	.581**	.436*	.372*	.618**	.562**	.176	.193	.219	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.001	.016	.043	.000	.001	.352	.307	.244		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₂ _TOTAL	Pearson Correlation	.652**	.524**	.542**	.679**	.636**	.443*	.427*	.485**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.002	.000	.000	.014	.019	.007	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

X₃ Security

Correlations

		X ₃ _1	X ₃ _2	X ₃ _3	X ₃ _4	X ₃ _5	X ₃ _6	X ₃ _7	X ₃ _8	X ₃ _9	X ₃ _TOTAL
X ₃ _1	Pearson Correlation	1	.183	.319	.027	.087	.118	.231	.458*	.288	.581**
	Sig. (2-tailed)		.332	.086	.887	.649	.535	.220	.011	.122	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _2	Pearson Correlation	.183	1	.328	.191	.389*	-.020	.262	.205	.307	.570**
	Sig. (2-tailed)	.332		.077	.311	.033	.918	.161	.276	.099	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _3	Pearson Correlation	.319	.328	1	.325	.274	.356	.200	.019	.120	.619**
	Sig. (2-tailed)	.086	.077		.080	.143	.053	.290	.920	.526	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _4	Pearson Correlation	.027	.191	.325	1	.399*	.181	.271	.191	.447*	.659**
	Sig. (2-tailed)	.887	.311	.080		.029	.339	.147	.311	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _5	Pearson Correlation	.087	.389*	.274	.399*	1	.035	.045	-.220	.391*	.503**
	Sig. (2-tailed)	.649	.033	.143	.029		.855	.812	.242	.033	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _6	Pearson Correlation	.118	-.020	.356	.181	.035	1	.342	-.156	-.054	.369*
	Sig. (2-tailed)	.535	.918	.053	.339	.855		.064	.409	.777	.045
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _7	Pearson Correlation	.231	.262	.200	.271	.045	.342	1	-.038	-.108	.416*
	Sig. (2-tailed)	.220	.161	.290	.147	.812	.064		.843	.569	.022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _8	Pearson Correlation	.458*	.205	.019	.191	-.220	-.156	-.038	1	.290	.407*
	Sig. (2-tailed)	.011	.276	.920	.311	.242	.409	.843		.119	.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _9	Pearson Correlation	.288	.307	.120	.447*	.391*	-.054	-.108	.290	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.122	.099	.526	.013	.033	.777	.569	.119		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X ₃ _TOTAL	Pearson Correlation	.581**	.570**	.619**	.659**	.503**	.369*	.416*	.407*	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.005	.045	.022	.026	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Y Loyalitas

Correlations										
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y_TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.429*	.493**	.184	.328	.366*	.239	.200	.452**
	Sig. (2-tailed)		.018	.006	.330	.077	.047	.204	.289	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.429*	1	.454*	.227	.288	.375*	.086	.266	.325
	Sig. (2-tailed)	.018		.012	.227	.123	.041	.650	.156	.080
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.493**	.454*	1	.514**	.722**	.418*	.495**	.396*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.006	.012		.004	.000	.022	.005	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.184	.227	.514**	1	.317	.015	.416*	.421*	.237
	Sig. (2-tailed)	.330	.227	.004		.088	.937	.022	.021	.208
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.328	.288	.722**	.317	1	.226	.295	.091	.394**
	Sig. (2-tailed)	.077	.123	.000	.088		.230	.114	.631	.031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.366*	.375*	.418*	.015	.226	1	.079	.317	.258
	Sig. (2-tailed)	.047	.041	.022	.937	.230		.680	.088	.169
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.239	.086	.495**	.416*	.295	.079	1	.360	.479**
	Sig. (2-tailed)	.204	.650	.005	.022	.114	.680		.050	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.200	.266	.396*	.421*	.091	.317	.360	1	.338
	Sig. (2-tailed)	.289	.156	.030	.021	.631	.088	.050		.068
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.452*	.325	.649**	.237	.394*	.258	.479**	.338	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.080	.000	.208	.031	.169	.007	.068	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.640**	.604**	.890**	.555**	.623**	.561**	.579**	.596**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

3. Uji Reliabilitas 30 Responden

X₁ :

X₂ :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	9

X₃ :

Y :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.666	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	9

4. Uji Validitas 100 Responden

X1 User Satisfaction

		Correlations									
		X1_01	X1_02	X1_03	X1_04	X1_05	X1_06	X1_07	X1_08	X1_09	TOTAL_X1
X1_01	Pearson Correlation	1	.823**	.870**	.831**	.857**	.861**	.866**	.861**	.833**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_02	Pearson Correlation	.823**	1	.826**	.837**	.807**	.822**	.826**	.860**	.821**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_03	Pearson Correlation	.870**	.826**	1	.833**	.822**	.845**	.841**	.846**	.815**	.923**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_04	Pearson Correlation	.831**	.837**	.833**	1	.842**	.866**	.832**	.847**	.804**	.922**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_05	Pearson Correlation	.857**	.807**	.822**	.842**	1	.868**	.837**	.850**	.804**	.923**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_06	Pearson Correlation	.861**	.822**	.845**	.866**	.868**	1	.850**	.871**	.817**	.937**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_07	Pearson Correlation	.866**	.826**	.841**	.832**	.837**	.850**	1	.850**	.813**	.926**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_08	Pearson Correlation	.861**	.860**	.846**	.847**	.850**	.871**	.850**	1	.864**	.942**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_09	Pearson Correlation	.833**	.821**	.815**	.804**	.804**	.817**	.813**	.864**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.936**	.914**	.923**	.922**	.923**	.937**	.926**	.942**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

X₂ Ease of Use

Correlations

	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	TOTAL_X2	
X2_1	Pearson Correlation	1	.847**	.875**	.866**	.873**	.881**	.854**	.889**	.863**	.938**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.847**	1	.829**	.873**	.859**	.882**	.878**	.876**	.879**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.875**	.829**	1	.874**	.872**	.871**	.827**	.907**	.871**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.866**	.873**	.874**	1	.881**	.863**	.871**	.897**	.880**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	.873**	.859**	.872**	.881**	1	.899**	.862**	.879**	.895**	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.881**	.882**	.871**	.863**	.899**	1	.852**	.860**	.877**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.854**	.878**	.827**	.871**	.862**	.852**	1	.884**	.859**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.889**	.876**	.907**	.897**	.879**	.860**	.884**	1	.902**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.863**	.879**	.871**	.880**	.895**	.877*	.859**	.902**	1	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.938**	.934**	.935**	.944**	.947**	.943**	.930**	.955**	.947**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

X₃ Security

Correlations

	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	TOTAL_X3	
X3_1	Pearson Correlation	1	.859**	.895**	.879**	.876**	.888**	.882**	.800**	.919**	.947**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.859**	1	.869**	.853**	.866**	.861**	.864**	.816**	.879**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.895**	.869**	1	.880**	.895**	.889**	.882**	.807**	.900**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.879**	.853**	.880**	1	.867**	.853**	.865**	.814**	.882**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.876**	.866**	.895**	.867**	1	.856**	.878**	.826**	.884**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	.888**	.861**	.889**	.853**	.856**	1	.873**	.826**	.898**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_7	Pearson Correlation	.882**	.864**	.882**	.865**	.878**	.873**	1	.817**	.892**	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_8	Pearson Correlation	.800**	.816**	.807**	.814**	.826**	.826**	.817**	1	.866**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_9	Pearson Correlation	.919**	.879**	.900**	.882**	.884**	.898**	.892**	.866**	1	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.947**	.932**	.949**	.935**	.941**	.941**	.942**	.895**	.962**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Y : Loyalitas

Correlations

	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	TOTAL_Y	
Y_1	Pearson Correlation	1	.781**	.747**	.712**	.751**	.704**	.696**	.770**	.734**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.781**	1	.673**	.662**	.682**	.606**	.788**	.735**	.750**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.747**	.673**	1	.635**	.750**	.690**	.658**	.730**	.763**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.712**	.662**	.635**	1	.719**	.707**	.727**	.732**	.692**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.751**	.682**	.750**	.719**	1	.750**	.723**	.712**	.849**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	.704**	.606**	.690**	.707**	.750**	1	.641**	.674**	.752**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_7	Pearson Correlation	.696**	.788**	.658**	.727**	.723**	.641**	1	.669**	.727**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_8	Pearson Correlation	.770**	.735**	.730**	.732**	.712**	.674**	.669**	1	.699**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_9	Pearson Correlation	.734**	.750**	.763**	.692**	.849**	.752**	.727**	.699**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.886**	.855**	.856**	.842**	.895**	.841**	.850**	.860**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

5. Reliabilitas

Cronbach Alpha > 0,6 maka kuesioner disebut reliabel.

X₁ :User Satisfaction

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.979	9

X₃ : Security

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.983	9

X₂ : Ease of Use

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.984	9

Y : Loyalitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	9

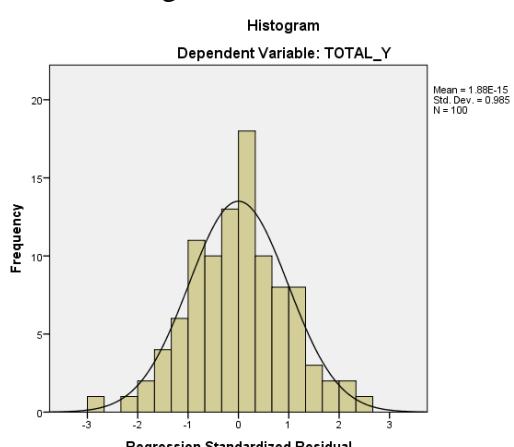
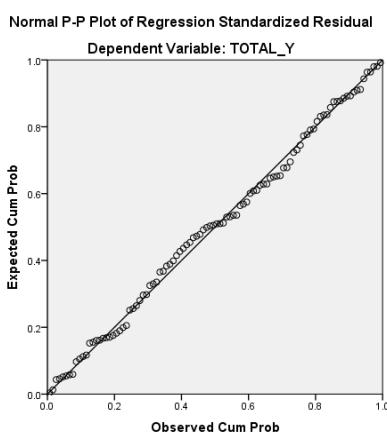
6. Uji Asumsi Klasik

1) Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.85388769
Most Extreme Differences	
Absolute	.044
Positive	.044
Negative	-.038
Test Statistic	.044
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



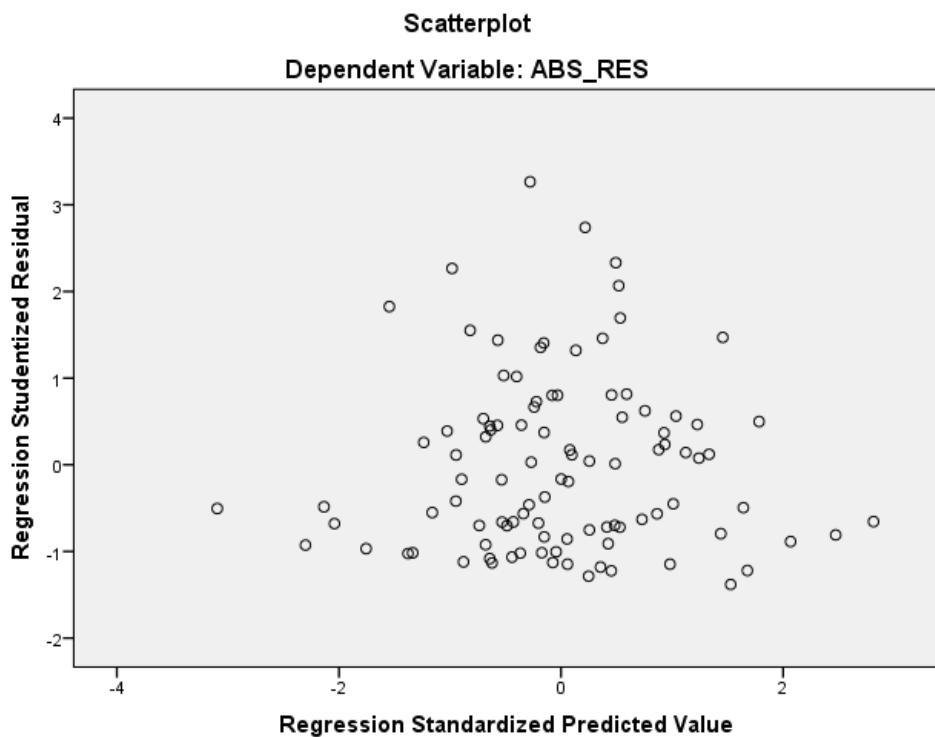
2) Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.796	.857		3.263	.002		
TOTAL_X1	.027	.027	.133	1.032	.305	.610	1.640
TOTAL_X2	-.025	.027	-.130	-.936	.352	.529	1.889
TOTAL_X3	-.018	.028	-.089	-.654	.514	.548	1.825

a. Dependent Variable: ABS_RES

3) Heteroskedatisitas

❖ Uji Scatterplot



❖ Uji Glejser

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.796	.857		3.263	.002	
TOTAL_X1	.027	.027	.133	1.032	.305	
TOTAL_X2	-.025	.027	-.130	-.936	.352	
TOTAL_X3	-.018	.028	-.089	-.654	.514	

a. Dependent Variable: ABS_RES

7. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.182	1.400		2.988	.004
TOTAL_X1	.392	.043	.473	9.062	.000
TOTAL_X2	.274	.044	.349	6.230	.000
TOTAL_X3	.211	.046	.252	4.586	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

8. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4257.387	3	1419.129	168.960	.000 ^b
Residual	806.323	96	8.399		
Total	5063.710	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

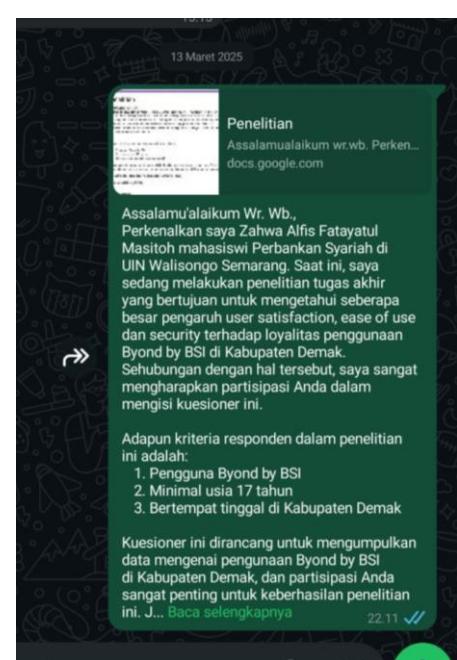
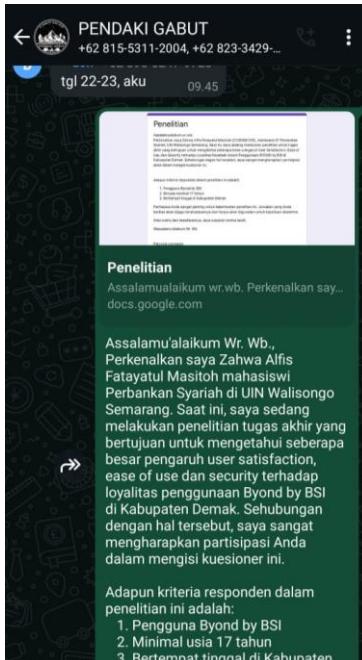
9. Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.836	2.898

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama : Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 01 September 2003
Alamat : Ds. Tlogorejo Kec. Karangawen
Kab. Demak
Email : zhwalf@gmail.com



II. Riwayat Pendidikan

UIN Walisongo Semarang : (2021- 2025)
MAN 1 Kota Semarang : (2018-2021)
SMP Al-Muqoddasah : (2015-2018)
SD Al-Muqoddasah : (2009-2015)

III. Pengalaman Organisasi & Magang

BSI kcp Semarang Manyaran (2 September – 3 Desember 2024)
PT. Trans Retail Indonesia (17 Maret 2024 – 16 April 2024)
KSPM Walisongo (Agustus 2021- Juni 2022)

Hormat Saya

(Zahwa Alfis Fatayatul Masitoh)