

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, ANTARMUKA, DAN PENGALAMAN
PENGGUNA TERHADAP NIAT PENGGUNAAN BYOND BY BSI SECARA
BERKELANJUTAN (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG)**

SKRIPSI

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



Oleh:

NABILA ASLA MUFAHRIDA

NIM. 2105036160

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

TAHUN 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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
Nabila Asla Mufahrida

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

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim
naskah skripsi saudara:

Nama : Nabila Asla Mufahrida
NIM : 2105036160
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna,
dan Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by
BSI Secara Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota
Semarang)

Dengan ini kami setujui dan mohon kiranya dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Semarang, 05 Maret 2025

Pembimbing I

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP. 197108301998031003

Pembimbing II

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

LEMBAR PENGESAHAN



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

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Nabila Asia Mufahrida
NIM : 2105036160
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Antarmuka, dan Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang)

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

17 April 2025

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

Semarang, 21 April 2025

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Dr. A. Turmudi, SH.,M.Ag.

NIP. 196907082005011004

Sekretaris Sidang

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.

NIP. 198503272018012001

Penguji I

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.

NIP. 198907082019032018



Penguji II

Marchiyaturrositaningsih, M.E.

NIP. 199303112019032020

Pembimbing I

Dr. H. Ali Murtadho, M.Ag.

NIP. 197108301998031003

Pembimbing II

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.

NIP. 198503272018012001

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tetapi Allah berjanji bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah ayat 5-6)

Ada banyak warna dihidup ini, yang kamu perlu hanyalah tetap membuka mata dan mensyukurinya. (Ustadzah Halimah Alaydrus)

Hal yang indah tentang hidup adalah kamu bisa berubah , tumbuh, dan menjadi lebih baik. kamu tidak ditentukan oleh masa lalu atau kesalahanmu. (Kind Reminder)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan penelitian skripsi ini dapat selesai dan terlaksana dengan baik. Dengan rasa bangga, karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Teruntuk panutanku Alm. Bapak Mahfudz,S.Ag.,M.Pdi., terima kasih sudah senantiasa mendoakan, memberikan dukungan dan selalu mengusahakan yang terbaik untuk putrinya selama ini.
2. Kepada ibuku tersayang Ibu Istianah, terima kasih untuk segala doa yang dipanjatkan untuk putra putrinya dengan tulus dan kasih sayang serta kesabaran yang diberikan. Peneliti bisa sampai pada titik ini tentunya berkat doa dan dukungan dari ibu yang kuat pula. Semoga peneliti dapat selalu bersama dan membuat ibu lebih bangga.
3. Kepada Mas Wahfi dan Mba Ainul terima kasih sudah menjadi kakak yang baik, selalu memberi semangat dan perhatian selama peneliti menyusun skripsi ini.
4. Adikku Izza M. Pasha terima kasih sudah menghibur peneliti dan atas kerjasamanya di rumah sudah menjadi adik yang baik dalam membantu peneliti.
5. Kepada teman dekatku Zakia, Rinda, dan Zahwa terima kasih atas kebersamaannya dari mahasiswa baru hingga sekarang masih berteman baik, selalu menyemangati, bergurau bersama, menjadi tempat bercerita, dan bantuannya hingga peneliti akhirnya bisa menyelesaikan studi dengan baik.
6. Terakhir untuk diri sendiri, Nabila Asla Mufahruda terima kasih sudah berusaha keras dalam mewujudkan gelar ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, saya Nabila Asla Mufahrida menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis orang lain atau di terbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam refrensi yang dijadikan bahan rujukan Dengan demikian deklarasi ini dibuat peneliti dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 12 Februari 2025

Deklator



Nabila Asla Mufahrida

ABSTRAK

Byond by BSI merupakan aplikasi *Super App* terbaru dari Bank Syariah Indonesia yang diluncurkan untuk menggantikan BSI Mobile dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan digital. Byond by BSI diharapkan mampu memberikan kemudahan penggunaan, antarmuka yang intuitif, serta pengalaman pengguna yang positif guna mendorong niat penggunaan secara berkelanjutan. Namun, dalam implementasinya Byond menghadapi sejumlah tantangan seperti gangguan layanan, antarmuka yang kurang responsif, serta keluhan terkait pengalaman pengguna pasca migrasi. Berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan bahwa 93,3% partisipan pra-riset tidak menunjukkan dukungan dalam niat menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, antarmuka, dan pengalaman pengguna terhadap niat penggunaan aplikasi Byond by BSI. 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 berskala likert lima poin. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan SPSS 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan, antarmuka, dan pengalaman pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Byond by BSI, Persepsi Kemudahan, Antarmuka Pengguna, Pengalaman Pengguna, Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan

ABSTRACT

Byond by BSI is the latest Super App application from Bank Syariah Indonesia launched to replace BSI Mobile in improving the quality of digital banking services. Byond by BSI is expected to provide ease of use, an intuitive interface, and a positive user experience to encourage continued usage intentions. However, in its implementation, Byond faced a number of challenges such as service disruptions, less responsive interfaces, and complaints related to post-migration user experiences. Based on the results of initial observations, it showed that 93.3% of pre-research participants did not show support in the intention to use the application continuously.

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, user interface, and user experience on the intention to use the Byond by BSI application. The method used in this study is quantitative with a purposive sampling technique involving 100 respondents determined using the lemeshow formula. Data was obtained from the distribution of questionnaires using a five-point likert scale. The data analysis technique in this study uses a multiple linear regression model with SPSS 25. The results of the analysis show that perceived ease of use, user interface, and user experience have a positive and significant influence on the intention to use Byond by BSI in a sustainable manner.

Keywords: *Byond by BSI, Perceived Ease of Use, User Interface, User Experience, Behavior Intention to Use*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Antarmuka, dan Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Beyond by BSI Secara Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang” . Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik moril ataupun materil. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian penelitian ini, terkhusus 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 Mardhiyaturositaningsih, ME. Selaku sekretaris prodi perbankan syariah yang selalu memberikan informasi dan dukungan dalam hal akademik.
5. Bapak Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag. sebagai wali dosen yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan di UIN Walisongo.
6. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag. selaku dosen pembimbing pertama atas bimbingan dan dukungan yang diberikan selama masa penelitian.
7. Ibu Sokhikhatul Mawadah, M.E.I. 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 survey 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 penlitian 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.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Semarang, 13 Februari 2025

Nabila Asla Mufahrida

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMAWAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.2 Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan.....	14
2.1.3 Indikator Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan	14
2.1.5 Byond by BSI.....	15
2.1.6 Generasi Z	16
2.1.7 Persepsi Kemudahan Pengguna (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	17
2.1.8 Indikator Persepsi Kemudahan Pengguna.....	18
2.1.9 Antarmuka Pengguna (<i>User Interface</i>)	19
2.1.10 Indikator Antarmuka Pengguna	20
2.1.11 Pengalaman Pengguna (<i>User Experience</i>)	20
2.1.12 Indikator Pengalaman Pengguna.....	21

2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Hipotesis Penelitian	30
2.4 Kerangka Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.3.1 Variabel Dependen	35
3.3.2 Variabel Independen.....	36
3.4 Skala Pengukuran	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.6.4 Uji T (Uji Parsial)	44
3.6.5 Uji R Square (Uji Koefisien Determinasi)	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Deskripsi Bank Syariah Indonesia	46
4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	47
4.2 Uji Coba Awal (<i>Pilot Test</i>)	47
4.2.1 Uji Validitas 30 Responden.....	48
4.2.2 Uji Reliabilitas 30 Responden.....	49
4.3 Karakteristik Responden	50
4.3.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.3.2 Berdasarkan Usia	51
4.3.3 Berdasarkan Pekerjaan	51
4.3.4 Berdasarkan Alamat.....	52
4.4 Deskripsi Jawaban Responden	53
4.4.1 Jawaban Responden Variabel X ₁	53
4.4.2 Jawaban Responden Variabel X ₂	53
4.4.3 Jawaban Responden Variabel X ₃	54
4.4.4 Jawaban Responden Variabel Y	55
4.5 Hasil Analisis Data	55

4.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	55
4.5.2	Hasil Uji Instrumen.....	57
4.5.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.5.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.5.5	Hasil UJI T (Parsial)	65
4.5.6	Hasil Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	66
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.6.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan Pada Generasi Z di Kota Semarang	67
4.6.2	Pengaruh Antarmuka Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan Pada Generasi Z di Kota Semarang	68
4.6.3	Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan Pada Generasi Z di Kota Semarang	70
BAB V	PENUTUP	72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran.....	73
	DAFTAR PUSTAKA.....	74
	LAMPIRAN	80
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Generasi Kota Semarang	4
Tabel 1. 2 Jumlah Generasi Z Per Kecamatan di Kota Semarang	5
Tabel 1. 3 Distribusi Rating Byond by BSI	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas (Pilot Test).....	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas (Pilot Test).....	49
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4. 4 Rentang Usia Responden.....	51
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4. 6 Alamat Responden.....	52
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Persepsi Kemudahan Pengguna	53
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Antarmuka Pengguna.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Jawaban Responden Pengalaman Pengguna	54
Tabel 4. 10 Hasil Jawaban Responden Niat Penggunaan	55
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel X ₁	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel X ₂	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel X ₃	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Y	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Park)	63
Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 21 Hasil Uji T Parsial	65
Tabel 4. 23 Hasil Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Deretan Bank Syariah Terbesar di Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 Aplikasi Byond By BSI	6
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram	60
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	61
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital menjadi pengaruh utama dalam kecanggihan teknologi terhadap suatu negara yang sangat jelas¹. Perkembangan teknologi di Indonesia sangat berkaitan dengan aktivitas dalam berbagai bidang, termasuk sektor perbankan. Dengan kemajuan teknologi, aplikasi perbankan digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan dan kemajuan perbankan era digital saat ini mengalami perubahan yang sangat berpengaruh dalam dinamika hubungan dan penyediaan layanan kepada para nasabah².

Perubahan tersebut adalah dengan hadirnya aplikasi perbankan digital yang menyediakan berbagai layanan keuangan digital dalam satu platform. Adanya *Super App* sering dibandingkan dengan mobile banking, namun yang menjadi perbedaan mendasar hanyalah dalam cakupan fungsionalitasnya saja. *Mobile banking* pada umumnya menyediakan layanan dasar seperti transfer, pembayaran tagihan, dan sejenisnya. Menurut Asian Banking and Finance, *Super App* memiliki layanan keuangan digital dengan cakupan lebih luas dan kompleks yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengguna, mulai dari transaksi keuangan, investasi, hingga layanan gaya hidup³.

Saat ini, *Super App* menjadi *one-stop solution* untuk semua kebutuhan dan permintaan nasabah. Meningkatnya adopsi *open banking* dan kemajuan teknologi memungkinkan perusahaan perbankan berlomba meningkatkan layanan dengan berinovasi dan menghadirkan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna. Selain bersaing dalam hal produk, hal tersebut juga mendorong bank untuk memberikan kualitas layanan dan kemudahan akses, sehingga pengguna dapat menikmati layanan keuangan yang efisien dan terintegrasi⁴.

¹ Muyassarah Muyassarah, “Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Cara Mendidik Anak Dan Dampaknya Terhadap Budget Keuangan Keluarga Muslim,” *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2019): 1–14, <https://doi.org/10.36407/berdaya.v1i1.101>.

² Youj in Choi, *Digital Banks : Lessons From Korea*, 2nd ed. (World Bank Group, 2020).

³ Asian Banking and Finance, “Bagaimana Superapp Mengubah Lanskap Perbankan Digital?,” 2022, <https://asianbankingandfinance.net-indonesian/exclusive/bagaimana-superapp-mengubah-lanskap-perbankan-digital#:~:text=Asian%20Banking%26%20Finance%20berbicara%20dengan%20tiga%20pakar,multi-vertikal%20yang%20terhubung%20secara%20erat%20dengan%20dompet%20seluler>.

⁴ Finance.

Dinamika perbankan di Indonesia yang kian pesat melahirkan persaingan sengit antar bank, termasuk PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang merupakan salah satu bank syariah terdepan jika dibandingkan dengan Bank Umum Syariah (BUS) lainnya. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang merupakan hasil merger dari tiga bank syariah yaitu PT Bank BRI Syariah, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi pada 1 Februari 2021.⁵

Menurut GoodStats sebagai platform yang berada di bawah naungan Good News From Indonesia dan berfokus pada penyajian informasi berkualitas dengan pendekatan data dan angka. GoodStats menghasilkan survei bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) menduduki posisi pertama lebih unggul dari Bank Umum Syariah (BUS) lainnya menurut nilai aset per Q1 pada tahun 2024 dengan rincian gambar sebagai berikut⁶.

Gambar 1.1
Deretan Bank Syariah Terbesar di Indonesia 2024



Sumber: GoodStats

⁵ Nur Syafina Putri Adinda, 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>.

⁶ Raka Lubis B., “Deretan Bank Syariah Terbesar Di Indonesia,” GoodStats, 2024, <https://goodstats.id/infographic/deretan-bank-syariah-terbesar-di-indonesia-Xi82e>.

BSI menyadari pentingnya menjalin hubungan yang harmonis dengan nasabahnya, membangun silaturahim, dan meningkatkan keterikatan emosional. Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) terbukti unggul dalam aspek *engagement* dan mampu meningkatkan rasa keterikatan emosional nasabah, menjadikannya salah satu bank syariah terbaik dalam membangun hubungan nasabah⁷. Bank Syariah Indonesia (BSI) terus bertransformasi untuk menghadirkan layanan perbankan yang mudah diakses dan berpusat pada nasabah. Komitmen ini terwujud melalui aplikasi *byond by BSI* sebagai platform digital yang menawarkan berbagai kemudahan dan fitur inovatif untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Konsistensi BSI dalam mengembangkan dan meningkatkan layanan keuangan digital membawa temuan yang gemilang⁸.

Bank syariah terbesar di Indonesia yaitu Bank Syariah Indonesia menghadirkan aplikasi baru sebagai kelanjutan dari BSI Mobile yang bernama *Byond by BSI* sebagai pembaharuan dari aplikasi sebelumnya yaitu BSI Mobile. *Byond by BSI* dirilis pada 18 Oktober 2024 dan telah resmi diluncurkan untuk umum pada tanggal 9 November 2024. *Byond By BSI* hadir dengan yang memenuhi semua kebutuhan pengguna seperti finansial, sosial, dan spiritual yang modern dan kekinian⁹.

Generasi Z memiliki gaya hidup yang modern dan *trendy* terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997-an hingga tahun 2012 juga dikenal sebagai *digital natives* yang sangat terhubung dengan teknologi. Generasi Z memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap aplikasi mobile termasuk dalam hal desain, kemudahan penggunaan, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Penelitian oleh Putri dan Wibowo menunjukkan bahwa generasi Z lebih cenderung mengadopsi teknologi yang menawarkan pengalaman yang menarik dan efisien. Oleh karena itu, memahami niat perilaku generasi Z dalam menggunakan *Byond by BSI* menjadi sangat penting untuk meningkatkan adopsi penggunaan¹⁰.

Berdasarkan hasil riset dan survei oleh Populix yang meluncurkan laporan dengan judul *Analysis of the Ecosystem and Perception of Digital Banks in Indonesia*. Dalam hasil studi surveinya pada 17 Juli 2024, generasi Z mendorong kuat pertumbuhan perbankan

⁷ Neni Maryamah, Mustika Widowati, and Rola Nurul Fajria, "Analisis Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Layanan, Dan Penggunaan M-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)", *Keunis*, 11.1 (2023), 58–72

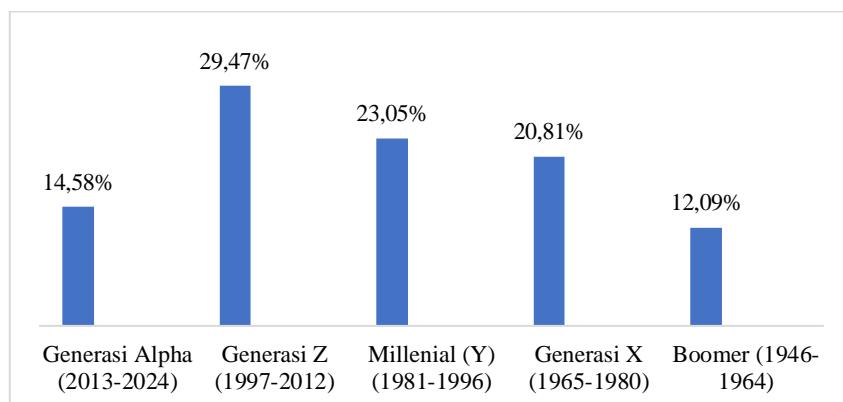
⁸ BSI, "Byond By BSI," 2024, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/byond-by-bsi>.

⁹ BSI.

¹⁰ N. Putri and A. Wibowo, "Exploring Generation Z's Acceptance of Mobile Banking: Evidence from Indonesia," *International Journal of Information Systems and Change Management* 14, no. 3 (2022): 199–215.

digital di Indonesia. Indah Tanip selaku Wakil Presiden Riset di Populix, menyatakan bahwa pengguna bank digital sebagian besar berasal dari Gen Z yang mencakup 60% sementara 40 % generasi milenial¹¹. Data terbaru pada 25 Juli 2024 Badan Pusat Statistik Kota Semarang diperoleh data klasifikasi Kota Semarang adalah sebagai berikut¹².

Tabel 1. 1
Persentase Generasi Kota Semarang



Sumber: BPS Kota Semarang Tahun 2023 (data diolah)

Sesuai dengan data tingginya jumlah Generasi Z di Kota Semarang sebesar 29,47% menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap layanan digital, termasuk mobile banking. Kota Semarang yang merupakan Ibu Kota Jawa Tengah dengan jumlah penduduk 1.694.743 jiwa dan mencakup 16 Kecamatan dan 177 kelurahan dalam data BPS Kota Semarang.¹³ Generasi Z semakin mendominasi di Kota Semarang dengan jumlah generasi Z yang mencapai sekitar 387.300 jiwa sesuai dengan tren urbanisasi dan pertumbuhan populasi di Kota Semarang. Hal ini sesuai dengan data terbaru per 15 Oktober 2024 pada situs Badan Pusat Statistik Kota Semarang berdasarkan jumlah penduduk kelompok umur pada tahun 2023 sebagai berikut.¹⁴

¹¹ Populix, “Analysis of the Ecosystem and Perception of Digital Banks in Indonesia,” accessed November 25, 2024, <https://info.populix.co/id/reports/digitalbanking2024>.

¹² Badan Pusat Statistik Kota Semarang, “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kota Semarang Tahun 2023,” n.d., <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDkjMg==/penduduk-kelompok-umur.html>.

¹³ Badan Pusat Statistik Kota Semarang, “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kota Semarang, 2023,” n.d. Terakhir Diperbarui : 22 Februari 2024.

¹⁴ “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (2023),” Badan Pusat Statistik Kota Semarang, accessed December 20, 2024, <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table?subject=519>.

Tabel 1. 2
Jumlah Generasi Z Per Kecamatan di Kota Semarang

No	Kecamatan	Jumlah Gen Z	No	Kecamatan	Jumlah Gen Z
1.	Mijen	18.599	9.	Genuk	29.639
2.	Gunungpati	22.727	10.	Gayamsari	16.825
3.	Banyumanik	32.539	11.	Semarang Timur	15.333
4.	Gajah Mungkur	12.898	12.	Semarang Utara	27.077
5.	Semarang Selatan	15.057	13.	Semarang Tengah	12.289
6.	Candisari	17.419	14.	Semarang Barat	35.502
7.	Tembalang	44.911	15.	Tugu	7.757
8.	Pedurungan	44.939	16.	Ngaliyan	33.790

Total : 387.300

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Semarang

Generasi Z di Kota Semarang dengan jumlah sekitar 387.300 jiwa merupakan objek penelitian yang relevan dalam konteks penggunaan mobile banking, khususnya super app Byond dari BSI. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh bersamaan dengan paparan teknologi dan internet. Oleh karena itu, Generasi Z terbiasa melakukan aktivitas dengan menggunakan internet atau teknologi digital apa pun yang mana menjadi sebuah kecakapan khusus yang membedakan dari generasi sebelumnya.¹⁵ Generasi Z juga dikenal sebagai *digital natives* yang menjadi segmen menguntungkan dari transformasi dunia perbankan saat ini¹⁶. Sebuah penelitian oleh Alalwan et al. mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi mobile banking sangat berdampak pada niat Generasi Z untuk mengadopsi teknologi tersebut. Hal ini semakin memperkuat kecenderungan dalam penggunaan layanan digital¹⁷.

Meskipun Byond By BSI terus berinovasi dan menawarkan berbagai fitur yang lengkap dan canggih, tetapi kenyataannya masih banyak pengguna yang merasa kurang dan mengalami gangguan dalam menggunakan aplikasi Byond By BSI. Kendala yang signifikan yaitu terkait kemudahan yang dirasakan dalam penggunaannya, antarmuka pengguna yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi, pengalaman pengguna yang

¹⁵ Ledis Julia et al., “The Impact of Perceived Risk and Technology Acceptance Model on Gen Z’s Adoption of Digital Banking,” *WSEAS Transactions on Computer Research* 12, no. 1 (2024): 1–18, <https://doi.org/10.37394/232018.2024.12.1>.

¹⁶ Aris Abdillah et al., “Utilization of Digital Banking Services for Generation Z Economic Sustainability,” *Research Horizon* 04, no. 1 (2024): 11–22.

¹⁷ Alalwan A.A., Dwivedi Y.K., and Rana N.P., “Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Customers: A Study in Jordan,” *Journal of Enterprise Information Management*, 2021.

dibuktikan dengan banyaknya ulasan pengguna Byond By BSI yang menunjukkan berbagai permasalahan yang dirasakan oleh pengguna. Layanan mobile banking BSI telah menunjukkan dampak yang menonjol dengan bukti yang terlihat pada jumlah unduhan di play store yang mencapai 100rb+ *download* pengguna dan mendapatkan penilaian dengan skor 3,8 dari skala maksimum 5 rating bintang.

Gambar 1.2
Aplikasi Byond By BSI



Sumber: Play Store (21/11/2024)

Berdasarkan dari hasil analisis simulasi data pada aplikasi Byond By BSI dari 2.641 ulasan, sebanyak 60% memberikan 5 bintang, 5% dari 4 bintang, 10% untuk 3 bintang, 5% dari 2 bintang, dan 20% untuk 1 bintang. Distribusi rating tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Distribusi Rating Byond by BSI

Rating Bintang	Jumlah Ulasan Pengguna	Persentase
5	1.585	60%
4	132	5%
3	264	10%
2	132	5%
1	528	20%

Sumber: Aplikasi Byond (Data diolah)

Distribusi rating pada Byond By BSI dengan nilai 3,8 dari keseluruhan 5 bintang menandakan terdapat variasi yang signifikan dalam pengalaman pengguna terhadap

aplikasi Byond By BSI. Meskipun separuh dari pengguna memberikan rating maksimal 5 bintang sebanyak 1.585 ulasan pengguna dengan persentase 60%, tetapi masih terdapat beberapa pengguna yang memberikan rating tinggi juga menyertakan saran yang konstruktif untuk perbaikan aplikasi, khususnya terkait tampilan dan kemudahan dalam penggunaan. Selain itu, terdapat proporsi sebanyak 528 ulasan pengguna atau sebesar 20% yang memberikan rating rendah yaitu 1 bintang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat kesenjangan pengalaman pengguna yang cukup kontras. Rating menengah dari 2-4 bintang dengan distribusi relatif merata antara 2 rating bintang sebesar (5%), 3 bintang (10%), dan 4 bintang (5%). Secara keseluruhan, adanya rating 3,8 dan adanya pemberian rating 5 dengan ulasan yang kritis menunjukkan bahwa meskipun Byond By BSI ini telah memberikan layanan yang maksimal bagi sebagian besar pengguna, masih terdapat kebutuhan perbaikan dan optimalisasi dalam meningkatkan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

Berdasarkan ulasan pengguna aplikasi Byond by BSI di laman *play store*, variabel persepsi kemudahan pengguna masih memiliki permasalahan. Pada 12/11/2024, nasabah pengguna Byond by BSI, – U** A** memberi rating 5 namun juga memberikan saran untuk harus disempurnakan karena ketika mengunduh statusnya berhasil tetapi ternyata bukti pembayaran tidak masuk galeri dan ketika dibagikan langsung ke whatsapp file tidak didukung serta tangkap layar juga tidak diizinkan. Kemudian ulasan lain oleh –K***h pada 7/11/2024 yang memberikan rating bintang 5 juga menyertakan ulasan mengenai catatan transfer yang hanya bisa sampai 32 karakter saja, masih banyak pada aplikasi BSI Mobile yang lama dan meminta untuk Byond bisa menambahkan karakter catatan transfernya.

Hal lain juga dirasakan oleh pengguna pada 18/11/2024 –E***y merasa terganggu karena qris kerap kali mengalami gangguan dan menu pembayaran untuk e-commerce tidak ada ditampilkan depan sehingga harus mode pencarian. Ulasan oleh A****d pada 14 November memberikan ulasannya terkait kekurangan krusial pada aplikasi yaitu tidak bisa copy paste kode pembayaran ataupun nomor yang panjang sehingga kurang memudahkan pengguna.

Dalam penelitian oleh Daffa & Sylvia menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah¹⁸. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Hengky & Ramadania mengemukakan

¹⁸ Muhammad Daffa Heriyadi and Sylvia Rozza, ‘Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile’, Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen, 3 (2023)

variabel kemudahaan memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan¹⁹. Bertolak belakang dengan penelitian oleh Salsabila & Eva bahwa Persepsi Kemudahan Pengguna tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna untuk tetap menggunakan²⁰.

Pada variabel Antarmuka Pengguna, terdapat ulasan pada 12/11/2024 oleh – S****i tampilan Byond by BSI yang belum terintegrasi menu favorite seperti yang ada pada BSI Mobile sebelumnya. Hal lain juga dirasakan oleh M**e pada 14/11/2024 yang memberikan ulasan bahwa Byond by BSI masih memiliki kekurangan yaitu belum tersedianya fitur notifikasi uang masuk atau keluar, tidak adanya fitur setor tunai tanpa kartu, dan e-statement untuk hari, minggu, bulan belum tersedia serta belum bisa untuk mengecek beberapa tahun kebelakang. Hal serupa juga dialami menurut ulasan lain pada 19/04/2024, oleh – M**a menyatakan bahwa aplikasi Byond by BSI sudah *user friendly*, tetapi minusnya fitur cek mutasi rekening maksimal 6 bulan kebelakang, sedangkan sebelumnya pada aplikasi BSI Mobile bisa lebih dari 6 bulan kebelakang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gilang dkk, menghasilkan bahwa Antarmuka Pengguna berpengaruh terhadap peningkatan penggunaan.²¹ Perbedaan hasil terlihat pada penelitian oleh Fizal Ghifary yaitu kualitas antarmuka tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah²².

Kemudian pengalaman pengguna, menurut pengguna Byond by BSI pada laman ulasan play store terdapat beberapa ulasan pengalaman pengguna yang positif dan negatif. Berdasarkan ulasan oleh pengguna R*****n pada 11/11/2024 memberikan rating bintang 5 dan menyatakan verifikasi yang dilakukan lancar dan cepat, namun sering terjadi *force close* pada aplikasi dan memberi saran untuk melengkapi lagi fitur pada Byond. Kemudian menurut pengguna lainnya pada 11/11/2024, H***i memberikan bintang lima dan memberi kesan positif bahwa secara umum aplikasi Byond sudah lebih bagus dari aplikasi BSI mobile sebelumnya, namun masih merasa kurang nyaman dengan permision yang ada pada aplikasi Byond. Penelitian oleh Fina Berlian Lestari membuktikan dengan penelitiannya

¹⁹ 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.

²⁰ Salsabila Aprilia Maharani and Eva Sundari, ‘Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Niat pengguna untuk tetap menggunakan BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru)’, *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18.1 (2024), 161.

²¹ Mohamad Gilang Alfaridzi, Buce Trias Hanggara, and Hanifah Muslimah Az-zahra, ‘Usability Testing and User Interface Improvement of Mobile Banking Application: Livin’ by Mandiri’, *MATICS: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi (Journal of Computer Science and Information Technology)*, 15.1 (2023), 15–22

²² Faizal Ghifary and Drs. Sri Padmantyo MBA, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking,” 2022, 65.

bahwa pengalaman mendapatkan pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan kembali mobile banking²³.

Berdasarkan hasil kuesioner yang melibatkan 30 responden pengguna baru Byond by BSI, hanya 50% yang menyatakan setuju bahwa aplikasi Byond mudah digunakan sedangkan sisanya tidak menunjukkan dukungan dengan 13 orang ragu dan 2 orang tidak setuju. Pada aspek pendaftaran, hanya 30% yang merasa prosesnya sederhana dan cepat sementara 70% tidak menunjukkan dukungan. Ketertarikan terhadap desain antarmuka juga tergolong rendah yaitu hanya 33,3% responden yang setuju, sedangkan 66,7% lainnya tidak menyatakan ketertarikan pada desain antarmuka. Navigasi aplikasi dianggap mudah oleh 20% responden, sementara 80% tidak menunjukkan dukungan. Pengalaman memuaskan hanya dirasakan oleh 16,7% responden, dan pengalaman memuaskan juga tidak dirasakan oleh 83,3% responden.

Terkait keinginan untuk merekomendasikan aplikasi, hanya 40% yang setuju, sementara 60% tidak menunjukkan dukungan. Hal serupa terjadi pada niat penggunaan di masa depan dengan 40% responden menyatakan setuju dan sisanya tidak mendukung. Terakhir, hanya 6,7% responden yang menilai aplikasi Byond mampu memenuhi kebutuhan jangka panjang, sedangkan 93,3% tidak menunjukkan dukungan terhadap pernyataan bahwa aplikasi Byond mampu memenuhi kebutuhan jangka panjang. Dengan demikian hasil pra-riset menunjukkan bahwa sebagian besar responden pengguna belum menunjukkan sikap yang kuat terhadap berbagai aspek dari aplikasi Byond by BSI.

Di sisi lain, rating 3.8 di *Play Store* mencerminkan pengalaman pengguna yang beragam atau tidak selaras. Meskipun beberapa pengguna memberikan rating tinggi, banyak dari pengguna juga menyampaikan kritik dan saran konstruktif terutama mengenai masalah kebijakan keamanan, tampilan, atau pengalaman beragam yang sering terjadi. Selain itu, adanya saran untuk memperbaiki tampilan aplikasi menunjukkan bahwa aspek visual dan antarmuka pengguna sangat penting bagi pengalaman pengguna. Beberapa saran tersebut muncul baik pada kuesioner maupun ulasan yang menandakan bahwa meskipun aplikasi memiliki potensi, masalah teknis dapat mengganggu keberlanjutan pengguna secara keseluruhan.

Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti mengingat era digitalisasi perbankan yang semakin masif, dimana penggunaan keberlanjutan oleh pengguna menjadi kunci

²³ Fina Berlian Lestari and I Gst. A. Kt. Gd. Suasana, "Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Menggunakan Kembali Mobile Banking BPD Bali Di Jembrana," *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan* 15, no. 1 (2024).

utama keberhasilan layanan perbankan digital. Tanpa adanya penelitian dan perbaikan yang terstruktur, kesenjangan ini berpotensi menghambat transformasi digital perbankan dan menurunkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking BSI. Oleh karena itu, peneliti mengkaji apakah berpengaruh atau tidak berdasarkan Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna, Pengalaman Pengguna terhadap niat pengguna dalam menggunakan Byond by BSI dengan studi kasus pada generasi Z di Kota Semarang. Dengan adanya penelitian ini, maka penelitian dapat dijadikan sebagai sumber acuan dalam melakukan pengembangan sistem aplikasi dalam aspek kemudahan penggunaan, antarmuka pengguna, dan memberikan pengalaman pengguna yang baik pada layanan Byond by BSI. Dengan demikian, peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Antarmuka, dan Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas dapat dikembangkan pertanyaan yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang)?
2. Apakah antarmuka pengguna memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang)?
3. Apakah pengalaman pengguna mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Semarang)
2. Untuk mendapati pengaruh antarmuka pengguna terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Studi kasus pada Generasi Z di Kota Semarang)
3. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengguna terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Studi kasus pada Generasi Z di Kota Semarang)

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi kontribusi yang signifikan terutama dalam bidang perbankan, dengan manfaat sebagai berikut:

1. Menyediakan informasi yang berguna bagi perusahaan perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia, penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan dalam mengembangkan sistem dan strategi penggunaan Byond by BSI serta sebagai acuan untuk peningkatan layanan Byond by BSI.
2. Memberikan wawasan teoritis yang dapat diterapkan dalam praktik penggunaan layanan Byond by BSI untuk mendukung pengembangan konsep dan aplikasi dalam layanan tersebut.
3. Menjadi sumber informasi dan saran dalam penggunaan Byond by BSI serta sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

1.5 Sistematika Penelitian

Struktur penulisan ini dibuat untuk menyajikan hasil penulisan secara teratur dari awal hingga akhir. Struktur penulisan ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pertama menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penulisan. Kelima sub-pembahasan ini menjadi acuan penelitian yang akan dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab Kedua memaparkan landasan teori, tinjauan pustaka, beberapa teori pendukung, penelitian terdahulu yang relevan, rumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab Ketiga, menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian termasuk jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data yang dipakai.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat menjelaskan pembahasan dan hasil analisis pengolahan data secara deskriptif atau hasil pengujian hipotesis.

BAB V PENUTUP

Bab lima yaitu bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terlaksana dan saran yang membangun untuk para pihak yang bersangkutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Teori TAM yang dicetuskan oleh Davis pada tahun 1989 menjelaskan bagaimana individu berperilaku dalam menerima dan memutuskan untuk menggunakan sebuah sistem informasi²⁴. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori perilaku yang sering diterapkan dalam memahami bagaimana teknologi informasi diterima dan digunakan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi tersebut. Kesediaan pengguna untuk menggunakan sistem teknologi informasi dapat diartikan sebagai niat yang jelas dalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem informasi²⁵.

Technology Acceptance Model atau TAM adalah kerangka kerja yang sederhana namun efektif dalam memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. Kerangka TAM membantu mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi, sehingga organisasi dapat merancang teknologi yang lebih *user-friendly*, bermanfaat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna²⁶. Model Penerimaan Teknologi atau TAM merupakan salah satu model penelitian yang terkenal untuk memprediksi bagaimana individu menggunakan dan menerima sistem informasi serta teknologi. Model ini telah banyak dipelajari dan divalidasi oleh berbagai penelitian yang mengkaji perilaku penerimaan teknologi individu dalam berbagai jenis sistem informasi²⁷. Teori ini menjadi dasar penting untuk memahami dan mempelajari proses adopsi teknologi oleh individu²⁸.

²⁴ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw, ‘User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models’, *Management Science*, 35.8 (1989), 982–1003

²⁵ Danielle Eudora Crystle Rampen and Jay Idoan Sihotang, ‘Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM’, *Cogito Smart Journal*, 7.1 (2021), 85–95.

²⁶ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (CV. Seribu Bintang, 2022)

²⁷ Sary Dja’akum Cita, ‘Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach’, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10.2 (2019), 217–38

²⁸ Rahmawati Dewi, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Compatibility Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening,” 2021.

Technology Acceptance Model (TAM) dianggap sebagai kerangka kerja yang ideal untuk menggambarkan proses penerimaan pengguna terhadap sistem baru. TAM menjelaskan bahwa niat pengguna untuk terus menggunakan ditentukan oleh persepsi tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut²⁹. Jika pengguna merasa bahwa teknologi itu bermanfaat dan mudah digunakan, maka pengguna lebih cenderung untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan³⁰.

Supaya Beyond by BSI dapat diterima dan digunakan secara luas oleh Generasi Z, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat untuk menggunakan layanan mobile banking BSI secara berkelanjutan. *Technology Acceptance Model* (TAM) mengungkapkan bahwa keyakinan khusus yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi yaitu persepsi tentang kemudahan yang dirasakan.³¹ Selain itu, (TAM) tidak hanya mempertimbangkan faktor internal individu, seperti mudah digunakan dan berguna bagi penggunanya, tetapi juga memasukkan pengaruh tampilan sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi niat untuk menggunakan suatu teknologi.

Pengalaman penggunaan mobile banking tidak terlepas dari Antarmuka Pengguna dalam aplikasi mobile banking. Antarmuka Pengguna atau UI adalah tampilan visual dari suatu aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan aplikasi tersebut³². Sedangkan pengalaman pengguna merupakan persepsi atau pandangan yang dimiliki oleh pengguna sebagai tanggapan atau reaksi terhadap penggunaan sistem atau aplikasi. Penelitian ini memperluas TAM dengan memasukkan variabel Antarmuka Pengguna (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX) untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang penerimaan pengguna terhadap sistem. UI dan UX memainkan peran penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan pengguna yang pada akhirnya memengaruhi niat penggunaan yang berkelanjutan.

²⁹ Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*.

³⁰ Widya Wulandari, Edwin Japarianto, and Trixie Tandijaya Bella Nova, “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>.

³¹ Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, ‘A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies’, *Management Science*, 46.2 (2000), 186–204

³² Muhammad Daffa Heriyadi and Sylvia Rozza, ‘Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Beyond by BSI’, Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen, 3 (2023)

2.1.2 Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan

Niat penggunaan secara berkelanjutan pada mobile banking diartikan sebagai tahap adopsi awal untuk terus menggunakan mobile banking³³. Niat Pengguna merujuk pada tingkat di mana seseorang memiliki keinginan atau niat untuk terus menerus menggunakan teknologi yang didasarkan pada pemahaman bahwa pengguna memiliki akses ke informasi yang relevan. Hal ini menunjukkan bahwa niat perilaku seseorang untuk mengadopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan pengguna, tetapi juga oleh ketersediaan informasi yang memadai yang mendukung penggunaan teknologi tersebut. Niat perilaku terbentuk karena pengetahuan nasabah tentang layanan teknologi perbankan. Informasi yang diterima memicu harapan dan keinginan yang akan diwujudkan dengan menggunakan layanan teknologi tersebut.³⁴

Niat pengguna untuk terus menggunakan memang menunjukkan seberapa besar kemungkinan seseorang akan melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan yang telah direncanakan di masa depan. Davis menjelaskan bahwa konsep ini berkaitan dengan seberapa kuat keinginan seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu. Hal ini sering digunakan dalam konteks teknologi informasi untuk memprediksi apakah seseorang akan menggunakan sistem atau aplikasi berdasarkan persepsi pengguna tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem tersebut. Niat ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pengguna sebelumnya, persepsi manfaat, dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna³⁵.

2.1.3 Indikator Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan

Beberapa indikator utama yang mempengaruhi pengguna untuk menerima dan terus menggunakan sistem teknologi tertentu, yaitu³⁶:

1. *Continued Usage Intention*, yaitu niat pengguna berkelanjutan untuk terus menggunakan teknologi di masa depan.

³³ Anol Bhattacherjee, “Understanding Information Systems Continuance,” *MIS Quarterly* 25, no. 3 (2001): 351–70.

³⁴ Nadya Fritanita Julyazti, Mohamad Fany Alfarisi, and Fajri Adrianto, ‘Pengaruh Behavioral Intention Dan User Behavioral Terhadap Gender Sebagai Variabel Moderasi’, *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5 (2023), 187–97.

³⁵ Maharani and Sundari, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru).”

³⁶ Viswanath Venkatesh, Michael G Morris, and Fred D Davis, “User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View,” *MIS Quarter* 27, no. 3 (2003): 425–78, <https://doi.org/10.2307/30036540>.

2. *Future Usage Frequency*, yaitu frekuensi penggunaan teknologi di masa depan yang diharapkan oleh pengguna.
3. *Usage Preference*, adalah preferensi pengguna ketika memilih teknologi dibandingkan dengan alternatif yang lain.
4. *Loyalty Intention*, merupakan niat pengguna untuk selalu setia pada suatu teknologi dan tidak beralih ke teknologi lain.

2.1.5 Byond by BSI

Byond by BSI merupakan aplikasi perbankan digital yang telah diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 18 Oktober 2024 dan secara resmi diluncurkan untuk umum pada tanggal 9 November 2024. Aplikasi Byond by BSI ada untuk menanggapi kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan dan keuangan yang semakin kompleks di era digital. Byond by BSI dirancang sebagai SuperApp yang mengintegrasikan berbagai layanan keuangan untuk pengguna melakukan transaksi seperti cek saldo, transfer dana, dan investasi emas dengan mudah. Dalam waktu 14 hari setelah peluncurannya, Byond telah digunakan oleh lebih dari 100 ribu pengguna³⁷.

Dalam menciptakan inovasi baru, BSI berperan besar dalam mengembangkan cara kerja baru dengan membangun *Digital Lab*. Bank Syariah Indonesia (BSI) menerapkan konsep *agile* yaitu yang memungkinkan tim bekerja dalam siklus pendek untuk segera menguji dan menyempurnakan fitur Byond. Salah satu dari hasilnya adalah adanya lima solusi yang ditawarkan Byond by BSI yang membedakannya dari BSI Mobile yaitu pembaruan teknologi, modernisasi tampilan aplikasi (UI/UX baru), re-branding, metode kerja baru, dan ekosistem.

Menurut Saladin, Byond dibangun dengan berbagai lapisan keamanan untuk melindungi nasabah. Pertama, untuk aktivasi, nasabah harus memasukkan PIN dan data kartu debit mereka. Kedua, Byond menerapkan sistem deteksi penipuan (FDS) yang dapat mengenali pola transaksi anomali. Ketiga, Byond dilengkapi dengan modul keamanan perangkat keras (HSM) sebagai teknologi tinggi yang digunakan untuk melindungi PIN dan data nasabah dalam bentuk yang sangat aman³⁸.

³⁷ BSI, “Byond By BSI.”

³⁸ “SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif Yang Semakin Nyaman & Aman Diakses,” Berita Bank Syariah Indonesia, accessed November 25, 2024, SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman Diakses.

2.1.6 Generasi Z

Generasi Z adalah yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dikenal dengan ciri-ciri seperti semangat kewirausahaan, keinginan untuk mendapatkan hasil secara instan, dan ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi.³⁹ Penggunaan smartphone dan internet yang meluas di kalangan Generasi Z menunjukkan seberapa terintegrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari yang mempengaruhi cara generasi Z berkomunikasi, belajar, dan berinteraksi dengan dunia⁴⁰.

Generasi Z menjadi penting dalam penelitian ini karena mayoritas generasi Z menduduki usia produktif dan generasi ini juga mendominasi populasi di Indonesia sebesar 27,94% ⁴¹. Generasi Z ini adalah pasar yang menguntungkan bagi industri perbankan serta menjadi bagian bonus demografis. Bonus demografi merupakan kondisi dimana jumlah penduduk dalam kelompok usia produktif lebih besar daripada penduduk non produktif.⁴²

Teori generasi ini memberikan wawasan tentang bagaimana kelompok usia yang berbeda beradaptasi dan bereaksi terhadap perubahan sosial dan teknologi, serta bagaimana mempengaruhi nilai, perilaku, dan ekspektasi. Generasi Z yang juga dikenal sebagai iGeneration memiliki beberapa indikator khusus dalam hal teknologi yang mencerminkan bagaimana generasi Z berinteraksi dengan dan dipengaruhi oleh perkembangan digital ⁴³:

1. Kemahiran digital, yakni generasi Z sangat terampil dalam menggunakan internet dan media sosial untuk hiburan, belajar, dan bekerja.
2. Koneksi global, yaitu generasi Z sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang-orang di seluruh dunia yang memberikan perspektif global.

³⁹ Tatas Ridho Nugroho, Nur Ainiyah, and Hari Setiono, “Behavioral Intentions To Adopt Mobile Banking: Empirical Examination on Z Generation,” *Business Excellence and Management* 12, no. 2 (2022): 66–81, <https://doi.org/10.24818/beman/2022.12.2-05>.

⁴⁰ Nugroho, Ainiyah, and Setiono.

⁴¹ Badan Pusat Statistik, “Hasil Sensus Penduduk 2020,” 2021, n.d., <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.htm>.

⁴² Kholidha Qothrunnada, “Arti Bonus Demografi, Keuntungan, Dan Dampaknya Bagi Indonesia,” Detik Finance, 2024, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7163054/arti-bonus-demografi-keuntungan-dan-dampaknya-bagi-indonesia>.

⁴³ Ranny Rastati, “Media Literasi Bagi Digital Natives : Perspektif Generasi Z Di Jakarta,” *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72>.

3. Ketergantungan pada perangkat pintar, generasi Z lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi membuat generasi Z sangat akrab dengan ponsel pintar dan internet.
4. Penggunaan Media Sosial, generasi Z sangat mahir dalam menggunakan berbagai platform media sosial dan memanfaatkannya tidak hanya untuk komunikasi tetapi juga untuk advokasi dan aktivisme.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana populasi Generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan layanan digital yang telah disediakan oleh bank untuk fasilitas keuangan.

2.1.7 Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*)

Dalam konteks teknologi, persepsi kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan memudahkan dan tidak membutuhkan banyak usaha⁴⁴. Definisi lain persepsi kemudahan penggunaan adalah kondisi di mana seseorang dapat menggunakan sistem teknologi informasi dengan mudah dan tanpa gangguan⁴⁵. Menurut Pavlou dalam Gunarso menekankan bahwa situs web yang mudah digunakan memerlukan usaha minimal dari pengguna dengan instruksi yang jelas dan navigasi yang intuitif⁴⁶. Jadi, jika semua hal lain sama, aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan akan lebih diterima oleh pengguna.

Persepsi kemudahan dalam menggunakan yang dimaksudkan yaitu dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan memperkecil usaha. Kemudahan penggunaan yang dirasakan sangat berpengaruh terhadap adopsi teknologi oleh pengguna. Semakin mudah teknologi tersebut digunakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna akan mengadopsinya. Oleh karena itu, pada proses pengembangan teknologi sangat perlu untuk menjamin bahwa teknologi dirancang dengan memperhatikan aspek kemudahan penggunaan, sehingga memudahkan pengguna dalam menggunakannya dan membantu menyelesaikan tugas⁴⁷.

⁴⁴ 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>.

⁴⁵ Sandi Maulana Sigit, ‘Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security, Dan Trust Terhadap Niat pengguna untuk tetap menggunakan Gopay Later’, *Jurnal Multidisiplin*, 02.04 (2024), 518–34.

⁴⁶ Gunarso Wiwoho, ‘Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Ovo,’ *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi* 18, no. 1 (2019): 53–61, <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.530>.

⁴⁷ Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*.

Jika teknologi informasi dianggap mudah dipelajari, fleksibel, mudah digunakan, dan dapat dikontrol maka kemungkinan besar individu tersebut akan terus menggunakannya. Keyakinan bahwa sistem bisa dijalankan dengan mudah dan dipahami dengan jelas meningkatkan kecenderungan untuk mengadopsi teknologi tersebut. Sebaliknya, jika sistem dirasa rumit dan sulit untuk dioperasikan, maka orang cenderung untuk tidak menggunakan sistem tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya desain sistem yang intuitif dan *user-friendly* untuk mendorong penerimaan dan penggunaan berkelanjutan⁴⁸.

2.1.8 Indikator Persepsi Kemudahan Pengguna

Menurut Davis indikator dari persepsi kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:⁴⁹

a. *Easy to Learn*

Semakin mudah seseorang mempelajari cara menggunakan aplikasi Byond by BSI, semakin besar kemungkinan mereka akan terus menggunakannya. Jika pengguna merasa sulit untuk mempelajari aplikasi, mereka mungkin akan mencari alternatif lain yang lebih mudah dipahami.

b. *Easy to Understand*

Apabila antarmuka dan fungsionalitas aplikasi Byond by BSI mudah dipahami, pengguna akan merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sebaliknya, jika sulit dipahami, pengguna mungkin akan merasa frustrasi dan enggan untuk menggunakannya.

c. *Effortless*

Semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi Byond by BSI, semakin besar kemungkinan pengguna akan menggunakannya secara rutin. Aplikasi yang memerlukan banyak usaha untuk digunakan cenderung ditinggalkan oleh pengguna.

d. *Easy to Use*

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Apabila pengguna merasa

⁴⁸ Nila Filsa Athiyani, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT BSI KC Kudus)” (UIN Walisongo Semarang, 2022).

⁴⁹ Davis, Bagozzi, and Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.”

aplikasi sulit digunakan, kepercayaan pengguna akan menurun dan akan berhenti menggunakannya.

2.1.9 Antarmuka Pengguna (*User Interface*)

Antarmuka pengguna adalah elemen penting yang memfasilitasi interaksi antara pengguna dan sistem seperti website, aplikasi mobile, atau perangkat lunak lainnya⁵⁰. Kualitas antarmuka merupakan aspek utama dalam hal tampilan dalam layanan mobile banking⁵¹. Antarmuka pengguna dirancang dengan tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam memastikan bahwa pengguna dapat berkomunikasi dengan sistem dengan cara yang intuitif dan efisien. Menurut Permana dan Alia, Antarmuka pengguna merupakan metode yang digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang memungkinkan pengguna untuk menerima dan menyampaikan informasi dengan maksud untuk memandu penggunaan melalui proses menemukan solusi⁵². Antarmuka Pengguna difokuskan pada pengaturan visual produk atau perangkat untuk memfasilitasi pengguna dalam penggunaannya. UI tidak terbatas pada aspek warna dan bentuk, tetapi juga pada penyajian alat-alat yang tepat untuk pengguna⁵³.

Antarmuka Pengguna memang merupakan komponen krusial dalam sistem atau aplikasi. Antarmuka pengguna menggunakan elemen-elemen grafis atau visual untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna. Antarmuka pengguna mendefinisikan cara interaksi antara sistem dan penggunanya yang mencakup segala aspek dari tampilan visual hingga metode input yang memungkinkan pengguna untuk melakukan tugas-tugas tertentu. Desain UI yang baik akan memudahkan pengguna dalam mengakses fitur-fitur sistem atau aplikasi, serta memberikan pengalaman penggunaan yang intuitif dan efisien. Menurut Pratama dan Cahyadi, mengemukakan bahwa meskipun sistem yang kompleks cenderung lebih sulit dioperasikan. Namun, sistem yang efektif adalah sistem yang mampu mengelola kompleksitas. Karena itu,

⁵⁰ Mulyana, Buku Ajar Desain Grafis Dan Multimedia: Teori Dan Implementasi (Bogor: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pak, 2019).

⁵¹ Faizal Ghifary and Drs. Sri Padmantyo MBA, ‘Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking’, 2022, 65 <<http://eprints.ums.ac.id/103598/>>.

⁵² Permana Pungky. I. and Alia N.P, *Pemrograman Web Dan Perangkat Bergerak Untuk SMK/MAK Kelas XII* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019).

⁵³ Anna Sri Wahyuni and Athanasia O P Dewi, “Persepsi Pemustaka Terhadap Desain Antarmuka Pengguna (User Interface) Aplikasi Perpustakaan Digital ‘I Jogja’ Berbasis Android,” *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 7, no. 1 (2018), <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22810>.

Antarmuka pengguna harus dirancang untuk memfasilitasi interaksi yang lancar antara pengguna dan aplikasi, sehingga memudahkan pengguna dalam operasionalnya⁵⁴.

2.1.10 Indikator Antarmuka Pengguna

Beberapa indikator yang mengindikasikan antarmuka pengguna yang intuitif dan menarik adalah sebagai berikut:⁵⁵

1. Hierarki Visual, adalah susunan elemen visual yang membantu pengguna dalam memahami informasi secara cepat dan efisien. Semakin penting suatu elemen, maka akan semakin terlihat secara visual.
2. Struktur Tata Letak, yaitu struktur tata letak yang terorganisir dalam membantu pengguna menemukan informasi dan menyelesaikan tugas dengan mudah. Tata letak yang baik akan meningkatkan estetika antarmuka secara keseluruhan.
3. Desain Navigasi, yakni desain navigasi yang intuitif memungkinkan pengguna berpindah dengan mudah antar bagian halaman pada suatu aplikasi. Navigasi dikatakan baik apabila memiliki sifat konsisten dan jelas.
4. Skema Warna, yaitu skema warna yang dipilih dengan baik dapat mendekripsi secara cepat keterbacaan, menarik, dan menciptakan suasana yang sesuai dengan tujuan aplikasi. Warna juga dapat memberikan pengelompokan informasi atau menunjukkan status.
5. Pemilihan Tipografi, memilih tipografi dengan tepat dapat memastikan teks yang mudah dibaca dan sesuai gaya visual secara keseluruhan dari aplikasi. Tipografi yang baik dapat membantu hierarki visual dan keterbacaan.

2.1.11 Pengalaman Pengguna (*User Experience*)

Dalam dunia perbankan digital, tingkat visibilitas dan penggunaan aplikasi Beyond by BSI dapat ditingkatkan secara signifikan melalui Pengalaman Pengguna yang ramah pengguna⁵⁶. Pengalaman Pengguna merujuk pada keseluruhan pengalaman yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan sistem atau produk. Hal ini termasuk

⁵⁴ M. A.T. Pratama and A. T. Cahyadi, “Effect of User Interface and User Experience on Application Sales,” *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 879, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012133>.

⁵⁵ Jesse James Garrett, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition*, ed. Michael J. Nolan, *User Experience Innovation*, 2nd ed., 2011, https://doi.org/10.1007/978-1-4302-4150-8_1.

⁵⁶ Sahri Sahri and Nur Endah Retno Retno, “Pengaruh User Interface Dan User Experience Pada Customer Satisfaction Dan Implikasinya Pada Intention To Continue To Use Tokopedia,” *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran* 1, no. 2 (2023): 80–88, <https://lenteranusa.id/>.

proses pembelajaran dan pemahaman tentang cara kerja sistem atau produk yang memungkinkan pengguna untuk menentukan seberapa mudah sistem atau produk tersebut untuk digunakan atau dijalankan. Pengalaman Pengguna yang baik biasanya menghasilkan interaksi yang intuitif, efisien, dan memuaskan yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pengguna terhadap produk atau layanan tersebut⁵⁷.

Pengalaman pengguna adalah persepsi dan reaksi pengguna setelah menggunakan sistem atau aplikasi. Pengalaman pengguna yang baik biasanya ditandai dengan kemudahan penggunaan dan kepuasan yang tinggi, yang berkontribusi pada kesan positif terhadap sistem atau aplikasi tersebut⁵⁸. Pengalaman dan kepuasan pengguna yang baik, atau yang dikenal sebagai Pengalaman pengguna, sangat penting untuk mencapai target retensi pelanggan. Retensi pelanggan adalah kondisi di mana pengguna akan terus menggunakan dan mengakses layanan aplikasi Byond by BSI di masa mendatang⁵⁹.

2.1.12 Indikator Pengalaman Pengguna

Berikut merupakan indikator penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang baik meliputi:⁶⁰

1. Kesesuaian Fitur, yaitu fitur produk harus sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memastikan bahwa setiap fitur memiliki tujuan dan manfaat yang jelas.
2. Kemudahan Penggunaan, yakni produk harus mudah digunakan, terutama bagi pengguna baru sehingga memberikan kesan positif dan mendorong penggunaan berkelanjutan.
3. Kapabilitas, yaitu produk atau layanan harus efektif dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas-tugas dan meningkatkan produktivitas serta kepuasan pengguna.

Indikator tersebut berkontribusi pada pengalaman pengguna yang menyeluruh dan mempengaruhi bagaimana pengguna merasakan dan menilai sistem atau produk

⁵⁷ Mohammad Reza Saputra and Mia Kamayani, ‘Evaluasi Dan Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Golden Rama’, JUTIKOM: Jurnal Teknik Informatika Dan Komputer, 1.1 (2022).

⁵⁸ Wuri Nur Qotimah, “Pengaruh Desain User Interface (UI), User Experience (UX) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompet Digital Linkaja Syariah” (UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023).

⁵⁹ Edward Halomoan Siregar and Fadil Saadillah, “Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z Pada Sistem Pemesanan Mcdelivery Mobile Application Di Jawa Barat,” *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 10, no. 2 (2019): 92–101, <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30128>.

⁶⁰ Frank Guo, *More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I*, 2012.

tersebut. pengalaman pengguna yang dirancang dengan baik akan memfasilitasi interaksi yang intuitif dan memuaskan yang pada gilirannya dapat meningkatkan niat dan minat pengguna. dalam konteks pengalaman pengguna atau pengalaman pengguna dapat diartikan sebagai bentuk interaksi antara manusia dan komputer yang mencakup aplikasi mobile. Pengalaman pengguna juga berkaitan dengan perasaan pengguna mengenai kemudahan, kenyamanan, efisiensi, dan manfaat saat menggunakan aplikasi mobile yaitu Beyond by BSI⁶¹.

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	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Salsabila dan Eva Sundari, 2024	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust</i> dan <i>Security</i> Terhadap <i>Behavioral Intention To Use BRI Mobile</i> (Studi Kasus : Pada Pengguna)	Dependen: <i>Behavioral Intention To Use BRI Mobile (Y)</i> Independen: <i>Perceived Usefulness (X₁), Perceived Ease of Use (X₂), Trust</i>	Penelitian ini menghasilkan bahwa Persepsi Kemudahan Pengguna tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pengguna untuk tetap	- Fokus pada aplikasi BRI Mobile - Menggunakan 3 variabel independen: <i>Perceived Ease of Use, Trust, dan Security</i> -Studi kasus spesifik di Kota Pekanbaru -Hasil menunjukkan

⁶¹ Efrina Masdaini and Romidon Hidayat, "Pengaruh User Experience, Perceived Quality, Dan Perceived Sacrifice Terhadap Behavioral Intention Dan Costumer Satisfaction Pada Aplikasi Mobile Gojek Di Kota Palembang," *Buletin Bisnis & Manajemen* 06, no. 01 (2020): 30–44.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		Brimo di Kota Pekanbaru). ⁶²	(X ₃), dan Security (X ₄)	menggunakan BRI Mobile	Persepsi Kemudahan Pengguna tidak berpengaruh positif
2	Muhammad Daffa dan Sylvia Rozza, 2023	Analisis Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>User Interface Quality</i> Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile. ⁶³	Dependen: Keputusan Menggunakan Byond by BSI (Y) Independen: <i>Perceived Ease of Use</i> (X ₁), <i>User Interface Quality</i> (X ₂)	Penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan dari Persepsi Kemudahan Pengguna dan Kualitas Antarmuka Pengguna terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile	- Fokus pada BSI Mobile -Hanya menggunakan 2 variabel independen: Persepsi Kemudahan Pengguna dan Kualitas Antarmuka Pengguna -Variabel dependen spesifik pada keputusan menggunakan, bukan niat/intensi

⁶² Maharani and Sundari, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru).”

⁶³ Heriyadi and Rozza, “Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile.”

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
3	Hengky Wongso dan Ramadania, 2021	Pengaruh <i>self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk</i> terhadap <i>intention to use mobile banking</i> Bank Kalbar. ⁶⁴	Dependen: <i>Intention to use mobile banking</i> Bank Kalbar (Y) Independen: <i>self-efficacy</i> (X ₁), <i>perceived usefulness</i> (X ₂), <i>perceived ease of use</i> (X ₃), dan <i>perceived risk</i> (X ₄)	Adanya pengaruh yang signifikan antara <i>self-efficacy, perceived usefulness, Perceived ease of use, dan perceived risk</i> terhadap <i>intention to use mobile banking</i> Bank Kalbar.	- Fokus pada Bank Kalbar - Menambahkan variabel <i>self-efficacy</i> dan <i>perceived risk</i> - Semua variabel berpengaruh signifikan - Spesifik pada bank daerah
4	Greta Widiar, Agung Yuniarinto, dan Ida Yulianti, 2023	<i>Perceived Ease Of Use's Effects on Behavioral Intention Mediated By Perceived Usefulness and Trust.</i> ⁶⁵	Dependen: <i>Behavioral Intention</i> (Y) Independen: <i>Perceived Ease Of Use's Effects</i> (X) Mediasi:	Hasil ditemukan bahwa penyediaan mobile banking berpengaruh meningkatkan persepsi kemudahan	- Fokus mobile banking secara umum - Menggunakan variabel mediasi: <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i>

⁶⁴ Wongso and Ramadania, "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar."

⁶⁵ Greta Widiar, Agung Yuniarinto, and Ida Yulianti, "Perceived Ease of Use's Effects on Behavioral Intention Mediated by Perceived Usefulness and Trust," *Interdisciplinary Social Studies* 2, no. 4 (2023): 1829–44, <https://doi.org/10.55324/iss.v2i4.397>.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			<i>Perceived Usefulness and Trust</i>	penggunaan dari aplikasi yang disediakan untuk membangun hubungan yang berkelanjutan atau jangka panjang.	
5	Frans Sudirjo,dkk., 2024	<i>Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Influence Between User Experience, User Interface on Banking Mobile Application.⁶⁶</i>	Dependen: <i>Customer Satisfaction on Banking Mobile Application (Y)</i> Independen: <i>User Experience (X₁) dan User Interface (X₂)</i>	Penelitian ini menghasilkan bahwa desain antarmuka yang baik dan pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepuasan secara signifikan.	- Berfokus pada aplikasi mobile banking secara umum - Variabel dependen

⁶⁶ Frans Sudirjo et al., “Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application,” *Jurnal Informasi Dan Teknologi* 6, no. 1 (2024): 7–13, <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.465>.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
6	Fina Berlian dan I Gst. A. Kt. Gd. Suasana, 2024	Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat Menggunakan Kembali Mobile Banking BPD Bali di Jembrana ⁶⁷ .	Dependen: Niat menggunakan kembali mobile banking (Y) Independen: Pengalaman Pengguna (X ₁) dan <i>e-WOM</i> (X ₂) Mediasi: Kepercayaan	Pengalaman dan <i>e-WOM</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap niat menggunakan kembali dan kepercayaan memediasi pengaruh pengalaman dan <i>e-WOM</i> terhadap niat menggunakan kembali	- Terdapat variabel mediasi - Berfokus pada penggunaan kembali tanpa menekankan durasi atau frekuensi penggunaan - Studi kasus m-banking BPD Bali
7	Avisa Ghassani, Sri Raharso, dan Ermina Tiorida, 2024	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking: Kasus	Dependen: Niat Menggunakan Mobile Banking (Y) Independen: Persepsi Kemudahan (X ₁), Persepsi Kegunaan (X ₂), dan	Hasil menghasilkan Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan	- Berfokus pada aplikasi BCA Mobile - Studi kasus spesifik di Kota Bandung - Penambahan variabel Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kepercayaan

⁶⁷ Lestari and Suasana, "Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Menggunakan Kembali Mobile Banking BPD Bali Di Jembrana."

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		Penggunaan Aplikasi BCA Mobile di Kota Bandung. ⁶⁸	Persepsi Kepercayaan (X ₃)	terhadap niat dalam penggunaan Aplikasi BCA Mobile di Kota Bandung.	
8	Visca Pasha Angeli, Roslina, Nurul Husna., 2024	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Serta Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO Di Bandar Lampung. ⁶⁹	Dependen: Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO (Y) Independen: Persepsi Manfaat (X ₁), Persepsi Kemudahan (X ₂) dan Persepsi Risiko (X ₃)	Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan mobile banking pada nasabah aplikasi BRIMO.	- Fokus pada aplikasi BRIMO - Studi kasus spesifik di Bandar Lampung - Tambahan variabel: Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko
9	Kadek Yogi dan Ni Made	Peran Kepercayaan	Dependen: Niat	Penelitian menunjukkan	- Fokus pada BCA Mobile

⁶⁸ Avisa Ghassani, Sri Raharso, and Ermina Tiorida, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking: Kasus Penggunaan Aplikasi BCA Mobile Di Kota Bandung," *Visa: Journal of Visions and Ideas* 4, no. 1 (2024): 104–13.

⁶⁹ Visca Pasha Angeli, Roslina, and Nurul Husna, "Pengaruh Persepsi Persepsi Kemudahan Serta Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO Di Bandar Lampung," *Mirai Management* 9, no. 1 (2024): 887–903.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Wulandari, 2022	Memediasi Kemudahan Penggunaan dan <i>Security</i> Terhadap Niat Menggunakan BCA Mobile Banking. ⁷⁰	Menggunakan BCA Mobile (Y) Independen: Kemudahan Penggunaan (X ₁) dan <i>Security</i> (X ₂) Mediasi: Kepercayaan	bahwa kemudahan penggunaan dan <i>security</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan BCA Mobile Banking.	- Menggunakan variabel <i>security</i> dan variabel mediasi kepercayaan
10	Adi Pratama,dkk., 2019	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Kenyamanan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Nasabah)	Dependen: Niat Dalam menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Y) Independen: Persepsi Kegunaan (X ₁), Kemudahan Penggunaan (X ₂), dan Kenyamanan (X ₃)	Adanya hasil yang berpengaruh secara positif signifikan antara persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kenyamanan terhadap niat dalam menggunakan	- Fokus pada nasabah bank konvensional di Kota Palu - Terdapat variabel berbeda: Persepsi kegunaan dan kenyamanan

⁷⁰ I Kadek Yogi Asmara and Ni Made Wulandari Kusumadewi, "Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan *Security* Terhadap Niat Menggunakan BCA Mobile Banking," *E-Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2022): 21–40.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		Perbankan Konvensional di Kota Palu). ⁷¹		aplikasi mobile banking	

Penelitian ini merupakan pengembangan dan pembaruan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam penggunaan mobile banking. Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji secara terpisah antara pengaruh persepsi kemudahan pengguna dengan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna terhadap niat pengguna. Mayoritas penelitian sebelumnya berfokus pada pengguna aplikasi lain secara umum, namun penelitian ini akan berfokus pada aplikasi Byond by BSI dan generasi Z di Kota Semarang dikarenakan generasi Z merupakan pengguna potensial dalam teknologi finansial seperti mobile banking.

Lokasi penelitian akan berfokus pada Kota Semarang yang merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah dengan potensi generasi Z yang tinggi. Hal ini dapat memberikan wawasan baru mengenai perilaku dan preferensi generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI. Penelitian ini akan menguji secara spesifik pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna, dan Pengalaman Pengguna terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis dan praktis dalam pengembangan aplikasi Byond by BSI yang lebih inovatif.

⁷¹ Adi Pratama et al., “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kenyamanan Pengaruhnya Terhadap Niat Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu),” *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif Volume 2, no. 1 (2019)*.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan individu terhadap kesederhanaan dalam memahami serta mengoperasikan sebuah teknologi⁷². *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan sebuah teknologi. Persepsi Kemudahan Pengguna adalah seberapa mudah seseorang percaya bahwa teknologi tersebut akan mudah untuk digunakan⁷³. Persepsi kemudahan dalam penggunaan suatu aplikasi memang memiliki dampak signifikan terhadap niat sekaligus minat seseorang dalam menggunakan teknologi⁷⁴.

Dalam konteks Byond by BSI, persepsi kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam membentuk niat perilaku pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Jika pengguna merasa bahwa suatu aplikasi mudah digunakan, maka akan lebih cenderung untuk mencoba dan terus menggunakan aplikasi tersebut. Sebaliknya, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut sulit digunakan, pengguna akan enggan untuk menggunakannya meskipun aplikasi tersebut menawarkan manfaat yang besar. Sikap positif dari pengguna akan lebih lanjut meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan Byond by BSI secara berkelanjutan.

Penelitian oleh Greta Widiar, dkk menyatakan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap penggunaan berkelanjutan atau jangka panjang.⁷⁵ Kesamaan penelitian juga dilakukan oleh Adi Pratama,dkk menyatakan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking.⁷⁶ Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan tersebut membuat nasabah merasa mudah dan tidak perlu banyak usaha dalam menggunakan

⁷² Maharani and Sundari, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru).”

⁷³ Athiyani, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT BSI KC Kudus).”

⁷⁴ Athiyani.

⁷⁵ Widiar, Yuniarinto, and Yulianti, “Perceived Ease of Use’s Effects on Behavioral Intention Mediated by Perceived Usefulness and Trust.”

⁷⁶ Pratama et al., “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kenyamanan Pengaruhnya Terhadap Niat Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu).”

mobile banking syariah. Dengan demikian dari hasil analisa, maka hipotesis pada penelitian in adalah:

H₁: Persepsi Kemudahan Pengguna memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan

2.3.2. Pengaruh Antarmuka Pengguna Terhadap Niat Penggunaan BSI Secara Berkelanjutan

Antarmuka Pengguna merupakan sarana interaksi yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan sistem dari sebuah program baik itu website, aplikasi mobile, maupun perangkat lunak yang mana sarana ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna⁷⁷. Antarmuka Pengguna adalah elemen dalam desain sistem yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara pengguna dan sistem yang memfasilitasi penerimaan dan penyampaian informasi. Tujuannya adalah untuk memandu pengguna melalui proses pemecahan masalah hingga solusi dapat ditemukan⁷⁸.

Teori TAM menyediakan landasan yang kokoh untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi baru oleh pengguna seperti aplikasi mobile banking. Antarmuka Pengguna yang dirancang dengan baik dengan tampilan sederhana, warna menarik, dan navigasi yang jelas, maka pengguna akan lebih mudah menemukan fitur-fitur yang dibutuhkan. Apabila pengguna merasa bahwa Byond by BSI mudah digunakan dan memberikan manfaat yang signifikan, pengguna akan memiliki pandangan positif terhadap aplikasi tersebut dan lebih cenderung untuk menggunakannya secara terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa antarmuka pengguna yang baik adalah faktor kunci dalam meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan Byond by BSI.

Kesesuaian penelitian oleh Daffa&Sylvia bahwa *User Interface* memiliki dampak signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile⁷⁹. Sebuah antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong keterlibatan pengguna dan mempercepat proses transaksi. Berdasarkan penjabaran analisa, maka hipotesis yang diajukan adalah:

⁷⁷ Shafa Giyan A'yuni and Dhety Chusumastuti, "Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat," *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunika* 5, no. 1 (2021): 49–58.

⁷⁸ Pungky. I. and N.P, *Pemrograman Web Dan Perangkat Bergerak Untuk SMK/MAK Kelas XII*.

⁷⁹ Heriyadi and Rozza, "Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile."

H₂: Antarmuka Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan

2.3.3. Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan

Pengalaman Pengguna mencerminkan persepsi dan reaksi pengguna setelah menggunakan sistem atau aplikasi tertentu. Hal ini termasuk apakah menemukan sistem tersebut mudah untuk dioperasikan, apakah menikmati penggunaannya, atau apakah mengalami kesulitan dan ketidakpuasan. Pengalaman Pengguna sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi atau mencari alternatif lain. Faktor-faktor seperti desain intuitif, responsivitas, dan kepuasan emosional saat menggunakan aplikasi berkontribusi pada penilaian positif atau negatif dari pengalaman pengguna tersebut⁸⁰.

Dalam konteks Byond by BSI, Pengalaman Pengguna berfungsi sebagai jembatan antara teori TAM dan niat perilaku pengguna. Desain UX yang berkualitas tinggi meliputi kemudahan penggunaan, kegunaan, estetika, dan keseluruhan pengalaman pengguna secara langsung mempengaruhi *behavioral intention*. Ketika pengguna merasa bahwa Byond by BSI nyaman digunakan dan memberikan manfaat nyata, maka pengguna cenderung menerima dengan baik terhadap aplikasi tersebut yang pada akhirnya meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan Byond by BSI. Berdasarkan penelitian Frans Sudirjo, dkk., pengalaman pengguna menghasilkan pengaruh yang positif dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, sehingga akan membuat nasabah berniat untuk menggunakan aplikasi mobile banking secara berkelanjutan.⁸¹ Penilitian oleh Lutfhi dan Darmawan memaparkan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan. Berdasarkan analisa dari penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₃: Pengalaman Pengguna berpengaruh positif serta signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan

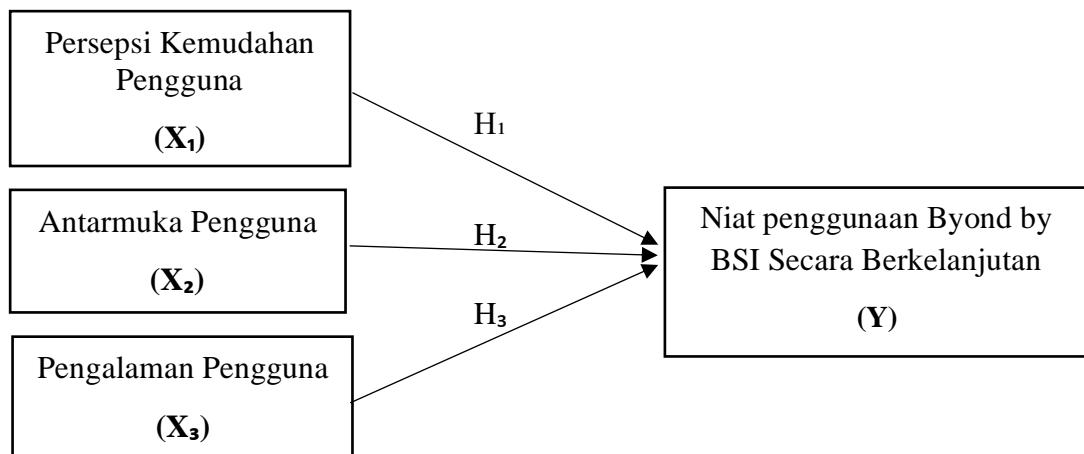
⁸⁰ Qotimah, "Pengaruh Desain User Interface (UI), User Experience (UX) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompet Digital Linkaja Syariah."

⁸¹ Sudirjo et al., "Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application."

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel independen dan dependen, kerangka berpikir penelitian dapat dikembangkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1
Model Kerangka Penelitian**



Tujuan dibuatnya kerangka pemikiran adalah untuk memudahkan dalam memahami hubungan antar variabel Persepsi Kemudahaan Pengguna, Antarmuka Pengguna, dan Pengalaman Pengguna terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan. Dari model kerangka tersebut dapat dijelaskan bahwa H₁ yaitu Persepsi Kemudahan Pengguna memiliki pengaruh positif signfikan terhadap Niat penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan, H₂ Antarmuka Pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap Niat penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan, dan H₃ Pengalaman Pengguna mempunyai pengaruh positif signfikan terhadap penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan, serta H₄ ketiga variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Metode penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang dikumpulkan melalui distribusi kuesioner melalui *Google Form*. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang bersifat ilmiah dan terstruktur, di mana pengamatan meliputi semua elemen yang berhubungan dengan subjek penelitian, termasuk fenomena dan interaksi yang terdapat di dalamnya.⁸²

Data primer menjadi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh secara langsung melalui pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada para generasi Z yang bertempat tinggal di Semarang dan sebagai pengguna Byond by BSI.

3.2 Populasi dan Sampel

Objek keseluruhan yang akan diteliti disebut populasi⁸³. Populasi juga dapat diartikan sebagai kumpulan individu atau subjek dalam suatu wilayah dan waktu tertentu serta memiliki karakteristik khusus yang akan diamati atau diteliti. Populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu populasi finit atau populasi yang jumlahnya diketahui secara pasti dan infinit yakni populasi dengan jumlah yang tidak dapat diketahui secara pasti⁸⁴. Dalam penelitian ini jenis populasi termasuk dalam populasi infinit yang tidak dapat diketahui secara pasti. Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z sebagai pengguna Byond by BSI di Kota Semarang.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian⁸⁵. Saat memilih sampel dari populasi, ada ketentuan bahwa sampel tersebut harus representatif atau mewakili populasi⁸⁶. Penggunaan teknik pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah teknik

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B*, Alfabeta (Bandung, 2011).

⁸³ Syahrum and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Rusydi Ananda M.Pd (Bandung: Citapustaka Media, 2012).

⁸⁴ Supardi, “Populasi Dan Sampel Penelitian,” in *Laporan Penelitian*, 1990, 100–108.

⁸⁵ Syahrum and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

⁸⁶ Syahrum and Salim.

pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan untuk memilih sampel adalah:

1. Pengguna Byond by BSI
2. Generasi Z dengan rentang usia (17-27 tahun)
3. Bertempat tinggal atau berdomisili di Kota Semarang.

Dalam pengambilan sampel, peneliti memakai rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan, terutama dalam lingkup populasi yang tidak diketahui secara tepat atau tidak bisa diakses secara langsung⁸⁷. 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%

$$\text{Maka, } n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \text{ disesuaikan menjadi } 100$$

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

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B.*

adalah Niat pengguna untuk tetap menggunakan Byond by BSI. Niat pengguna untuk tetap menggunakan merujuk pada niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau layanan tertentu. Hal ini mencerminkan seberapa besar seseorang berencana untuk berinteraksi dengan teknologi tersebut di masa depan.

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat, baik secara positif maupun negatif. Dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) adalah Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1), Antarmuka Pengguna (X_2), dan Pengalaman Pengguna (X_3). Berikut merupakan penjabaran variabel Independen:

- 1) Persepsi Kemudahan Pengguna, merujuk pada sejauh mana pengguna merasa aplikasi mudah dipahami dan digunakan. Penelitian oleh Purnamasari et al., menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan berkomitmen untuk menggunakannya. Hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru⁸⁸.
- 2) Antarmuka Pengguna adalah elemen penting yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Antarmuka pengguna yang menarik dan intuitif tidak hanya menarik perhatian pengguna, tetapi juga meningkatkan kenyamanan dalam berinteraksi dengan aplikasi. Menurut penelitian oleh Saputra et al., desain UI yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan pada gilirannya mempengaruhi niat untuk terus menggunakan aplikasi mobile banking⁸⁹.
- 3) Pengalaman Pengguna merupakan keseluruhan pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi, mulai dari kemudahan navigasi hingga kepuasan emosional. Penelitian oleh Rahmawati dan Sari menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang positif berkontribusi signifikan terhadap niat

⁸⁸ Purnamasari D. and Rahmawati E., “The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on User’s Intention to Use E-Learning,” *Journal of Information Technology Education*, 2020, 1–18.

⁸⁹ Saputra E. and Wibowo A., ‘The Role of User Interface Design in User Satisfaction and Niat pengguna untuk tetap menggunakan Mobile Applications’, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37.1 (2021), 83–92.

perilaku pengguna. Pengalaman pengguna yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga membangun loyalitas pengguna⁹⁰.

Penjabaran operasional variabel diperlukan untuk menjelaskan variabel penelitian dalam bentuk konsep indikator. Tabel berikut menunjukkan operasional variabel tersebut.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Niat penggunaan Byond by BSI Secara BerkelaJutan(Y)	Niat pengguna menggunakan adalah niat atau keinginan untuk terus menggunakan suatu layanan teknologi secara berulang atau tetap setia menggunakan di masa depan ⁹¹ .	1. Niat pengguna berkelanjutan untuk terus menggunakan teknologi di masa depan. 2. Frekuensi penggunaan teknologi di masa depan yang diharapkan oleh pengguna. 3. Preferensi pengguna ketika memilih teknologi dibandingkan dengan alternatif yang lain. 4. Niat pengguna untuk selalu setia pada suatu teknologi dan tidak	Likert

⁹⁰ Rakhmawati S. and Sari N., “Enhancing User Experience with UX Design Principles: A Study on Mobile Applications.,” *Journal of Usability Studies* 17, no. 3 (2022): 150–65.

⁹¹ Maharani and Sundari, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru).”

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
			beralih ke teknologi lain ⁹² .	
2	Persepsi Kemudahan Pengguna (X ₁)	Persepsi Kemudahan Pengguna adalah seberapa mudah pengguna merasa saat menggunakan aplikasi ⁹³ .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah digunakan dan dioperasikan dalam kegiatan sehari-hari. 2. Tingkat kejelasan dan kemudahan pemahaman fitur serta fungsi sistem. 3. Seberapa cepat dan mudah sistem tersebut dipelajari dan diimplementasikan oleh individu atau perusahaan. 4. Keseluruhan tingkat kenyamanan yang disediakan oleh sistem⁹⁴. 	Likert
3	Antarmuka Pengguna (X ₂)	Antarmuka Pengguna adalah bagian dari aplikasi atau sistem yang berinteraksi langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Susunan elemen visual yang membantu pengguna dalam memahami informasi 	Likert

⁹² Venkatesh, Morris, and Davis, “User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View.”

⁹³ Dwi Sukma Wardani, Alshaf Pe brianggara, and 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.

⁹⁴ Maharani and Sundari, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru).”

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
		dengan pengguna ⁹⁵ . Hal ini mencakup elemen visual seperti tombol, ikon, menu, dan layout yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menavigasi dan menggunakan aplikasi.	<p>secara cepat dan efisien.</p> <p>2. Struktur tata letak yang terorganisir dalam membantu pengguna menemukan informasi dan menyelesaikan tugas dengan mudah.</p> <p>3. Desain navigasi yang intuitif memungkinkan pengguna berpindah dengan mudah antar bagian halaman pada suatu aplikasi.</p> <p>4. Skema warna yang dipilih dengan baik dapat mendeteksi secara cepat keterbacaan, menarik, dan menciptakan suasana yang sesuai dengan tujuan aplikasi.</p> <p>5. Memilih tipografi dengan tepat dapat memastikan teks yang mudah dibaca dan sesuai gaya visual</p>	

⁹⁵ Mulyana, *Buku Ajar Desain Grafis Dan Multimedia: Teori Dan Implementasi*.

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
			secara keseluruhan dari aplikasi ⁹⁶ .	
4	Pengalaman Pengguna (X ₃)	Pengalaman Pengguna merujuk pada keseluruhan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan, termasuk aspek emosional, psikologis, dan fungsional ⁹⁷ .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian fitur produk dengan kebutuhan pengguna 2. Kemudahan bagi pengguna baru agar memberikan kesan positif dan mendorong penggunaan berkelanjutan. 3. Produk atau layanan efektif dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas dan meningkatkan kepuasan pengguna⁹⁸. 	Likert

3.4 Skala Pengukuran

Pengukuran variabel yang diukur melalui skala likert diuraikan di dalam indikator variabel. Indikator tersebut selanjutnya dipakai sebagai awalan dalam merancang instrument dalam bentuk point-point pertanyaan maupun pernyataan. Berikut skor skala likert yang diaplikasikan dalam penelitian:

⁹⁶ Garrett, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition.*

⁹⁷ Saputra and Kamayani, “Evaluasi Dan Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Golden Rama.”

⁹⁸ Ngurah Rangga Wiwesa, “User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 3, no. 2 (2021): 17–31.

Tabel 3.2 Skala Penilaian Likert

No	Kriteria	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

3.5.1 Kuesioner atau Angket

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode kuesioner dengan menyebarkan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden baik secara langsung maupun melalui Google Form. Kuesioner ini dirancang untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan 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.

3.5.2 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.⁹⁹

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, sebagai langkah pemeriksaan pertama menggunakan kepastasan instrumen kuesioner yaitu validitas dan reliabilitas. Selanjutnya mengerjakan uji asumsi klasik yang tediri dari uji normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas . Dalam membuktikan secara tepat berpengaruh atau tidaknya variabel terikat terhadap variabel

⁹⁹ Etta Mamang Sungadji and Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2010).

bebas yang mana harus linier membentuk model garis regresi digunakanlah metode uji regresi linier berganda dan pengolahan datanya memanfaatkan aplikasi SPSS versi 25.

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Kuesioner penelitian harus diuji dahulu sebelum diterapkan dalam penelitian. Pengujian instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat menghasilkan data yang valid. Menurut Arikunto, keandalan sebuah instrumen menentukan tingkat kepresisan informasi yang dihasilkan, dan presisi data tersebut akan menegaskan mutu dari temuan penelitian¹⁰⁰. Uji instrument dalam penelitian ini sebagai berikut.

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses penting dalam menentukan keabsahan sebuah kuesioner. Pertanyaan atau pernyataan kuesioner dianggap valid jika mampu merefleksikan apa yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut¹⁰¹. Tingkat validitas akan diukur melalui distribusi nilai r tabel dengan signifikansi 5%¹⁰². Berikut adalah kriteria untuk penilaian uji validitas:

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dianggap valid.
- Sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner dianggap tidak valid.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat dalam menakar kuesioner sebagai parameter dari sebuah variabel atau konstruk. Apabila jawaban responden dengan pernyataan atau pertanyaan konsisten maka dapat disebut sebagai kuesioner yang reliabel.¹⁰³ Rumus koefisien *Cronbach Alpha* untuk pengujian reliabilitas suatu kuesioner, yaitu:

- 1) Jika hasil dari koefisien *Cronbach Alpha* $>$ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner disebut reliable.
- 2) Sebaliknya, jika hasil dari koefisien *Cronbach Alpha* $<$ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner dikatakan tidak reliable.

¹⁰⁰ S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT.Rieneka Cipta, 2006).

¹⁰¹ M.Fil. I Prof. Dr. M. Noor Harisudin, *Pengertian Ilmu Fiqh*, ed. MA Dr. KH. Ahmad Imam Mawardi, ketujuh (CV. Salsabila Putra Pratama, 2019).

¹⁰² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).

¹⁰³ Imam Ghazali. 2007. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah proses untuk memeriksa apakah model regresi, residual, dan variabel memiliki distribusi normal. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa residual berdistribusi normal yang merupakan syarat penting pada analisis regresi. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik pada sampel kecil menjadi tidak akurat dan tidak dapat diandalkan.¹⁰⁴ Penelitian ini mengaplikasikan metode uji statistik Kolmogorov-Smirnov atau (K-S). Penentuannya melalui pengujian hipotesis H_0 : data distribusi normal (nilai signifikansinya $> 0,05$). dan H_a : data distribusi tidak normal (nilai signifikansinya $< 0,05$).

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian model regresi ditemui tidaknya hubungan antar variabel bebas (independen). Regresi yang sesuai sebaiknya tidak mengalami interelasi antar variabel independen. Apabila terjadi hubungan pada variabel independen, maka variabel tersebut tidak orthogonal atau variabel independen korespondensi dengan sesama variabel independen yaitu sama dengan nol. Dalam melihat ada dan tidaknya multikolinearitas diketahui dengan metode analisis *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tidak ditemui hubungan antar variabel independen jika nilai tolerance $> 0,1$ ¹⁰⁵.

3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghazali, menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas bermaksud untuk menguji regresi yang terjadi apakah ada kesamaan *variance* dan residual dari pengawasan satu antara pengawasan yang lain. Dikatakan tetap apabila *variance* residual satu dengan pengawasan lain tetap dinamakan Homokedastisitas dan sebaliknya atau berbeda dinamakan Heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan baik yaitu Homokedastisitas atau yang tidak terjadi Heteroskedastisitas¹⁰⁶.

¹⁰⁴ Imam Ghazali. 2018. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

¹⁰⁵ Ibid, hal: 105-106

¹⁰⁶ Imam Ghazali. 2013. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pemrograman IBM SPSS 21: Up Date PLS Regresi*.” Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro. Hal: 134

3.6.3 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 Persepsi Kemudahan Pengguna, X_2 Antarmuka Pengguna, dan X_3 Pengalaman Pengguna yang memengaruhi variabel Y Niat Penggunaan Beyond 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 berikut¹⁰⁷:

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

Keterangan:

Y = Niat Penggunaan Beyond by BSI Secara Berkelanjutan

α = Konstanta

X_1 = Persepsi Kemudahan Pengguna

X_2 = Antarmuka Pengguna

X_3 = Pengalaman Pengguna

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

e = Standar eror

3.6.4 Uji T (Uji Parsial)

Dalam analisis regresi linier, uji t bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh secara parsial yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t parsial ini menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen¹⁰⁸. Hipotesis akan diterima atau ditolak berdasarkan kriteria berikut:

- a. Jika nilai signifikansi dari uji $t < \text{nilai } t \text{ tabel}$, dan signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

¹⁰⁷ Dr. Dorothy Rouly H.Pandjaitan and Aripin Ahmad, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 2017.

¹⁰⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007).

- b. Sebaliknya, jika nilai signifikansi dari uji $t >$ nilai t tabel, dan signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.5 Uji R Square (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi yang dikenal sebagai (R^2) bertujuan untuk menilai sejauh mana hubungan atau korelasi antara variabel terikat dan variabel bebas. Secara esensial, (R^2) menunjukkan seberapa efektif model yang digunakan dalam menggambarkan fluktuasi dari variabel terikat. Skala nilai untuk koefisien ini berkisar dari 0 hingga 1. Sebuah nilai (R^2) yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel yang ada dalam model dapat secara akurat merepresentasikan permasalahan yang sedang diteliti, dengan kemampuan untuk menjelaskan perubahan pada variabel terikat. Di sisi lain, nilai (R^2) yang mendekati 0 menandakan bahwa variabel bebas tidak memberikan kontribusi informasi yang berarti untuk memprediksi perubahan pada variabel terikat¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Ghozali.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan Indonesia telah menorehkan sejarah baru dengan keberadaan PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi berdiri pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara pribadi meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia di istana negara. BSI merupakan bank yang didirikan melalui penggabungan PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah¹¹⁰.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi memberikan persetujuan penggabungan tiga usaha perbankan syariah pada 27 Januari 2021 melalui surat nomor SR-3/PB.1/2021. Apalagi, Presiden Joko Widodo mengawali kehadiran BSI pada 1 Februari 2021. Komposisi pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya merupakan pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5%. Penggabungan tersebut akan menggabungkan keunggulan ketiga bank syariah, menawarkan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik.¹¹¹

BSI didukung sinergi dengan dunia usaha dan keterlibatan pemerintah melalui Kementerian BUMN serta didorong untuk meningkatkan daya saingnya di tingkat global. BSI merupakan upaya mewujudkan bank syariah yang diharapkan dapat menjadi kebanggaan bangsa, energi baru bagi pembangunan perekonomian nasional, dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga mencerminkan aspek perbankan syariah Indonesia yang modern, universal dan membawa kebaikan bagi seluruh alam (*Rahmatan Lil Alamin*).¹¹²

Terdapat potensi besar bagi BSI untuk semakin berkembang dan menjadi bagian dari salah satu grup perbankan syariah terkemuka di dunia. Terlepas dari pertumbuhan

¹¹⁰ Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia,” accessed October 28, 2024, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>.

¹¹¹ Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseroan,” accessed October 18, 2024, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

¹¹² Bank Syariah Indonesia.

kinerja yang positif, dukungan iklim, dan fakta bahwa pemerintah Indonesia ditugaskan untuk membangun ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah milik negara yang besar dan kuat. Indonesia merupakan mayoritas Muslim terbesar di dunia dengan populasi terbesar dan yang tentunya dapat menjadi peluang. Dalam konteks ini keberadaan BSI sangatlah penting, tidak hanya berperan penting sebagai perantara seluruh aktivitas perekonomian dalam ekosistem industri halal, namun juga sebagai upaya mewujudkan cita-cita negara.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun visi dan misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut¹¹³:

- a. Visi yaitu menjadi salah satu dari 10 bank syariah terbesar di dunia.
- b. Misi
 - 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan berencana menjadi salah satu dari 5 bank teratas pada tahun 2025 berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50T.
 - 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
Menjadikan BSI TOP 5 bank paling menguntungkan di Indonesia (ROE 18%) dan bereputasi tinggi (PB>2).
 - 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai-nilai kuat yang memberdayakan masyarakat dan berkomitmen untuk mengembangkan karyawan dengan budaya kinerja.

4.2 Uji Coba Awal (*Pilot Test*)

Tahap awal atau *pilot test* dalam penelitian merupakan tahapan awal yang dilakukan untuk menguji dan mengevaluasi intrumen penelitian sebelum diterapkan secara luas dalam penelitian. *Pilot test* digunakan untuk mengidentifikasi kelayakan pernyataan dan memastikan bahwa semua aspek penelitian berjalan dengan baik. *Pilot test* dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 responden untuk menguji validitas instrumen dan menguji reliabilitas sebelum disebarluaskan kepada keseluruhan sampel penelitian.

¹¹³ Bank Syariah Indonesia, “Visi Dan Misi,” accessed November 18, 2024, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html.

4.2.1 Uji Validitas 30 Responden

Penentuan uji validitas dapat menggunakan nilai signifikansi (2-tailed) yang harus kurang dari 0,05 untuk data yang dianggap valid dan nilai korelasi pearson (r -hitung) harus lebih besar dari nilai r -tabel. Dalam penelitian ini dengan dilakukannya uji coba (*pilot test*) maka untuk 30 responden, nilai r -tabelnya adalah 0,361. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen pernyataan yang digunakan 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
Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1)	X1.1	0,818	0,361	0,000	Valid
	X1.2	0,708	0,361	0,000	Valid
	X1.3	0,813	0,361	0,000	Valid
	X1.4	0,840	0,361	0,000	Valid
	X1.5	0,820	0,361	0,000	Valid
	X1.6	0,823	0,361	0,000	Valid
	X1.7	0,684	0,361	0,000	Valid
	X1.8	0,732	0,361	0,000	Valid
Antarmuka Pengguna (X_2)	X2.1	0,683	0,361	0,000	Valid
	X2.2	0,719	0,361	0,000	Valid
	X2.3	0,695	0,361	0,000	Valid
	X2.4	0,741	0,361	0,000	Valid
	X2.5	0,663	0,361	0,000	Valid
	X2.6	0,583	0,361	0,000	Valid
	X2.7	0,705	0,361	0,000	Valid
	X2.8	0,709	0,361	0,000	Valid
	X2.9	0,791	0,361	0,000	Valid
	X2.10	0,845	0,361	0,000	Valid
Pengalaman Pengguna (X_3)	X3.1	0,374	0,361	0,000	Valid
	X3.2	0,782	0,361	0,000	Valid

	X3.3	0,822	0,361	0,000	Valid
	X3.4	0,716	0,361	0,000	Valid
	X3.5	0,771	0,361	0,000	Valid
	X3.6	0,688	0,361	0,000	Valid
Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan (Y)	Y.1	0,776	0,361	0,000	Valid
	Y.2	0,837	0,361	0,000	Valid
	Y.3	0,761	0,361	0,000	Valid
	Y.4	0,796	0,361	0,000	Valid
	Y.5	0,734	0,361	0,000	Valid
	Y.6	0,926	0,361	0,000	Valid
	Y.7	0,804	0,361	0,000	Valid
	Y.8	0,789	0,361	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 tentang hasil uji validitas pada *pilot test* menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid dikarenakan nilai r hitung lebih tinggi dari nilai r tabel dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 untuk semua butir pernyataan dari keseluruhan variabel. Dengan demikian, butir instrumen pernyataan dalam penelitian ini layak digunakan dan dapat dilanjutkan sebagai instrumen dalam mengukur data penelitian.

4.2.2 Uji Reliabilitas 30 Responden

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat kestabilan dan konsistensi suatu alat ukur. Uji reliabilitas dianggap memenuhi atau reliabel jika nilai koefisien dari *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Berikut merupakan hasil dari uji reabilitas pada *pilot test*:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas (*Pilot Test*)

Variabel	Cronbach's - Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemudahan Pengguna	0,903	8	Reliabel
Antarmuka Pengguna	0,890	10	Reliabel
Pengalaman Pengguna	0,779	6	Reliabel
Niat Penggunaan	0,919	8	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dalam tabel 4.2 menghasilkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,6. Hal ini dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variabel konsisten (reliabel).

Setelah uji *pilot test* yang dilakukan sudah memenuhi uji instrumen penelitian, maka tahap selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner secara luas kepada responden. Pengisian kuesioner memanfaatkan media *google form* dan diakses melalui link yang telah disebarluaskan melalui beberapa komunitas mahasiswa, sosial media, dan penyebaran brosur secara langsung kepada responden.

4.3 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Byond by BSI dengan kriteria tertentu yaitu termasuk dalam Generasi Z dengan rentang usia 17-27 tahun dan berdomisili di Kota Semarang. Kemudian dirumuskan dengan rumus lemeshow untuk mendapatkan sampel, sehingga diperoleh 100 responden. Karakteristik pada penelitian ini meliputi sebagai 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

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	33,0	33,0	33,0
	Perempuan	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dapat dilihat pada tabel 4.3 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan sebanyak 67 atau 67% responden dan diikuti responden laki-laki yang berjumlah 33 atau 33% dari keseluruhan responden yang berpartisipasi.

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**

Rentang Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 tahun	20	20,0	20,0	20,0
	20-25 tahun	64	64,0	64,0	84,0
	26-27 tahun	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tabel 4.4 menyatakan hasil bahwa 20 responden atau 20% dari total responden berusia 17-20 tahun, 64 responden atau 64% dari total responden dengan rentang usia 20-25 tahun, dan 16 responden atau 16% dari yang berusia 26-27 tahun. Dengan demikian penelitian ini paling banyak oleh Generasi Z dengan rentang usia 20-25 tahun atau setara dengan 64% dari total 100% responden.

4.3.3 Berdasarkan Pekerjaan

Tabel dibawah ini adalah hasil dari data yang sudah diklasifikasikan peneliti berdasarkan pekerjaan responden sebagai berikut:

**Tabel 4. 5
Pekerjaan Responden**

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	71	71,0	71,0	71,0
	Pegawai/Karyawan	22	22,0	22,0	93,0
	Bisnis/Wirausaha	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pada tabel 4.5 mengenai pekerjaan responden menghasilkan bahwa mayoritas adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 71 responden 71%, kemudian sebanyak 22 responden bekerja sebagai pegawai/karyawan dengan persentase 22%, dan responden yang bekerja dalam bidang bisnis/wirausaha sejumlah 7 atau setara 7% dari total keseluruhan responden.

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
Alamat Responden

Alamat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mijen	2	2,0	2,0	2,0
	Gunungpati	4	4,0	4,0	6,0
	Banyumanik	3	3,0	3,0	9,0
	Gajah Mungkur	0	0,0	0,0	0,0
	Semarang Selatan	4	4,0	4,0	13,0
	Candisari	3	3,0	3,0	16,0
	Tembalang	13	13,0	13,0	29,0
	Pedurungan	5	5,0	5,0	34,0
	Genuk	11	11,0	11,0	45,0
	Gayamsari	3	3,0	3,0	48,0
	Semarang Timur	2	2,0	2,0	50,0
	Semarang Utara	1	1,0	1,0	51,0
	Semarang Tengah	3	3,0	3,0	54,0
	Semarang Barat	7	7,0	7,0	61,0
	Tugu	2	2,0	2,0	63,0
	Ngaliyan	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.6 alamat responden merupakan alamat per-Kecamatan di Kota Semarang dengan total 16 Kecamatan. Pada tabel 4.6 didapatkan hasil bahwa responden tertinggi bertempat tinggal di Kecamatan Ngaliyan yang berjumlah 33 responden atau 37% dari total. Kemudian sebanyak 13 responden dengan persentase 13% diikuti oleh Kecamatan Tembalang, dan 11 responden dengan tingkat 11% bertempat tinggal di Kecamatan Genuk. Dari keseluruhan alamat domisili responden di Kota Semarang yang bervariatif, maka dapat disimpulkan bahwa yang berdomisili di Ngaliyan menjadi partisipan terbanyak dalam penelitian ini.

4.4 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden generasi z di Kota Semarang mengenai pengaruh persepsi kemudahan pengguna, antarmuka pengguna, dan pengalaman pengguna terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan didapat hasil jawaban responden per variabel sebagai berikut:

4.4.1 Jawaban Responden Variabel X₁

Berikut adalah hasil jawaban dari responden pada variabel persepsi kemudahan pengguna (X₁):

Tabel 4. 7
Hasil Jawaban Responden Persepsi Kemudahan Pengguna

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah
X1.1	0	0	4	81	15	100
X1.2	1	1	10	53	35	100
X1.3	0	0	14	54	32	100
X1.4	0	1	13	62	24	100
X1.5	0	0	14	48	38	100
X1.6	0	1	9	56	34	100
X1.7	0	2	26	53	19	100
X1.8	0	1	17	55	27	100
Jumlah	1	6	107	462	224	800

Hasil jawaban responden untuk variabel persepsi kemudahan pengguna pada tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tanggapan dengan rata-rata memilih setuju (s) dari keseluruhan 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan pengguna (X₁) yang menandakan bahwa sebagian responden merasa Byond by BSI mudah digunakan dan diakses.

4.4.2 Jawaban Responden Variabel X₂

Hasil dari jawaban responden pada variabel antarmuka pengguna (X₂) yaitu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Jawaban Responden Antarmuka Pengguna

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah
X2.1	0	3	21	59	17	100

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah
X2.2	0	2	14	57	27	100
X2.3	0	1	15	54	30	100
X2.4	0	4	14	61	21	100
X2.5	0	2	13	61	24	100
X2.6	0	2	25	55	18	100
X2.7	0	0	14	47	39	100
X2.8	0	1	13	45	41	100
X2.9	0	0	6	68	26	100
X2.10	0	2	11	60	27	100
Jumlah	0	17	146	567	270	1000

Sesuai dengan hasil tabel 4.8 mengenai jawaban responden dengan keseluruhan 10 item pernyataan mengimplementasikan bahwa rata-rata responden cenderung memilih setuju (s) pada variabel antarmuka pengguna (X_2) yang mengindikasikan aplikasi Byond by BSI bagi sebagian responden menjadi salah satu faktor yang diperhatikan pengguna.

4.4.3 Jawaban Responden Variabel X_3

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden pada variabel pengalaman pengguna (X_3) yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Jawaban Responden Pengalaman Pengguna

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah
X3.1	0	3	20	52	25	100
X3.2	0	0	9	62	29	100
X3.3	0	2	13	57	28	100
X3.4	0	1	18	59	22	100
X3.5	0	0	19	60	21	100
X3.6	0	0	18	63	19	100
Jumlah	0	6	97	353	144	600

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memberikan jawaban “setuju” (s) dan “sangat setuju” (ss) secara keseluruhan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman pengguna yang positif pada aplikasi Byond by BSI.

4.4.4 Jawaban Responden Variabel Y

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

**Tabel 4. 10
Hasil Jawaban Responden Niat Penggunaan**

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah
Y.1	0	2	27	55	16	100
Y.2	0	4	11	55	30	100
Y.3	0	3	21	58	18	100
Y.4	1	6	30	39	24	100
Y.5	0	3	12	43	42	100
Y.6	0	10	34	39	17	100
Y.7	0	7	22	45	26	100
Y.8	0	4	21	59	16	100
Jumlah	1	39	178	393	189	800

Pada tabel 4.10 hasil responden memberikan tanggapannya untuk variabel niat penggunaan secara berkelanjutan (Y) menunjukkan bahwa persentase responden mayoritas memilih setuju untuk semua item pernyataan yang mengindikasikan bahwa rata-rata pengguna merasa terdorong untuk terus menggunakan Byond by BSI.

4.5 Hasil Analisis Data

4.5.1 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 generalisasi.¹¹⁴ Tabel 4.11 berikut akan menginterpretasikan hasilnya:

Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan Pengguna	100	23	38	33,02	3,075
Antarmuka Pengguna	100	25	47	40,90	3,891
Pengalaman Pengguna	100	18	30	24,35	2,524
Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan	100	19	39	31,30	4,576
Valid N (listwise)	100				

¹¹⁴ Rouly H.Pandjaitan and Ahmad, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*.

Terlihat dalam tabel 4.11 hasil dari statistik deskriptif dengan jumlah 100 sampel mencakup tiga variabel independen dan satu variabel dependen dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan pengguna dengan 8 pernyataan kuesioner, mempunyai nilai minimal 23 yang memiliki arti bahwa responden tidak terlalu memperhatikan kemudahaan penggunaan dan nilai maksimal yang diperoleh berkisar 38, mengindikasikan responden sangat mempertimbangkan kemudahan penggunaan Byond by BSI. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel ini berkisar 33,02 dan nilai standar deviasi senilai 3,075, yang mana semakin kecil standar deviasi, maka semakin stabil data dan lebih dekat ke rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen variabel Persepsi kemudahan pengguna cenderung tidak bervariasi yang berarti responden memperhatikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI.
2. Antarmuka pengguna yang terdiri dari 10 pertanyaan kuesioner memiliki minimal nilai 25 dan nilai maksimal sebesar 47 dengan rata-rata senilai 40,90 yang lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu berkisar 3,891. Hal ini menjelaskan bahwa data ini relatif stabil dan tidak terlalu berbeda dari nilai rata-rata. Sehingga, dapat dikatakan responden cenderung melihat antarmuka pada aplikasi Byond by BSI.
3. Pengalaman pengguna terdiri dari 6 butir kuesioner, memperlihatkan nilai minimal berkisar 18 dan maksimal senilai 30. Nilai rata-rata bernilai 24,35 jauh lebih besar dari 2,524 dari nilai standar deviasi. Menandakan bahwa data cenderung memiliki persebaran yang kecil di sekitar rata-rata, sehingga sebagian besar nilai data berada dekat dengan nilai rata-rata. Oleh karena itu, pengalaman pengguna menjadi hal yang dipertimbangkan pengguna Byond by BSI.
4. Niat penggunaan secara berkelanjutan dengan 8 item kuesioner memperoleh nilai minimal 19 dengan nilai maksimal sebesar 39. Nilai rata-rata diperoleh yaitu 31,30 dan nilai standar deviasinya 4,576. Maka dapat dilihat bahwa standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata yang mencerminkan data relatif homogen dengan variasi yang rendah. Hal ini menandakan niat penggunaan secara berkelanjutan menjadi bahan pertimbangan pengguna Byond by BSI.

4.5.2 Hasil Uji Instrumen

4.5.2.1 Uji Validitas

Tingkat validitas akan diukur melalui distribusi nilai r tabel dengan signifikansi 0,05 dan dengan ketentuan apabila nilai r hitung > r tabel, maka butir kuesioner tersebut dianggap valid. Dengan ketentuan diketahui df = n-2, yaitu df = 100-2 diperoleh 98, sehingga r tabel senilai 0,1966. Berikut adalah hasil dari pengujian validitas pada penelitian ini:

**Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Variabel X₁**

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Persepsi	X1.1	0,775	0,1966	0,000	Valid
Kemudahan	X1.2	0,695	0,1966	0,000	Valid
Pengguna	X1.3	0,812	0,1966	0,000	Valid
(X ₁)	X1.4	0,703	0,1966	0,000	Valid
	X1.5	0,760	0,1966	0,000	Valid
	X1.6	0,786	0,1966	0,000	Valid
	X1.7	0,707	0,1966	0,000	Valid
	X1.8	0,582	0,1966	0,000	Valid

Tabel 4.12, menghasilkan uji validitas pada variabel persepsi kemudahan pengguna yang memperlihatkan bahwa data dengan 8 butir pernyataan memenuhi ketentuan nilai r hitung > 0,1966. Sehingga, variabel X₁ dinyatakan valid.

**Tabel 4. 13
Hasil Uji Validitas Variabel X₂**

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Antarmuka	X2.1	0,627	0,1966	0,000	Valid
Pengguna	X2.2	0,650	0,1966	0,000	Valid
(X ₂)	X2.3	0,685	0,1966	0,000	Valid
	X2.4	0,625	0,1966	0,000	Valid
	X2.5	0,627	0,1966	0,000	Valid
	X2.6	0,570	0,1966	0,000	Valid
	X2.7	0,559	0,1966	0,000	Valid
	X2.8	0,627	0,1966	0,000	Valid
	X2.9	0,625	0,1966	0,000	Valid
	X2.10	0,694	0,1966	0,000	Valid

Sesuai dengan hasil tabel 4.13 pengujian validitas variabel antarmuka pengguna (X_2) menghasilkan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Hasil tersebut menandakan bahwa keseluruhan butir instrumen variabel X_2 bisa dikatakan valid.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Validitas Variabel X_3

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Pengalaman Pengguna (X_3)	X3.1	0,611	0,1966	0,000	Valid
	X3.2	0,674	0,1966	0,000	Valid
	X3.3	0,725	0,1966	0,000	Valid
	X3.4	0,702	0,1966	0,000	Valid
	X3.5	0,770	0,1966	0,000	Valid
	X3.6	0,749	0,1966	0,000	Valid

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel 4.14, memperoleh arti bahwa uji validitas pada variabel pengalaman pengguna (X_3) semuanya memenuhi nilai r hitung $>$ r tabel, dengan demikian variabel X_3 menyatakan valid.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan (Y)	Y.1	0,749	0,1966	0,000	Valid
	Y.2	0,750	0,1966	0,000	Valid
	Y.3	0,763	0,1966	0,000	Valid
	Y.4	0,787	0,1966	0,000	Valid
	Y.5	0,526	0,1966	0,000	Valid
	Y.6	0,846	0,1966	0,000	Valid
	Y.7	0,828	0,1966	0,000	Valid
	Y.8	0,741	0,1966	0,000	Valid

Pada tabel 4.15, pengujian uji validitas variabel niat penggunaan menghasilkan bahwa r hitung melebihi r tabel. Maka item instrumen pada variabel Y dianggap memenuhi dan valid.

4.5.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi kuesioner yang digunakan sebagai indikator suatu variabel. Kuesioner akan dianggap reliabel apabila responden memberikan jawaban konsisten terhadap pernyataan yang diajukan. Salah satu cara untuk menguji reliabilitas

kuesioner adalah jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian kuesioner tersebut dapat dianggap reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas atas penelitian yang dilakukan:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
			<i>Standart</i>	
Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1)	0,870	8	0,6	Reliabel
Antarmuka Pengguna (X_2)	0,829	10	0,6	Reliabel
Pengalaman Pengguna(X_3)	0,794	6	0,6	Reliabel
Niat Penggunaan (Y)	0,889	8	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.16, memperoleh arti 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

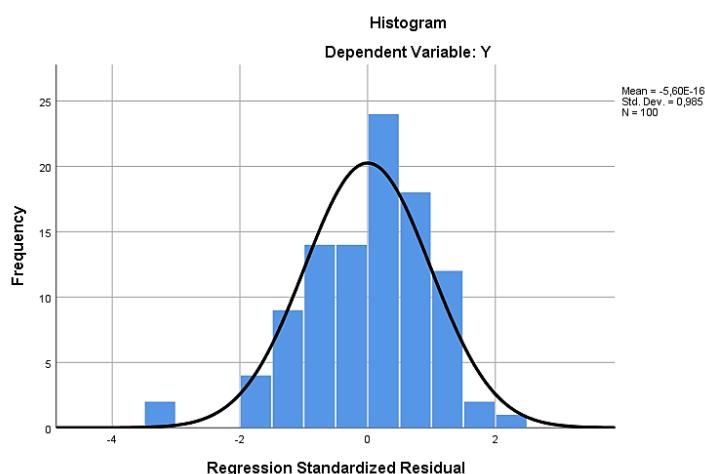
Uji normalitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu kumpulan data mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil dari uji normalitas dengan metode uji statistik Kolmogorov-Smirnov dinyatakan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data dapat dianggap berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
	Mean ,0000000
	Std. Deviation 2,75436566
Most Extreme Differences	
	Absolute ,082
	Positive ,052
	Negative -,082
Test Statistic	,082
Asymp. Sig. (2-tailed)	,093 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Hasil uji normalitas yang ada pada tabel 4.17 menggunakan metode one sample kolmogorov smirnov test menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,093, karena nilai lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan untuk tahap uji selanjutnya. Untuk memberikan penjelasan yang lebih jelas mengenai uji normalitas dapat dilihat pada grafik histogram berikut:

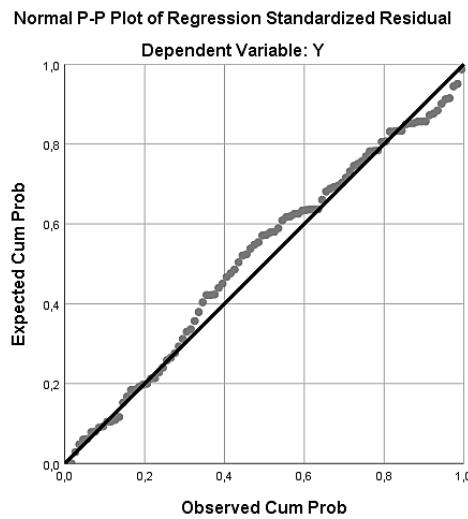
Gambar 4. 1
Hasil Uji Normalitas Histogram



Gambar 4.1 uji histogram diatas terlihat bahwa data distribusi data menunjukkan bentuk yang simetris dan menyerupai kurva lonceng yang merupakan ciri khas dari distribusi normal. Puncak histogram terletak di tengah

tidak condong ke arah kanan atau kiri. Selain uji histogram, juga dapat diuji dengan uji plot yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Menurut gambar 4.2, hasil uji normalitas menggunakan P-Plot menunjukkan hasil bahwa titik-titik data berada dekat dengan garis diagonal yang mewakili distribusi normal. Hal ini mengindikasikan data yang dianalisis cenderung mengikuti distribusi normal. Ketika titik-titik data terletak disepanjang garis diagonal menunjukkan bahwa nilai dalam dataset memiliki karakteristik yang konsisten dengan distribusi normal, baik dalam hal lokasi (*mean*) maupun penyebaran (*varians*). Namun, terdapat beberapa titik yang sedikit menyimpang dari garis yang adanya kemungkinan outlier atau deviasi kecil dari normalitas. Meskipun dengan demikian, secara keseluruhan hasil p-plot mendukung hipotesis bahwa data ini dapat dinyatakan normal. Sehingga memungkinkan penerapan uji statistik lebih lanjut.

4.5.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah langkah analisis yang bertujuan untuk medeteksi adanya hubungan linear yang kuat antara tiga variabel independen dalam model regresi. Jika kedua kriteria ($\text{Tolerance} \geq 0,10$ dan $\text{VIF} \leq 10$) terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan di antara variabel independen. Berikut merupakan hasil pengujian data dengan uji multikolinearitas:

Tabel 4. 18
Hasil Uji Multikolinearitas

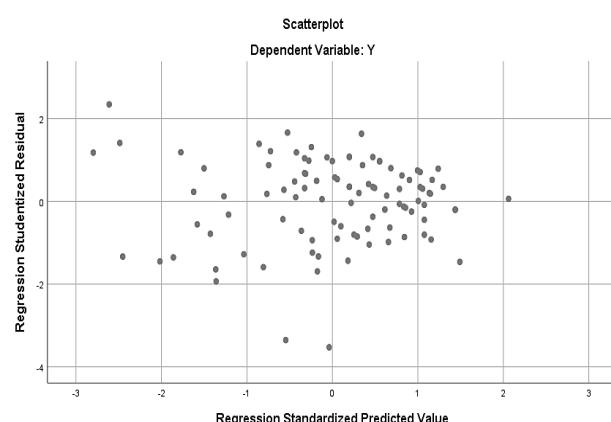
Model (Constant)	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	,493	2,028
X2	,445	2,246
X3	,365	2,742

Sesuai dengan hasil multikolinearitas pada tabel 4.18, dapat diinterpretasikan bahwasannya Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1) memenuhi kriteria dengan nilai tolerance $0,493 \geq 0,10$ dan nilai VIF $2,028 \leq 10$. Diikuti variabel Antarmuka Pengguna (X_2) memiliki nilai tolerance $0,445 \geq 0,10$ dengan nilai VIF senilai $2,246 \leq 10$ dan untuk Pengalaman Pengguna (X_3) mempunyai nilai tolerance sebesar $0,365$ lebih besar dari $0,10$ dengan nilai VIF $2,742$ yang lebih kecil dari 10 . Secara keseluruhan tidak ada indikasi multikolinearitas yang serius.

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 park. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot:

Gambar 4. 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Berdasarkan gambar 4.3 hasil pengujian dengan scatterplot dapat dilihat bahwa titik-titik scatterplot menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu y dan tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Selain dengan scatterplot, untuk mendukung hasil juga ada metode lain untuk uji heteroskedastisitas yaitu dalam penelitian ini menggunakan uji park.

Uji park merupakan salah satu metode pengujian dalam heteroskedastisitas, sedangkan uji heteroskedastisitas adalah bagian dari pengujian asumsi klasik. Uji park dilakukan dengan cara melakukan pemangkatan terhadap residual, kemudian transformasi logaritma natural dan dilakukan regresi terhadap varabel independen. Dasar kriteria keputusan uji park adalah apabila nilai signifikansinya $>0,05$. Maka tidak terindikasi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi $<0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil pengujian dengan uji park:

**Tabel 4. 19
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Park)**

Model	Sig.
(Constant)	,000
Persepsi Kemudahan Pengguna	,655
Antarmuka Pengguna	,255
Pengalaman Pengguna	,184

Tabel 4.19 memperlihatkan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan metode uji park untuk memperkuat uji scatterplot. Variabel persepsi kemudahan pengguna dengan nilai sig. $0,655 > 0,05$. Pada variabel antarmuka pengguna menunjukkan nilai sig. $0,255$ yang lebih besar dari $0,05$ dan untuk variabel pengalaman pengguna dengan nilai sig. $0,184 > 0,05$. Dengan demikian, secara menyeluruh tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4.5.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda diperlukan untuk menentukan nilai dari variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1), Antarmuka Pengguna (X_2), dan Pengalaman Pengguna (X_3) yang berpengaruh terhadap variabel Y atau Niat Penggunaan Beyond Secara Berkelanjutan. Dalam mengukur seberapa besar pengaruh

variabel X terhadap Y, maka penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 4. 20
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
	B	Std. Error	
1 (Constant)	-9,900	3,344	
Persepsi Kemudahan Pengguna	,335	,130	,225
Antarmuka Pengguna	,258	,108	,219
Pengalaman Pengguna	,806	,184	,444

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan Byond by BSI

Tabel 4.20 dapat dijelaskan lebih lanjut dengan persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = -9,900 + 0,335 X_1 + 0,258 X_2 + 0,806 X_3 + e$$

Dimana Y : Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan

X₁ : Persepsi Kemudahan Pengguna

X₂ : Antarmuka Pengguna

X₃ : Pengalaman Pengguna

α : Konstanta

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

e : Standar Error

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diketahui bahwa:

- 1) Konstanta sebesar -9,900 bernilai negatif yang memiliki arti bahwa apabila Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna, dan Pengalaman Pengguna tidak ada atau sama dengan nol (0), maka Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan juga akan semakin berkurang atau menurun.
- 2) Koefisien regresi 0,335 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (X₁) akan meningkatkan niat

penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Y) sebesar 0,335 unit atau 33,5% dengan asumsi variabel lainnya konstan.

- 3) Nilai koefisien regresi X_2 bernilai 0,258 mengartikan variabel Antarmuka Pengguna saat peningkatan satu unit maka akan meningkatkan niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan (Y) sebesar 0,258 unit atau 25,8% dan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- 4) Koefisien regresi diangka 0,806 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel Pengalaman Pengguna (X_3) akan meningkatkan Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan (Y) sebesar 0,806 unit atau 80,6% dengan asumsi variabel yang lain tetap konstan.

4.5.5 Hasil UJI T (Parsial)

Dalam 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. 21
Hasil Uji T Parsial**

Model	t	Sig.
(Constant)	-2,961	,004
Persepsi Kemudahan Pengguna	2,569	,012
Antarmuka Pengguna	2,380	,019
Pengalaman Pengguna	4,368	,000

a. Dependent Variable : Niat Penggunaan Byond by BSI

Hasil yang ada pada tabel 4.21 diketahui nilai t untuk konstanta dengan nilai sig. $0,004 < 0,05$ menunjukkan bahwa konstanta tersebut signifikan. Artinya konstanta -2,961 mengindikasikan niat penggunaan Beyond by BSI ketika semua variabel independen bernilai nol. Nilai signifikansi (Sig.) variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1) sebesar 0,012, karena nilai Sig. $<$ probabilitas 0,05 dengan t hitung 2,569 yang lebih besar dari t tabel senilai 1,985, maka dapat disimpulkan untuk variabel X_1 terdapat pengaruh terhadap variabel Y.

Selanjutnya untuk variabel antarmuka pengguna (X_2) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas yaitu $0,019 < 0,05$ dan nilai t hitung senilai 2,380 $>$ nilai t tabelnya yaitu 1,985. Sehingga variabel antarmuka pengguna berpengaruh terhadap niat penggunaan Beyond by BSI Secara Berkelanjutan. Berikutnya variabel Pengalaman Pengguna (X_3) terlihat bahwa nilai signifikansinya senilai 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai t hitung sebesar 4,368 yang lebih tinggi dari nilai t tabelnya senilai 1,985. Dengan demikian, variabel X_3 ada pengaruhnya terhadap variabel Y.

4.5.6 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. 22
Hasil Uji R Square (Koefisien Determinasi)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,799 ^a	,638	,626	2,797
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna, Pengalaman Pengguna				

Tabel 4.23 merupakan hasil dari uji koefisien determinasi yang mana untuk penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, sehingga dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square yang menunjukkan nilai 0,626 setara dengan 62,6%. Hasil ini memiliki arti bahwa variabel Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna, dan Pengalaman Pengguna berpengaruh sebesar 62,6% terhadap variabel Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan. Sedangkan untuk sisanya yaitu senilai 37,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas secara mendalam mengenai hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan berfokus pada hasil analisis pengujian dan interpretasi data yang diperoleh. Pembahasan ini bertujuan untuk mengaitkan temuan yang ada dengan teori dan menjelaskan implikasi dari variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (X_1), Antarmuka Pengguna (X_2), dan Pengalaman Pengguna (X_3) Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan (Y). Berlandaskan hasil temuan yang selanjutnya akan dibahas terkait pembuktian hipotesis adalah sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan Pada Generasi Z di Kota Semarang

Sesuai dengan hasil pengujian secara parsial, diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI yang dibuktikan dengan adanya hasil signifikansi $0,012 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,569 > t$ tabel 1,985. Dengan demikian, persepsi kemudahan pengguna (X_1) terdapat pengaruh dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan sekaligus hipotesis (H_1) dapat diterima.

Dalam penelitian ini, hipotesis bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan diterima. Hal ini sejalan dengan temuan pada literatur sebelumnya oleh Hengky dan Ramadania menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel persepsi kemudahan pengguna terhadap niat menggunakan mobile banking¹¹⁵. Kesamaan hasil juga dilakukan oleh I Kadek Yogi dan Ni Made Wulandari¹¹⁶, Avisa

¹¹⁵ Wongso and Ramadania, "Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar."

¹¹⁶ Asmara and Kusumadewi, "Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan Security Terhadap Niat Menggunakan BCA Mobile Banking."

Ghassani, dkk¹¹⁷ dan Visca Pasha, dkk¹¹⁸ yang menghasilkan temuan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan aplikasi, maka akan semakin besar pula niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Persepsi kemudahan pengguna dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang pengguna meyakini bahwa menggunakan suatu sistem aplikasi tidak akan membutuhkan banyak usaha. Dalam konteks Byond by BSI dengan fitur-fitur yang dirancang untuk mempermudah pengguna, seperti proses transaksi yang efisien berkontribusi pada persepsi positif dari pengguna. Temuan penelitian ini menghasilkan pengaruh positif antara persepsi kemudahan pengguna dan niat penggunaan mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tidak akan memerlukan usaha yang besar, sehingga jika pengguna merasa bahwa teknologi aplikasi mudah digunakan, maka pengguna cenderung akan mengadopsi dan menggunakan teknologi aplikasi tersebut dalam jangka yang lama.

4.6.2 Pengaruh Antarmuka Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan Pada Generasi Z di Kota Semarang

Berdasarkan hasil analisis regresi pada uji t menunjukkan bahwa variabel antarmuka pengguna memiliki nilai sig. 0,019 yang kurang dari nilai probabilitas 0,05 dan didukung dengan nilai t hitung sebesar 2,380 yang lebih tinggi daripada nilai t tabelnya yaitu 1,985. Dengan memenuhi kriteria secara parsial, maka untuk variabel antarmuka pengguna (X_2) ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan dan hipotesis (H_2) diterima.

Dalam penelitian ini, hipotesis yang menyatakan variabel antarmuka pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan dapat diterima. Hasil analisis mengindikasikan bahwa antarmuka pengguna merupakan aspek yang krusial. Kualitas antarmuka yang baik termasuk

¹¹⁷ Ghassani, Raharso, and Tiorida, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking: Kasus Penggunaan Aplikasi BCA Mobile Di Kota Bandung.”

¹¹⁸ Angeli, Roslina, and Husna, “Pengaruh Persepsi Persepsi Kemudahan Serta Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO Di Bandar Lampung.”

desain visual, navigasi intuitif, dan kemudahan akses berkontribusi secara signifikan terhadap keinginan pengguna untuk terus menggunakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Daffa dan Sylvia Rozza yaitu menghasilkan bahwa kualitas antarmuka pengguna terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile¹¹⁹. Meskipun penelitian tersebut mengarah pada keputusan penggunaan, penelitian ini memperluas pemahaman dengan menunjukkan bahwa antarmuka pengguna juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan secara berkelanjutan. Hal ini menegaskan desain antarmuka yang efektif dalam mendorong komitmen pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Byond by BSI secara berkelanjutan.

Kesamaan hasil juga terdapat dalam penelitian oleh Frans Sudirjo, dkk dengan hasil temuan bahwa antarmuka pengguna berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan mobile banking secara signifikan¹²⁰. Dalam penelitian ini menegaskan bahwa antarmuka pengguna tidak hanya meningkatkan kepuasan, melainkan secara langsung juga memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Byond by BSI secara berkelanjutan.

Variabel antarmuka pengguna dapat memengaruhi kedua faktor dalam teori TAM. Teori *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis menjelaskan bahwa dua faktor utama yang memengaruhi niat penggunaan teknologi adalah persepsi kegunaan dan kemudahan. Sebuah antarmuka yang baik tidak hanya membuat aplikasi lebih mudah digunakan, tetapi juga dapat meningkatkan persepsi kegunaan karena pengguna dapat dengan cepat memahami dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada. Pada penelitian ini, pengaruh positif dan signifikan antarmuka pengguna terhadap niat penggunaan mendukung teori TAM. Hal ini bermaksud bahwa ketika pengguna merasa nyaman dengan antarmuka, maka pengguna akan percaya dalam aplikasi tersebut berguna dan lebih memungkinkan untuk menggunakan aplikasi tersebut dengan berkelanjutan.

¹¹⁹ Heriyadi and Rozza, "Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile."

¹²⁰ Sudirjo et al., "Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application."

4.6.3 Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Byond by BSI Secara Berkelanjutan Pada Generasi Z di Kota Semarang

Berdasarkan hasil uji parsial bahwa nilai t hitung yaitu sebesar 4,368 yang lebih besar dari t tabelnya yakni senilai 1,985. Perolehan nilai signifikansi yaitu 0,000 yang tentunya lebih kecil dari probabilitas 0,05. Sehingga, dapat dikatakan variabel pengalaman pengguna (X_3) mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan dan menyatakan hipotesis (H_3) diterima.

Hipotesis pengalaman pengguna diterima yang menunjukkan hasil bahwa faktor-faktor seperti interaksi yang memuaskan, responsif, dan efisien serta dukungan pengguna dapat berperan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan secara signifikan berpengaruh terhadap keinginan atau niat pengguna untuk terus menggunakan Byond by BSI. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Lutfi Rokhiyatul dan Darwanto dengan temuan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking secara umum. Sementara penelitian tersebut menyoroti pengalaman pengguna dan tingkat penggunaan, penelitian ini memperluas perspektif dengan menunjukkan bahwa pengalaman pengguna secara khusus juga memengaruhi niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan.¹²¹ Hasil penelitian lain oleh Fina Berlian bahwasannya pengalaman pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan kembali.¹²² Meskipun penelitian tersebut mengarah pada niat menggunakan kembali, penelitian ini memperluas dan menekankan bahwasannya pengalaman pengguna juga secara positif dan signifikan memengaruhi niat menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Hal ini mengidentifikasi bahwa pengalaman pengguna yang positif tidak hanya mendorong niat untuk kembali, melainkan juga dapat memperkuat komitmen pengguna untuk terus menggunakan Byond by BSI dalam jangka panjang.

Pengalaman pengguna berhubungan dengan kedua faktor dalam teori TAM. Pengalaman yang positif meningkatkan persepsi kegunaan, karena pengguna merasa aplikasi memberikan manfaat yang nyata dan efisiensi dalam aktivitas pengguna. Selain itu, pengalaman yang menyenangkan juga meningkatkan persepsi kemudahan karena

¹²¹ Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh and Darwanto Darwanto, "Analisis Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 02 (2021): 155, <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>.

¹²² Lestari and Suasana, "Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Menggunakan Kembali Mobile Banking BPD Bali Di Jembrana."

pengguna merasakan kenyamanan dan terbiasa dengan sistem aplikasi. Sehingga, pengalaman pengguna yang baik dan memuaskan saat menggunakan aplikasi cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk terus menggunakan aplikasi Byond by BSI di masa mendatang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Variabel persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan yang dibuktikan dengan adanya hasil t hitung senilai 2,569 lebih tinggi dari t tabelnya yaitu 1,985 dan nilai signifikansi diperoleh 0,012 lebih rendah dari nilai probabilitas 0,05. Sehingga menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan oleh generasi Z di Kota Semarang, maka akan tinggi niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan.
2. Variabel antarmuka pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai t hitung sebesar $2,380 > 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Hasil tersebut membuktikan bahwa antarmuka pengguna yang nyaman akan mendorong niat generasi Z di Kota Semarang dalam penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan.
3. Variabel pengalaman pengguna secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan. Hal ini didukung dengan hasil t hitung yang diperoleh yaitu 4,368 yang lebih besar dari t tabel yakni berkisar 1,985 dan nilai signifikansi yang memenuhi yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05. Hal ini mengimplementasikan bahwa pengalaman pengguna oleh generasi Z di Kota Semarang yang positif akan menunjang niat penggunaan Byond by BSI secara berkelanjutan.

5.2 Saran

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

1. Bagi Perusahaan
 - a. Terbuka dalam menerima segala masukan maupun kritikan pengguna sebagai bahan evaluasi perusahaan.
 - b. Perusahaan disarankan untuk terus mengembangkan dan menyempurnakan aplikasi Byond agar lebih intuitif dan mudah digunakan.
 - c. Perusahaan perlu memperhatikan pengalaman pengguna dengan melakukan survei atau tanggapan ulasan untuk memahami kebutuhan dan harapan para pengguna yang nantinya perusahaan dapat menyesuaikan layanan dan fitur yang ditawarkan.
 - d. Perusahaan harus terus berinovasi dengan menambahkan fitur-fitur baru yang relevan bagi pengguna dan memastikan aplikasi Byond tetap *up-to-date* seiring dengan tren teknologi sekarang ini.
2. Bagi Peneliti Berikutnya
 - a. Disarankan untuk memperluas sampel penelitian dengan melibatkan responden dari berbagai daerah atau generasi, sehingga tidak hanya terbatas pada generasi Z di Kota Semarang dan agar hasil penelitian selanjutnya lebih representatif serta dapat digeneralisasi.
 - b. Peneliti berikutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dengan mempertimbangkan untuk menggunakan atau menambahkan faktor variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Misalnya persepsi kegunaan, keamanan, risiko ataupun yang lainnya yang berkesinambungan dengan variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A., Alalwan, Dwivedi Y.K., and Rana N.P. "Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Customers: A Study in Jordan." *Journal of Enterprise Information Management*, 2021.
- A'yuni, Shafa Giyan, and Dhety Chusumastuti. "Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 49–58.
- Abdillah, Aris, Hari Basuki, Wibowo Iman Santoso, I Made Sukresna, and Farida Indriani. "Utilization of Digital Banking Services for Generation Z Economic Sustainability." *Research Horizon* 04, no. 1 (2024): 11–22.
- 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>.
- Alfaridzi, Mohamad Gilang, Buce Trias Hanggara, and Hanifah Muslimah Az-zahra. "Usability Testing and User Interface Improvement of Mobile Banking Application: Livin' by Mandiri." *MATICS: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi (Journal of Computer Science and Information Technology)* 15, no. 1 (2023): 15–22. <https://doi.org/10.18860/mat.v15i1.22919>.
- Angeli, Visca Pasha, Roslina, and Nurul Husna. "Pengaruh Persepsi Persepsi Kemudahan Serta Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO Di Bandar Lampung." *Mirai Management* 9, no. 1 (2024): 887–903.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT.Rieneka Cipta, 2006.
- Asmara, I Kadek Yogi, and Ni Made Wulandari Kusumadewi. "Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan Security Terhadap Niat Menggunakan BCA Mobile Banking." *E-Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2022): 21–40.
- Athiyani, Nila Filsa. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT BSI KC Kudus)." UIN Walisongo Semarang, 2022.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Bhattacherjee, Anol. "Understanding Information Systems Continuance." *MIS Quarterly* 25, no. 3 (2001): 351–70.
- BSI. "Byond By BSI," 2024. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/byond-by-bsi>.
- Choi, Youj in. *Digital Banks : Lessons From Korea*. 2nd ed. World Bank Group, 2020.
- Cita, Sary Dja'akum. "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>.
- Crystle Rampen, Danielle Eudora, and Jay Idoan Sihotang. "Analisis Penggunaan Layanan

- Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM.” *Cogito Smart Journal* 7, no. 1 (2021): 85–95. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i1.303.85-95>.
- D., Purnamasari, and Rahmawati E. “The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on User’s Intention to Use E-Learning.” *Journal of Information Technology Education*, 2020, 1–18.
- 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., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.” *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Dewi, Rahmawati. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Compatibility Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening,” 2021.
- E., Saputra, and Wibowo A. “The Role of User Interface Design in User Satisfaction and Behavioral Intention to Use Mobile Applications.” *International Journal of Human-Computer Interaction* 37, no. 1 (2021): 83–92.
- Finance, Asian Banking and. “Bagaimana Superapp Mengubah Lanskap Perbankan Digital?,” 2022. <https://asianbankingandfinance.net/indonesian/exclusive/bagaimana-superapp-mengubah-lanskap-perbankan-digital#:~:text=Asian%20Banking%20%26%20Finance> berbicara dengan tiga pakar,multi-vertikal yang terhubung secara erat dengan dompet seluler.
- Garrett, Jesse James. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition*. Edited by Michael J. Nolan. *User Experience Innovation*. 2nd ed., 2011. https://doi.org/10.1007/978-1-4302-4150-8_1.
- Ghassani, Avisa, Sri Raharso, and Ermina Tiorida. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking: Kasus Penggunaan Aplikasi BCA Mobile Di Kota Bandung.” *Visa: Journal of Visions and Ideas* 4, no. 1 (2024): 104–13.
- Ghifary, Faizal, and Drs. Sri Padmantyo MBA. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking,” 2022, 65. <http://eprints.ums.ac.id/103598/>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.
- Guo, Frank. *More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I*, 2012.
- Heriyadi, Muhammad Daffa, and Sylvia Rozza. “Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile.” *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* 3 (2023).
- Indonesia, Bank Syariah. “Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia.” Accessed October 28, 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>.
- _____. “Sejarah Perseroan.” Accessed October 18, 2024.

- https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.
———. “Visi Dan Misi.” Accessed November 18, 2024.
https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html.
- Julia, Ledis, Priti Siwa Linggam, Rafiadri Hibatullah, and Jerry S. Justianto. “The Impact of Perceived Risk and Technology Acceptance Model on Gen Z’s Adoption of Digital Banking.” *WSEAS Transactions on Computer Research* 12, no. 1 (2024): 1–18.
<https://doi.org/10.37394/232018.2024.12.1>.
- Julyazti, Nadya Fritanita, Mohamad Fany Alfarisi, and Fajri Adrianto. “Pengaruh Behavioral Intention Dan User Behavioral Terhadap Gender Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 187–97. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.220>.
- “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (2023).” Badan Pusat Statistik Kota Semarang. Accessed December 20, 2024.
<https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table?subject=519>.
- Lestari, Fina Berlian, and I Gst. A. Kt. Gd. Suasana. “Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Menggunakan Kembali Mobile Banking BPD Bali Di Jembrana.” *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan* 15, no. 1 (2024).
- Lubis B., Raka. “Deretan Bank Syariah Terbesar Di Indonesia.” GoodStats, 2024.
<https://goodstats.id/infographic/deretan-bank-syariah-terbesar-di-indonesia-Xi82e>.
- Maharani, Salsabila Aprilia, and Eva Sundari. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: Pada Pengguna BRImo Di Kota Pekanbaru).” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 18, no. 1 (2024): 161.
<https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2975>.
- Mamang Sungadji, Etta, and Sopiah. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI, 2010.
- Maryamah, Neni, Mustika Widowati, and Rola Nurul Fajria. “Analisis Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Layanan, Dan Penggunaan M-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).” *Keunis* 11, no. 1 (2023): 58–72. <https://doi.org/10.32497/keunis.v11i1.3788>.
- Masdaini, Efrina, and Romidon Hidayat. “Pengaruh User Experience, Perceived Quality, Dan Perceived Sacrifice Terhadap Behavioral Intention Dan Costumer Satisfaction Pada Aplikasi Mobile Gojek Di Kota Palembang.” *Buletin Bisnis & Manajemen* 06, no. 01 (2020): 30–44.
- Mu’asiroh, Lutfi Rokhiyatul, and Darwanto Darwanto. “Analisis Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 02 (2021): 155.
<https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>.
- Mulyana. *Buku Ajar Desain Grafis Dan Multimedia: Teori Dan Implementasi*. Bogor: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 2019.
- Muyassarah, Muyassarah. “Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Cara Mendidik Anak Dan Dampaknya Terhadap Budget Keuangan Keluarga Muslim.” *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2019): 1–14.

[https://doi.org/10.36407/berdaya.v1i1.101.](https://doi.org/10.36407/berdaya.v1i1.101)

N. Putri, and A. Wibowo. "Exploring Generation Z's Acceptance of Mobile Banking: Evidence from Indonesia." *International Journal of Information Systems and Change Management* 14, no. 3 (2022): 199–215.

Nugroho, Tatas Ridho, Nur Ainiyah, and Hari Setiono. "Behavioral Intentions To Adopt Mobile Banking: Empirical Examination on Z Generation." *Business Excellence and Management* 12, no. 2 (2022): 66–81. <https://doi.org/10.24818/beman/2022.12.2-05>.

Populix. "Analysis of the Ecosystem and Perception of Digital Banks in Indonesia." Accessed November 25, 2024. <https://info.populix.co/id/reports/digitalbanking2024>.

Pratama, Adi, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, and Nadhira Afdhalia. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kenyamanan Pengaruhnya Terhadap Niat Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu)." *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif Volume 2*, no. 1 (2019).

Pratama, M. A.T., and A. T. Cahyadi. "Effect of User Interface and User Experience on Application Sales." *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 879, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012133>.

Prof. Dr. M. Noor Harisudin, M.Fil. I. *Pengertian Ilmu Fiqh*. Edited by MA Dr. KH. Ahmad Imam Mawardi. Ketujuh. CV. Salsabila Putra Pratama, 2019.

Pungky. I., Permana, and Alia N.P. *Pemrograman Web Dan Perangkat Bergerak Untuk SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019.

Pusat Statistik, Badan. "Hasil Sensus Penduduk 2020." 2021, n.d. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.htm>.

Qothrunnada, Kholidah. "Arti Bonus Demografi, Keuntungan, Dan Dampaknya Bagi Indonesia." Detik Finance, 2024. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7163054/arti-bonus-demografi-keuntungan-dan-dampaknya-bagi-indonesia>.

Qotimah, Wuri Nur. "Pengaruh Desain User Interface (UI), User Experience (UX) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompet Digital Linkaja Syariah." UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023.

Rastati, Ranny. "Media Literasi Bagi Digital Natives : Perspektif Generasi Z Di Jakarta." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72>.

Rouly H.Pandjaitan, Dr. Dorothy, and Aripin Ahmad. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 2017.

S., Rakhmawati, and Sari N. "Enhancing User Experience with UX Design Principles: A Study on Mobile Applications." *Journal of Usability Studies* 17, no. 3 (2022): 150–65.

Sahri, Sahri, and Nur Endah Retno Retno. "Pengaruh User Interface Dan User Experience Pada Customer Satisfaction Dan Implikasinya Pada Intention To Continue To Use Tokopedia." *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran* 1, no. 2 (2023): 80–88. <https://lenteranusa.id/>.

Saputra, Mohammad Reza, and Mia Kamayani. "Evaluasi Dan Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Golden Rama." *JUTIKOM: Jurnal Teknik*

Informatika Dan Komputer 1, no. 1 (2022): 8–14.

Semarang, Badan Pusat Statistik Kota. “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kota Semarang, 2023,” n.d.

_____. “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kota Semarang Tahun 2023,” n.d. <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDkjMg==/penduduk-kelompok-umur.html>.

Sigit, Sandi Maulana. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security, Dan Trust Terhadap Behavioral Intention To Use Gopay Later.” *Jurnal Multidisiplin* 02, no. 04 (2024): 518–34.

Siregar, Edward Halomoan, and Fadil Saadillah. “Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z Pada Sistem Pemesanan Mcelivery Mobile Application Di Jawa Barat.” *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 10, no. 2 (2019): 92–101. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30128>.

Sudirjo, Frans, Dominica Maria Ratna Tungga Dewa, Lucky Indra Kesuma, Lilik Suryaningsih, and Eva Yuniarti Utami. “Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application.” *Jurnal Informasi Dan Teknologi* 6, no. 1 (2024): 7–13. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.465>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B. Alfabetika*. Bandung, 2011.

Supardi. “Populasi Dan Sampel Penelitian.” In *Laporan Penelitian*, 100–108, 1990.

“SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif Yang Semakin Nyaman & Aman Diakses.” Berita Bank Syariah Indonesia. Accessed November 25, 2024. SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman Diakses.

Syahrum, and Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Rusydi Ananda M.Pd. Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis. “A 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>.

Venkatesh, Viswanath, Michael G Morris, and Fred D Davis. “User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View.” *MIS Quarter* 27, no. 3 (2003): 425–78. <https://doi.org/10.2307/30036540>.

Wahyuni, Anna Sri, and Athanasia O P Dewi. “Persepsi Pemustaka Terhadap Desain Antarmuka Pengguna (User Interface) Aplikasi Perpustakaan Digital ‘ IJogja ’ Berbasis Android.” *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 7, no. 1 (2018). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22810>.

Wardani, Dwi Sukma, Alshaf Pebrianggara, and 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.

Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang,

2022. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.

Widiar, Greta, Agung Yuniarinto, and Ida Yulianti. "Perceived Ease of Use's Effects on Behavioral Intention Mediated by Perceived Usefulness and Trust." *Interdisciplinary Social Studies* 2, no. 4 (2023): 1829–44. <https://doi.org/10.55324/iss.v2i4.397>.

Wiwesa, Ngurah Rangga. "User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 3, no. 2 (2021): 17–31.

Wiwoho, Gunarso. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Ovo." *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi* 18, no. 1 (2019): 53–61. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.530>.

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 Japarianto, and Trixie Tandijaya Bella Nova. "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>.

LAMPIRAN

1. Kuesioner

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Perkenalkan saya Nabilah Asla Mufahrida (2105036160) mahasiswi Prodi Perbankan Syariah di UIN Walisongo Semarang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, antarmuka pengguna, dan pengalaman pengguna terhadap niat pengguna untuk tetap menggunakan Byond by BSI. 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. Termasuk dalam Generasi Z dengan rentang usia (17-27 tahun)
3. Bertempat tinggal di Kota Semarang

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

*E-mail: _____

I. Identitas Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Rentang Usia : 17- 20 tahun 21 – 25 tahun 26 – 27 tahun

Apakah Anda menggunakan aplikasi Byond by BSI : Ya Tidak

Alamat Anda saat ini bertempat tinggal di Kota Semarang : Mijen Gunungpati Banyumanik Gajah Mungkur Semarang Selatan Candisari Tembalang Pedurungan Genuk Gayamsari Semarang Timur Semarang Utara Semarang Tengah Semarang Barat Tugu Ngaliyan

Silakan masukan alamat Anda boleh salah satu (Nama Jalan/Kec/Kelurahan): _____

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pegawai/Karyawan Wirausaha/Bisnis Lainnya

Persepsi Kemudahan Pengguna (X ₁)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kemudahan Penggunaan dan Dioperasikan					
1	Saya dapat dengan mudah menggunakan Byond by BSI untuk transaksi perbankan sehari-hari					
2	Saya tidak mengalami kesulitan saat mengoperasikan aplikasi Byond by BSI					
	Kejelasan dan Kemudahan Pemahaman					
3	Saya mudah memahami fitur-fitur yang ada dalam Byond by BSI					
4	Saya dapat dengan cepat memahami cara kerja masing-masing fitur dalam Byond by BSI					
	Kemudahan Pembelajaran dan Implementasi					
5	Saya mudah mengingat cara menggunakan fitur-fitur Byond by BSI					
6	Saya dapat dengan mudah mempraktikkan fungsi-fungsi baru dalam Byond by BSI					
	Tingkat Kenyamanan Sistem					
7	Saya merasa nyaman dengan tata letak menu Byond by BSI					
8	Saya merasakan bahwa proses transaksi di Byond by BSI berjalan dengan lancar dan nyaman					

Antarmuka Pengguna (X ₂)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Hierarki Visual						
1	Saya merasa susunan visual dalam aplikasi Byond by BSI memudahkan saya memahami informasi dengan cepat					
2	Saya menemukan informasi penting yang ditampilkan dengan jelas dan menonjol pada aplikasi Byond by BSI					
Struktur Tata Letak						
3	Saya mudah melakukan transaksi karena penempatan tombol dan fitur di Byond by BSI sudah tepat					
4	Saya merasa mudah menyelesaikan transaksi berkat struktur tata letak yang jelas pada Byond by BSI					
Desain Navigasi						
5	Saya merasa mudah saat berpindah antar bagian halaman di aplikasi Byond by BSI					
6	Saya tidak kesulitan untuk menemukan fitur atau informasi yang saya cari dalam Byond by BSI					
Skema Warna						
7	Saya merasa skema warna yang digunakan dalam Byond by BSI menarik dan mendukung keterbacaan					
8	Saya merasa nyaman menggunakan Byond by BSI karena warna yang dipilih menciptakan suasana yang sesuai					
Pemilihan Tipografi						
9	Saya merasa teks dalam Byond by BSI mudah dibaca dan sesuai dengan gaya visual keseluruhan					
10	Saya tidak mengalami kesulitan dalam membaca informasi yang ditampilkan di aplikasi Byond by BSI					

Pengalaman Pengguna (X ₃)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kesesuaian Fitur dengan Kebutuhan						
1	Saya merasa fitur-fitur yang disediakan dalam Byond by BSI sesuai dengan kebutuhan saya sehari-hari					

2	Saya merasa fitur-fitur Byond by BSI memenuhi ekspektasi saya terhadap layanan mobile banking.					
Kemudahan bagi Pengguna Baru						
3	Saya merasa mudah menggunakan Byond by BSI sejak awal penggunaan karena proses aktivasi yang sederhana dan cepat					
4	Saya mendapatkan kesan positif saat pertama kali menggunakan Byond by BSI					
Efektivitas dan Kepuasan Pengguna						
5	Saya merasa bahwa Byond by BSI membantu menyelesaikan transaksi perbankan dengan efektif					
6	Saya memiliki pengalaman yang memuaskan ketika menggunakan Byond by BSI					

Niat Penggunaan Byond by BSI (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Niat Penggunaan Berkelanjutan						
1	Saya berniat untuk terus menggunakan Byond by BSI dalam jangka panjang					
2	Saya akan merekomendasikan Byond by BSI kepada orang lain					
Frekuensi Penggunaan Masa Depan						
3	Saya berencana menggunakan Byond by BSI untuk transaksi perbankan di masa mendatang					
4	Saya akan menjadikan Byond by BSI sebagai aplikasi perbankan yang paling sering saya gunakan					
Preferensi Penggunaan						
5	Saya lebih memilih menggunakan Byond by BSI dibandingkan mengunjungi kantor cabang bank					
6	Saya memilih Byond by BSI sebagai pilihan utama untuk transaksi perbankan					
Loyalty Intention (Niat Kesetiaan)						

7	Saya akan tetap menggunakan Byond by BSI meskipun ada aplikasi perbankan lain yang tersedia					
8	Saya akan terus setia menggunakan Byond by BSI karena manfaat yang diberikan					

Tabulasi Pra Penelitian

Hasil Kuesioner Pra-Riset

Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah
Saya merasa mudah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI	0	2	13	15	0	30
Saya merasa proses pendaftaran di Byond by BSI sederhana dan cepat	0	7	14	9	0	30
Saya tertarik dengan desain antarmuka Byond by BSI dan sesuai dengan selera saya	0	4	14	12	0	30
Saya merasa navigasi dalam aplikasi Byond by BSI mudah dicari dan intuitif	0	6	16	8	0	30
Saya memiliki pengalaman yang memuaskan menggunakan Byond by BSI	0	5	18	7	0	30
Saya akan merekomendasikan Byond by BSI kepada orang lain	0	1	19	10	0	30
Saya berencana untuk terus menggunakan Byond by BSI dimasa depan	0	6	15	9	0	30
Saya merasa bahwa Byond by BSI memenuhi kebutuhan dalam jangka panjang	0	0	14	16	0	30

Responden	Usia	Pekerjaan	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X3.1	X3.2	Y
1	21-25 tahun	Pegawai/Karyawan	2	3	2	2	2	2	3
2	26-27 tahun	Pegawai/Karyawan	4	3	3	3	3	3	4
3	26-27 tahun	Pegawai/Karyawan	4	4	4	4	3	3	2
4	21-25 tahun	Pegawai/Karyawan	4	4	3	3	3	4	3
5	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	2	3	2	2	3	2
6	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	4	4	3	4
7	26-27 tahun	Pegawai/Karyawan	3	3	4	3	3	3	3
8	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	2	3	3	2	4	4
9	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2	2	3	2	3	3	3
10	21-25 tahun	Wirausaha/Bisnis	4	4	4	4	4	4	3
11	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	3	3	4
12	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	2	2	3	3	3	3
13	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	3	2	3	2	3	2
14	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	3	4	4
15	26-27 tahun	Pegawai/Karyawan	4	4	4	4	4	4	3
16	26-27 tahun	Pegawai/Karyawan	3	2	3	2	3	3	3
17	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	3	4	3	3	3	4

18	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	2	3	2	3	3	3
19	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	2	3	4	3	4	4
20	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	3	4	3	4	3	3
21	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	3	3	4
22	17-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	3	2	3	4	4	2
23	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	3	4	2	2	3	2
24	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	4	3	3	3	4	3
25	25-27 tahun	Wirausaha/Bisnis	3	3	3	4	4	3	3
26	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	3	4	4
27	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	3	4	3	3	3	3
28	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	4	4	4	4
29	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	3	3	3	3
30	21-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	3	3	3	3

Silakan berikan saran atau masukan terkait penggunaan Byond by BSI:
Sudah bagus ada notifikasi waktu sholat, tetapi fitur lainnya kurang lengkap
Lebih baik dari apk sebelumnya dan sudah lebih modern
Bagus beda dari yang lain bisa ngasih foto profil tapi sayangnya tiap up gagal terus
Perkuat sistem keamanan jangan sampai seperti BSI Mobile dulu yg kecurian data dan sering gangguan berhari"
Kalau bisa ada fitur setor tunainya seperti adanya fitur tarik tunai
Bisa dikasih fitur setor tunai lewat mbanking byond
Catatan di transfer tidak bisa panjang dibatasi 32 karakter saja, bisa ditambahkan atau dibuat seperti bsi mobile
Tingkatkan keamanannya seperti tiap 5 menit keluar atau pindah tab menu lain di hp harus login lagi
Kalau boleh saran adakan fitur setor tunai di aplikasi
Proses pendaftaran error muncul tulisan coba lagi nanti
Tampilan saldo sudah bagus tanpa sandi atau pin, masukan untuk ada tampilan uang masuk dan keluar perbulannya
Saat register terjadi gangguan
Navigasinya kurang tertata dan fitur kurang lengkap
Mengalami gangguan ketika awal register byond
Verifikasi wajah selalu gagal padahal koneksi stabil dan data benar
Menu portofolio didepan mungkin bisa diganti dengan mutasi biar mudah
Bukti transfer saat dibagikan tidak bisa noy found dan screenshot pun tidak bisa
Sudah bagus namun kurang ada fitur favorit menu adanya hanya favorit transaksi bayar beli dan transfer
Uang masuk dan uang keluar bisa ditampilkan di beranda depan
Pemberitahuan adzan dinotifikasi jamnya tidak sesuai, padahal di hp jam normal
Gagal dalam verifikasi wajah meski sesuai instruksi
Tidak ada menu atau fitur setor tunai
Bukti transaksi not found saat dibagikan wa dan diuduh juga di galeri tidak ada
Sudah baik daripada aplikasi sebelumnya
Tampilan putih memuatnya lama
sudah keren tapi sayangnya saya mau mengirim resi bukti pembayaran tidak bisa

Tampilan jauh modern dibanding apk sebelumnya
fitur islaminya tambahan kumpulan hadist
Portofolio keuangan perbulan taruh depan
Adakan fitur manage keuangan

Tabulasi Data 100 Responden

No Resp	Identitas Responden				
	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Alamat	Jika iya, silakan masukan alamat Anda bisa salah satu (nama jalan/Kelurahan)	Pekerjaan
1	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Beringin Rejo Barat	Pelajar/Mahasiswa
2	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl. Karonsih Utara 8	Pelajar/Mahasiswa
3	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Barat	Manyaran	Pelajar/Mahasiswa
4	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl. Pasar Mangkang, Wonosari	Pelajar/Mahasiswa
5	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Tanjung sari	Pelajar/Mahasiswa
6	Perempuan	21 - 25 tahun	Candisari	Tegalsari	Pelajar/Mahasiswa
7	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Barat	Manyaran	Pelajar/Mahasiswa
8	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Cermai, Kedungpane	Pelajar/Mahasiswa
9	Perempuan	21 - 25 tahun	Genuk	Jl. Kaligawe Raya	Pelajar/Mahasiswa
10	Perempuan	17 - 20 tahun	Genuk	Jalan Padi Utara III, No. 101	Pelajar/Mahasiswa
11	Perempuan	21 - 25 tahun	Genuk	Jalan Murti Indah No.C893	Pelajar/Mahasiswa
12	Perempuan	21 - 25 tahun	Genuk	Terboyo Wetan	Pelajar/Mahasiswa
13	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Tengah	Jl. Cenderawasih Purwodinatan	Pelajar/Mahasiswa
14	Laki-laki	21 - 25 tahun	Mijen	Mijen	Pelajar/Mahasiswa
15	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl Segaran Baru, Purwoyoso, Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa
16	Laki-laki	17 - 20 tahun	Semarang Selatan	Jl. Pleburan Selatan	Pelajar/Mahasiswa
17	Laki-laki	26 - 27 tahun	Genuk	Bangetayu Wetan, Kota Semarang	Pegawai/Karyawan
18	Perempuan	26 - 27 tahun	Tembalang	Kedungmundu	Pegawai/Karyawan

No Resp	Identitas Responden				
	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Alamat	Jika iya, silakan masukan alamat Anda bisa salah satu (nama jalan/Kelurahan)	Pekerjaan
19	Perempuan	26 - 27 tahun	Semarang Selatan	Lamper tengah kota semarang	Pegawai/Karyawan
20	Perempuan	21 - 25 tahun	Tembalang	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa
21	Perempuan	26 - 27 tahun	Genuk	Bangetayu, Kota Semarang	Pegawai/Karyawan
22	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Kedungpane, Ngaliyan, Kota Semarang	Pelajar/Mahasiswa
23	Perempuan	26 - 27 tahun	Pedurungan	Pedurungan, Kota Semarang	Pegawai/Karyawan
24	Laki-laki	21 - 25 tahun	Tembalang	Jl. Timoho 13A, Kel. Bulusan, Kec. Tembalang	Pelajar/Mahasiswa
25	Perempuan	21 - 25 tahun	Tembalang	Kedungmundu	Pelajar/Mahasiswa
26	Perempuan	21 - 25 tahun	Gayamsari	Gajah, Kota Semarang	Pegawai/Karyawan
27	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Ngaliyan, Kota Semarang	Pelajar/Mahasiswa
28	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Tambak Aji, Ngaliyan, Kota Semarang	Pelajar/Mahasiswa
29	Perempuan	21 - 25 tahun	Candisari	Candisari, Kota Semarang	Pelajar/Mahasiswa
30	Perempuan	21 - 25 tahun	Gayamsari	Kaligawe, Gayamsari	Pelajar/Mahasiswa
31	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl. Karonsih Utara, Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa
32	Laki-laki	17 - 20 tahun	Semarang Barat	Jl. Mintojowo I No.21, Gisikdrono, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah	Pelajar/Mahasiswa
33	Laki-laki	17 - 20 tahun	Banyumanik	kelurahan Banyumanik	Pelajar/Mahasiswa
34	Laki-laki	26 - 27 tahun	Semarang Timur	kelurahan Bugangan	Bisnis/Wirausaha
35	Laki-laki	21 - 25 tahun	Semarang Utara	KELURAHAN Bandarharjo	Pegawai/Karyawan
36	Perempuan	17 - 20 tahun	Tembalang	kelurahan Bulusan	Pelajar/Mahasiswa
37	Perempuan	21 - 25 tahun	Tugu	kelurahan Karanganyar	Pegawai/Karyawan
38	Perempuan	17 - 20 tahun	Semarang Tengah	kelurahan Sekayu	Pelajar/Mahasiswa
39	Laki-laki	17 - 20 tahun	Gunungpati	Sekaran	Pelajar/Mahasiswa
40	Perempuan	17 - 20 tahun	Candisari	kelurahan Jatingaleh	Pelajar/Mahasiswa
41	Perempuan	26 - 27 tahun	Tembalang	Meteseh	Pegawai/Karyawan

No Resp	Identitas Responden				
	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Alamat	Jika iya, silakan masukan alamat Anda bisa salah satu (nama jalan/Kelurahan)	Pekerjaan
42	Perempuan	26 - 27 tahun	Gayamsari	kelurahan Kaligawe	Bisnis/Wirausaha
43	Perempuan	26 - 27 tahun	Genuk	kelurahan Bangetayu Kulon	Pegawai/Karyawan
44	Perempuan	17 - 20 tahun	Pedurungan	Tlogomulyo	Pelajar/Mahasiswa
45	Laki-laki	26 - 27 tahun	Tugu	Karanganyar	Bisnis/Wirausaha
46	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Barat	Manyaran	Pegawai/Karyawan
47	Perempuan	17 - 20 tahun	Ngaliyan	Jl. Wismasari Utara, Ngaliyan, Kota Semarang	Pelajar/Mahasiswa
48	Perempuan	21 - 25 tahun	Tembalang	Gang Gayamsari, Banjarsari, Tembalang	Pegawai/Karyawan
49	Perempuan	26 - 27 tahun	Gunungpati	dk ngablak, jatijero, gunpat	Bisnis/Wirausaha
50	Laki-laki	26 - 27 tahun	Tembalang	Galang sewu permai no.3 tembalang	Bisnis/Wirausaha
51	Laki-laki	17 - 20 tahun	Pedurungan	Jl. Merpati Timur IV, Pedurungan Tengah	Pelajar/Mahasiswa
52	Laki-laki	26 - 27 tahun	Genuk	Perum Genuk Indah, jl. Padi	Pegawai/Karyawan
53	Perempuan	21 - 25 tahun	Genuk	Jalan Gebangsari, Genuk, Kota Semarang	Pegawai/Karyawan
54	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Tanjungsari	Pegawai/Karyawan
55	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Barat	Tambakaji, Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa
56	Laki-laki	21 - 25 tahun	Semarang Selatan	Gg. XV, Lamper tengah, kelurahan smg selatan	Pelajar/Mahasiswa
57	Laki-laki	21 - 25 tahun	Pedurungan	Kelurahan tologasari kulon	Pelajar/Mahasiswa
58	Perempuan	21 - 25 tahun	Banyumanik	Jl. Tanjungsari 1 sumurboto banyumanik	Pelajar/Mahasiswa
59	Laki-laki	21 - 25 tahun	Pedurungan	Jl. Seruni XII	Pelajar/Mahasiswa
60	Perempuan	17 - 20 tahun	Semarang Selatan	Wonodri Atas	Pelajar/Mahasiswa
61	Perempuan	21 - 25 tahun	Gunungpati	Kelurahan Sekaran	Pelajar/Mahasiswa
62	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Tengah	Jalan Anggrek X/Kelurahan Pekunden	Pelajar/Mahasiswa
63	Laki-laki	21 - 25 tahun	Tembalang	Jl. Galang Sewu Permai no.3	Pelajar/Mahasiswa
64	Perempuan	17 - 20 tahun	Ngaliyan	Jl. Kliwonan Baru Gang 03	Pelajar/Mahasiswa
65	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl. TM Karonsih V/Ngaliyan	Pegawai/Karyawan
66	Laki-laki	17 - 20 tahun	Tembalang	Sambiroto	Pelajar/Mahasiswa
67	Perempuan	26 - 27 tahun	Ngaliyan	Jalan Dr. Prof Hamka	Bisnis/Wirausaha
68	Laki-laki	26 - 27 tahun	Semarang Barat	Jl. Simongan No. 129, Bongsari, Semarang Barat, Kota Semarang	Bisnis/Wirausaha

No Resp	Identitas Responden				
	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Alamat	Jika iya, silakan masukan alamat Anda bisa salah satu (nama jalan/Kelurahan)	Pekerjaan
69	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Kel Wonosari	Pegawai/Karyawan
70	Perempuan	17 - 20 tahun	Ngaliyan	Tanjungsari, Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa
71	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa
72	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Tanjungsari	Pelajar/Mahasiswa
73	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Wismasari	Pelajar/Mahasiswa
74	Perempuan	17 - 20 tahun	Ngaliyan	Wismasari	Pelajar/Mahasiswa
75	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Timur	Jl. Penjaringan no 1	Pegawai/Karyawan
76	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Tanjungsari	Pelajar/Mahasiswa
77	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Gang niaga	Pelajar/Mahasiswa
78	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Tambakaji	Pelajar/Mahasiswa
79	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Perum BPI Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa
80	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Kliwonan	Pelajar/Mahasiswa
81	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl. Taman Karonsih 3	Pelajar/Mahasiswa
82	Laki-laki	21 - 25 tahun	Genuk	Kaligawe	Pelajar/Mahasiswa
83	Perempuan	21 - 25 tahun	Tembalang	Kedungmundu	Pelajar/Mahasiswa
84	Perempuan	17 - 20 tahun	Ngaliyan	Wismasari	Pelajar/Mahasiswa
85	Perempuan	21 - 25 tahun	Genuk	Wolterminginsidi sedayu	Pelajar/Mahasiswa
86	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	BPI	Pelajar/Mahasiswa
87	Laki-laki	17 - 20 tahun	Ngaliyan	Tambakaji	Pelajar/Mahasiswa
88	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	kel. purwoyoso	Pelajar/Mahasiswa
89	Perempuan	17 - 20 tahun	Mijen	Purwosari	Pelajar/Mahasiswa
90	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	jalan karonsih timur	Pegawai/Karyawan
91	Perempuan	21 - 25 tahun	Semarang Barat	Bongsari	Pelajar/Mahasiswa
92	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Panembahan senopati	Pelajar/Mahasiswa
93	Perempuan	21 - 25 tahun	Gunungpati	Jatirejo	Pelajar/Mahasiswa
94	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Jl. Tanjungsari no 7 Tambakaji Ngaliyan Kota Semarang	Pegawai/Karyawan
95	Laki-laki	26 - 27 tahun	Tembalang	Sendangmulyo	Pegawai/Karyawan

No Resp	Identitas Responden							
	Jenis Kelamin	Rentang Usia	Alamat	Jika iya, silakan masukan alamat Anda bisa salah satu (nama jalan/Kelurahan)				Pekerjaan
96	Perempuan	21 - 25 tahun	Tembalang	Jurang belimbing		Pelajar/Mahasiswa		
97	Laki-laki	17 - 20 tahun	Ngaliyan	KIC Ngaliyan		Pelajar/Mahasiswa		
98	Perempuan	21 - 25 tahun	Banyumanik	Sendang Elo		Pelajar/Mahasiswa		
99	Perempuan	21 - 25 tahun	Ngaliyan	BPI		Pelajar/Mahasiswa		
100	Laki-laki	21 - 25 tahun	Ngaliyan	Kawasan industri candi		Pegawai/Karyawan		

Persepsi Kemudahan Pengguna (X ₁)								Antarmuka Pengguna (X ₂)					Total					
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 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. 10	
4	1	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3	3	4	4	30
3	5	5	5	3	4	5	4	4	2	3	4	5	4	3	3	3	4	34
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	28
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	32
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	37
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	36
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	30
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	26
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	25
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	4	4	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	2	4	3	29
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	30
5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	23

Persepsi Kemudahan Pengguna (X ₁)									Total
X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}	X _{1.6}	X _{1.7}	X _{1.8}		
4	4	4	4	4	4	3	4	31	
4	4	3	3	3	3	4	4	28	
4	5	3	4	4	4	3	4	31	
4	4	4	4	5	4	3	4	32	
4	4	3	5	4	3	4	5	32	
4	4	3	4	4	4	3	4	30	
5	4	5	5	5	4	5	4	37	
4	5	5	4	5	5	4	3	35	
4	4	5	4	5	5	4	5	36	
4	5	4	5	4	5	5	4	36	
4	5	4	3	4	5	4	5	34	
4	5	4	3	4	5	4	3	32	
4	5	4	4	5	5	4	5	36	
4	5	5	4	5	5	4	3	35	
4	5	4	3	4	5	4	3	32	
5	5	5	3	4	4	3	5	34	
4	5	4	3	4	5	4	3	32	
4	5	4	4	4	5	5	4	35	
5	5	5	3	4	5	4	4	35	
5	5	5	4	4	5	5	3	36	
4	4	4	5	5	4	4	5	35	
4	5	4	4	5	4	5	5	36	
4	4	5	5	4	5	5	5	37	
4	3	5	5	3	5	4	4	33	
4	5	5	4	5	4	5	5	37	
4	5	5	4	5	5	4	4	36	
4	5	5	4	5	5	4	3	35	
4	5	4	4	4	5	5	4	35	
4	4	5	4	5	5	4	5	36	
4	4	4	4	5	4	3	4	32	
4	5	4	4	5	4	4	5	35	
4	5	4	4	4	4	3	5	33	
4	5	4	4	5	5	3	4	34	
4	5	5	4	3	4	5	5	35	
4	4	5	4	5	5	4	5	36	
5	4	5	5	4	5	4	4	36	
4	5	4	4	5	4	5	5	36	
5	4	5	5	4	5	4	4	36	
4	5	4	4	5	4	5	5	36	
4	5	4	4	5	3	5	4	35	
4	5	4	4	4	4	4	5	34	

Antarmuka Pengguna (X ₂)											Total
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 _{2.10}		
4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	40	
4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	39	
3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	40	
3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	38	
3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	35	
3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	34	
4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45	
4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	43	
5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	44	
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	
5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	43	
4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	42	
4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	42	
4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	43	
4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	41	
5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	43	
4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	43	
4	5	3	5	3	4	4	4	5	4	41	
3	5	4	4	4	5	5	4	4	3	41	
5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	43	
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46	
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44	
3	5	5	4	5	5	3	3	4	5	42	
4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	42	
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45	
5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45	
5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	43	
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46	
4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	41	
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43	
3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	38	
4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	41	
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	
5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	43	
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45	
5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43	
4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	44	
4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	44	
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38	
4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	42	

Persepsi Kemudahan Pengguna (X ₁)								Total	Antarmuka Pengguna (X ₂)								Total		
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 _{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 _{2.10}	
4	4	5	4	5	4	5	5	36	3	5	4	5	3	4	5	5	4	4	42
4	5	5	4	5	5	3	4	35	3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	41
5	4	4	5	4	5	5	4	36	3	5	5	4	5	5	3	5	4	5	44
4	5	4	4	5	5	4	4	35	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
4	4	4	5	5	4	4	4	34	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	44
4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	45
4	4	5	4	4	4	5	3	33	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	42
5	3	4	5	5	4	4	4	34	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	39
4	4	4	4	5	4	3	3	31	3	3	4	5	5	3	4	4	4	4	39
4	4	4	4	5	4	4	3	32	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
4	4	4	5	5	5	3	4	34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	5	5	5	5	4	4	36	4	4	4	3	4	3	5	5	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	38
4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
4	4	5	5	5	4	3	4	34	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	40
4	2	4	4	4	4	3	4	29	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
4	5	4	4	5	5	4	4	35	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	25
4	3	4	4	4	4	3	4	30	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
5	5	4	5	4	4	4	4	36	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	46
5	4	5	5	4	4	4	4	36	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	44
5	4	5	4	5	4	4	5	37	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	42
4	4	4	4	4	5	3	5	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	3	4	3	2	30	4	3	3	2	4	4	4	3	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	39
4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43

Pengalaman Pengguna (X ₃)						Total
X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{3.5}	X _{3.6}	
3	4	4	3	3	3	20
4	4	3	2	3	3	19
3	3	3	3	4	4	20

Niat Penggunaan Beyond by BSI (Y)								Total
Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	
3	4	4	3	3	3	2	2	24
3	3	4	2	4	2	2	2	22
4	4	4	4	2	3	2	3	26

Pengalaman Pengguna (X ₃)						Total
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
4	4	5	3	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	5	26
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	3	4	23
3	4	2	4	3	4	20
5	4	3	4	4	4	24
4	4	4	3	3	3	21
2	3	4	4	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	4	3	3	21
4	5	4	3	4	4	24
4	5	4	4	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	3	4	3	21
3	3	4	5	4	4	23
3	4	2	3	4	3	19
4	3	3	3	3	3	19
2	4	4	5	3	3	21
3	4	5	4	4	3	23
3	4	4	3	3	4	21
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	4	3	4	25
4	5	4	3	4	5	25
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	3	4	5	25
5	4	5	4	3	4	25
5	4	4	4	5	5	27
4	5	4	5	4	3	25
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	3	4	25
4	4	5	5	4	3	25
4	5	5	4	4	5	34
4	5	4	4	5	4	33

Niat Penggunaan Beyond by BSI (Y)								Total
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
4	4	4	3	3	3	3	3	27
3	4	4	4	5	4	3	4	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	4	3	3	5	3	3	3	27
4	4	4	5	4	4	5	4	34
3	3	3	3	4	3	4	3	26
3	4	4	4	5	3	4	3	30
3	2	3	2	3	2	3	2	20
3	2	3	3	2	3	3	3	22
3	3	2	3	2	2	2	2	19
3	4	4	4	3	3	4	3	28
4	4	4	4	5	4	3	4	32
4	4	3	3	3	2	3	4	26
4	4	3	4	4	3	3	4	29
3	4	3	4	4	3	3	4	28
4	4	3	3	4	3	3	4	28
3	4	3	3	4	3	3	4	27
4	4	4	4	5	4	4	4	33
3	4	3	3	4	3	4	4	28
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	2	3	2	2	3	21
2	3	2	2	3	2	3	3	20
4	4	4	3	3	3	4	3	28
3	4	3	2	4	2	3	3	24
3	4	3	2	4	2	3	3	24
2	4	3	3	4	2	3	3	24
3	4	3	4	5	2	3	4	28
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	5	4	3	4	4	5	5	34
4	5	4	5	4	5	4	3	34
4	5	4	5	5	4	4	5	36
5	5	4	3	4	5	5	4	35
4	5	5	4	4	5	4	3	34
3	5	4	4	3	4	4	5	32
4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	5	5	5	4	4	5	4	36
4	5	4	4	5	4	3	4	33
4	5	5	4	5	4	4	3	34

Pengalaman Pengguna (X ₃)						Total
X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{3.5}	X _{3.6}	
5	5	3	4	5	4	26
5	4	3	4	5	4	25
5	4	5	3	4	4	25
4	4	5	4	5	4	26
5	4	5	5	4	4	27
4	4	3	5	4	4	24
4	5	5	4	4	5	27
5	4	4	5	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27
5	5	4	4	5	5	28
4	5	5	4	5	5	28
4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	4	3	4	24
3	4	3	4	4	4	22
5	4	4	3	4	4	24
3	4	5	5	4	5	26
4	5	4	4	5	4	26
3	5	4	5	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
5	4	5	3	4	5	26
5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	5	4	5	28
4	4	5	4	5	4	26
4	4	5	4	5	5	27
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	4	4	4	25
4	4	3	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
3	4	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	4	4	4	25
5	4	3	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	25
4	5	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	30
4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	5	3	31
3	4	4	4	5	3	31
3	2	4	3	5	3	26
4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	3	5	3	31
4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	3	4	3	30
4	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	4	5	4	34

Niat Penggunaan Beyond by BSI (Y)								Total
Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	5	5	3	4	4	5	4	34
5	4	5	3	4	3	4	4	32
5	4	5	5	4	5	5	4	37
4	5	5	5	4	4	5	5	37
5	4	3	5	5	4	5	3	34
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	5	5	4	4	5	5	4	36
5	5	4	5	4	4	5	4	36
3	4	4	3	4	3	4	4	29
3	4	4	3	4	3	4	5	30
4	5	4	3	4	3	4	5	32
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	3	4	5	5	4	5	4	34
3	4	5	5	4	5	4	5	35
4	4	3	5	4	5	5	4	34
3	5	4	5	5	4	5	4	35
3	4	4	5	4	5	5	4	34
4	4	5	4	3	4	5	4	33
5	4	5	5	4	5	5	4	37
4	5	4	4	5	3	4	4	33
4	5	3	4	3	5	5	4	33
5	5	4	5	4	4	5	4	36
4	5	4	3	5	5	4	5	35
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	4	4	5	3	3	4	32
4	4	3	3	5	3	4	4	30
4	4	4	3	5	3	4	4	31
3	4	4	4	5	3	4	4	31
3	2	4	3	5	3	3	3	26
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	3	5	3	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	3	5	3	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	4	4	4	5	4	4	5	34

Pengalaman Pengguna (X ₃)						Total	Niat Penggunaan Beyond by BSI (Y)								Total
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
4	5	3	3	4	3	22	4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	25	4	3	3	3	5	5	3	4	30
4	3	4	5	5	4	25	5	4	4	5	4	5	5	4	36
2	4	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	4	4	5	4	36
3	4	4	5	4	4	24	5	3	4	4	5	4	2	4	31
5	5	4	4	5	4	27	5	5	4	5	5	4	4	5	37
4	3	4	4	4	4	23	4	3	4	3	5	3	3	3	28
3	4	4	4	3	3	21	3	2	2	1	5	3	2	3	21
4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	5	3	4	4	32
4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	3	4	4	32
3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	3	5	3	4	4	31
5	4	4	4	4	4	25	4	3	4	4	4	3	4	4	30

2.Uji Validitas 30 Responden

❖ Uji Validitas : Pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

❖ $r_{tabel}(5\%) \rightarrow 0,361$

X₁ Persepsi Kemudahan

Correlations										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1	
X1.1	Pearson Correlation	1	,544**	,583**	,625**	,736**	,675**	,480**	,521**	,818**
	Sig. (2-tailed)		,002	,001	,000	,000	,000	,007	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,544**	1	,449*	,642**	,448*	,469**	,313	,432*	,708**
	Sig. (2-tailed)	,002		,013	,000	,013	,009	,092	,017	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,583**	,449*	1	,650**	,692**	,601**	,536**	,513**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,001	,013		,000	,000	,000	,002	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,625**	,642**	,650**	1	,618**	,686**	,475**	,492**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,008	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,736**	,448*	,692**	,618**	1	,711**	,365*	,599**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	,000	,000		,000	,047	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,675**	,469**	,601**	,686**	,711**	1	,540**	,518**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,009	,000	,000	,000		,002	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X1.7	Pearson Correlation	,480**	,313	,536**	,475**	,365*	,540**	1	,572**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,007	,092	,002	,008	,047	,002		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,521**	,432*	,513**	,492**	,599**	,518**	,572**	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	,003	,017	,004	,006	,000	,003	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	,818**	,708**	,813**	,840**	,820**	,823**	,684**	,732**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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 Antarmuka Pengguna

Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,417*	,488**	,751**	,434*	,201	,387*	,237	,370*	,597**	,683**
	Sig. (2-tailed)		,022	,006	,000	,017	,287	,035	,207	,044	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,417*	1	,319	,431*	,323	,177	,571**	,674**	,734**	,521**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,022		,086	,017	,082	,349	,001	,000	,000	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,488**	,319	1	,664**	,377*	,414*	,332	,316	,537**	,440*	,695**
	Sig. (2-tailed)	,006	,086		,000	,040	,023	,073	,089	,002	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,751**	,431*	,664**	1	,374*	,355	,316	,318	,416*	,607**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,017	,000		,042	,054	,089	,087	,022	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,434*	,323	,377*	,374*	1	,345	,261	,329	,534**	,754**	,663**
	Sig. (2-tailed)	,017	,082	,040	,042		,062	,164	,076	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,201	,177	,414*	,355	,345	1	,556**	,367*	,377*	,419*	,583**
	Sig. (2-tailed)	,287	,349	,023	,054	,062		,001	,046	,040	,021	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X2.7	Pearson Correlation		,387*	,571**	,332	,316	,261	,556**		1	,676**	,503**	,501**	,705**
	Sig. (2-tailed)		,035	,001	,073	,089	,164	,001			,000	,005	,005	,000
	N		30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation		,237	,674**	,316	,318	,329	,367*	,676**	1	,580**	,516**	,709**	
	Sig. (2-tailed)		,207	,000	,089	,087	,076	,046	,000		,001	,004	,000	
	N		30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation		,370*	,734**	,537**	,416*	,534**	,377*	,503**	,580**	1	,638**	,791**	
	Sig. (2-tailed)		,044	,000	,002	,022	,002	,040	,005	,001		,000	,000	
	N		30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation		,597**	,521**	,440*	,607**	,754**	,419*	,501**	,516**	,638**	1	,845**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,015	,000	,000	,021	,005	,004	,000		,000	
	N		30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation		,683**	,719**	,695**	,741**	,663**	,583**	,705**	,709**	,791**	,845**	1	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	
	N		30	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 Pengalaman Pengguna

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,132	,131	-,215	,195	,537**	,374*
	Sig. (2-tailed)		,487	,491	,254	,301	,002	,042
	N		30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,132	1	,627**	,567**	,498**	,256	,782**
	Sig. (2-tailed)	,487		,000	,001	,005	,173	,000
	N		30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,131	,627**	1	,611**	,557**	,358	,822*
	Sig. (2-tailed)	,491	,000		,000	,001	,052	,000
	N		30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	-,215	,567**	,611**	1	,485**	,384*	,716**
	Sig. (2-tailed)	,254	,001	,000		,007	,036	,000
	N		30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	,195	,498**	,557**	,485**	1	,583**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,301	,005	,001	,007		,001	,000

N		30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	,537**	,256	,358	,384*	,583**	1	,688**
	Sig. (2-tailed)	,002	,173	,052	,036	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X3	Pearson Correlation	,374*	,782**	,822**	,716**	,771**	,688**	1
	Sig. (2-tailed)	,042	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Y: Niat Penggunaan Secara Berkelanjutan

Correlations										
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y	
Y.1	Pearson Correlation	1	,672**	,614**	,600**	,367*	,719**	,517**	,545**	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,046	,000	,003	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,672**	1	,625**	,602**	,590**	,716**	,578**	,659**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,614**	,625**	1	,533**	,463**	,718**	,559**	,402*	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,010	,000	,001	,028	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,600**	,602**	,533**	1	,406*	,788**	,565**	,614**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,026	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	,367*	,590**	,463**	,406*	1	,656**	,584**	,580**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,046	,001	,010	,026		,000	,001	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	,719**	,716**	,718**	,788**	,656**	1	,683**	,659**	,926**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	,517**	,578**	,559**	,565**	,584**	,683**	1	,628**	,804**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,001	,001	,001	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	,545**	,659**	,402*	,614**	,580**	,659**	,628**	1	,789**

	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,028	,000	,001	,000	,000		,000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	,776**	,837**	,761**	,796**	,734**	,926**	,804**	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		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).

2. Uji Reliabilitas 30 Responden

X₁:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,903	8

X₃:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,779	6

X₂:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	10

Y :

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,919	8

3. Uji Validitas 100 Responden

Nilai r hitung > r tabel, maka variabel dinyatakan valid

R tabel 100 responden ; 0,195

X₁ = Persepsi Kemudahan

Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,436**	,634**	,554**	,504**	,599**	,492**	,394**	,775**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
X1.2	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,436**	1	,479**	,335**	,492**	,530**	,410**	,270**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,000	,007	,000

		N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,634**	,479**	1	,526**	,586**	,625**	,525**	,334**	,812**
X1.3	Sig. (2-tailed)		,000	,000		,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,554**	,335**	,526**	1	,501**	,464**	,405**	,354**	,703**
X1.4	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,504**	,492**	,586**	,501**	1	,564**	,362**	,400**	,760**
X1.5	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,599**	,530**	,625**	,464**	,564**	1	,489**	,280**	,786**
X1.6	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000		,000	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,492**	,410**	,525**	,405**	,362**	,489**	1	,412**	,707**
X1.7	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,394**	,270**	,334**	,354**	,400**	,280**	,412**	1	,582**
X1.8	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,001	,000	,000	,005	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		Pearson Correlation	,775**	,695**	,812**	,703**	,760**	,786**	,707**	,582**	1
Total_X1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

X₂= Antarmuka Pengguna

Correlations														
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2			
X2.1	Pearson Correlation		1	,236*	,471**	,507**	,280**	,323**	,241*	,212*	,296**	,403**	,627**	
	Sig. (2-tailed)			,018	,000	,000	,005	,001	,016	,034	,003	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
X2.2	Pearson Correlation		,236*		1	,308**	,303**	,366**	,326**	,217*	,378**	,515**	,445**	,650**
	Sig. (2-tailed)		,018			,002	,002	,000	,001	,030	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
X2.3	Pearson Correlation		,471**	,308**		1	,446**	,309**	,448**	,269**	,313**	,300**	,421**	,685**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002			,000	,002	,000	,007	,002	,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		

X2.4	Pearson Correlation	,507**	,303**	,446**	1	,279**	,328**	,246*	,287**	,229*	,282**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,005	,001	,013	,004	,022	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,280**	,366**	,309**	,279**	1	,352**	,182	,319**	,386**	,487**	,627**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,002	,005		,000	,070	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,323**	,326**	,448**	,328*	,352**	1	,173	,114	,299**	,253*	,570**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000	,001	,000		,086	,258	,002	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,241*	,217*	,269**	,246*	,182	,173	1	,574**	,295**	,295**	,559**
	Sig. (2-tailed)	,016	,030	,007	,013	,070	,086		,000	,003	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,212*	,378**	,313**	,287**	,319**	,114	,574**	1	,316**	,350**	,627**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	,002	,004	,001	,258	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,296**	,515**	,300**	,229*	,386**	,299**	,295**	,316**	1	,414**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,002	,022	,000	,002	,003	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,403**	,445**	,421**	,282**	,487**	,253*	,295**	,350**	,414**	1	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,004	,000	,011	,003	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,627**	,650**	,685**	,625**	,627**	,570**	,559**	,627**	,625**	,694**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

X₃= Pengalaman Pengguna

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,233*	,298**	,153	,389**	,535**	,611**
	Sig. (2-tailed)		,020	,003	,130	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

X3.2	Pearson Correlation	,233*	1	,381**	,404**	,480**	,329**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,020		,000	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,298**	,381**	1	,492**	,370**	,487**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,153	,404**	,492**	1	,516**	,363**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,130	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,389**	,480**	,370**	,516**	1	,533**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,535**	,329**	,487**	,363**	,533**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	,611**	,674**	,725**	,702**	,770**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Y = Niat Penggunaan Beyond By Bsi Secara Berkelanjutan

Correlations										
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y	
Y.1	Pearson Correlation	1	,471**	,542**	,530**	,381**	,616**	,512**	,479**	,749**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,471**	1	,557**	,516**	,240*	,553**	,629**	,564**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,016	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,542**	,557**	1	,526**	,269**	,604**	,624**	,480**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,007	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,530**	,516**	,526**	1	,282**	,674**	,626**	,490**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,005	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,381**	,240*	,269**	,282**	1	,355**	,268**	,407**	,526**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016	,007	,005		,000	,007	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y.6	Pearson Correlation	,616**	,553**	,604**	,674**	,355**	1	,682**	,522**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	,512**	,629**	,624**	,626**	,268**	,682**	1	,567**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,007	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	,479**	,564**	,480**	,490**	,407**	,522**	,567**	1	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,749**	,750**	,763**	,787**	,526**	,846**	,828**	,741**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

4. Reliabilitas

Cronbach Alpha > 0,6 maka kuesioner disebut reliable.

X₁ = Persepsi Kemudahan

X₃ = Pengalaman Pengguna

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,870	8

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,794	6

X₂ = Antarmuka Pengguna

Y = Niat Penggunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,829	10

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,889	8

5. Uji Asumsi Klasik

1) Normalitas

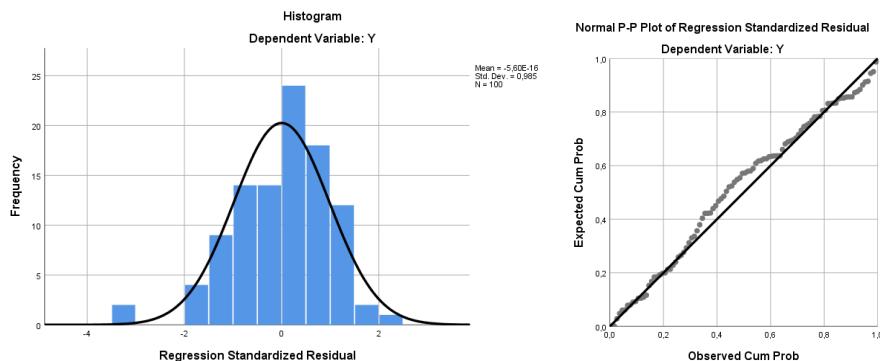
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}		,0000000
		Std. Deviation
		2,75436566
Most Extreme Differences		Absolute
		,082
		Positive
		,052
		Negative
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,093 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



2) Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-9,900	3,344		-2,961	,004		
	X1	,335	,130	,225	2,569	,012	,493	2,028
	X2	,258	,108	,219	2,380	,019	,445	2,246
	X3	,806	,184	,444	4,368	,000	,365	2,742

a. Dependent Variable: Y

3) Heteroskedastisitas

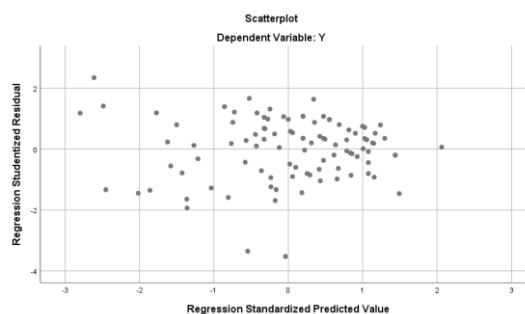
❖ Uji Park

Model	Coefficients ^a									
	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients						
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.					
1	(Constant)	9,537	2,241				4,257	,000		
	Persepsi Kemudahan Pengguna	-,039	,087				-,448	,655		

Antarmuka Pengguna	-,083	,073		-,161	-1,146	,255
Pengalaman Pengguna	-,165	,124		-,208	-1,337	,184

a. Dependent Variable: LN_RES

❖ Uji Scatterplot



6. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-9,900	3,344		-2,961	,004
Persepsi Kemudahan Pengguna	,335	,130	,225	2,569	,012
Antarmuka Pengguna	,258	,108	,219	2,380	,019
Pengalaman Pengguna	,806	,184	,444	4,368	,000

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan Byond by BSI

7. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1321,934	3	440,645	56,322	,000 ^b
Residual	751,066	96	7,824		
Total	2073,000	99			

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan Byond by BSI

b. Predictors: (Constant), Pengalaman Pengguna, Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna

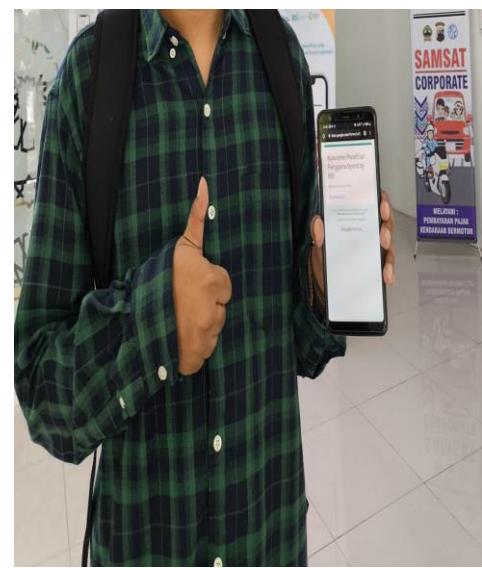
8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,799 ^a	,638	,626	2,797

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Pengguna, Persepsi Kemudahan Pengguna, Antarmuka Pengguna

9. Dokumentasi



18:05 Voice 4G 53% ← Postingan Komunitas KOMUNITAS DUNIA SKRIPSI

pluto @planetkatai

Hello gais, boleh minta waktunya untuk bantu isi kuesionerku, kriterianya:

1. Punya apk Byond by BSI
2. Bertempat tinggal/domisili Kota Semarang
3. Berusia 17-27 Tahun

Terima kasih banyak yaa yg udah bantuin mengisi, suara kalian berharga

QR code: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdPjyfXWzJLcOOGHgkVQDwvIwvBqCmKUoXnF0Yw/edit>

19:35 · 11 Des 24 · 168 Tayangan Lihat aktivitas postingan Promosi 2 Suka

Like Share Heart Save More

18:04 Voice 4G 53% ← Komunitas Orang Nugas

Terbaru Populer Tentang

pluto @planetkatai · 22 jam

Hai guys, bagi kalian yg memenuhi kriteria mohon bantuannya ya, thanks a lot! forms.gle/AmH9wBxKnC9Cwi...

CALL FOR RESPONDENTS!

If you...

- Pengguna Aplikasi Byond by BSI
- Berusia 17-27 Tahun
- Berdomisili/bertempat tinggal di Kota Semarang

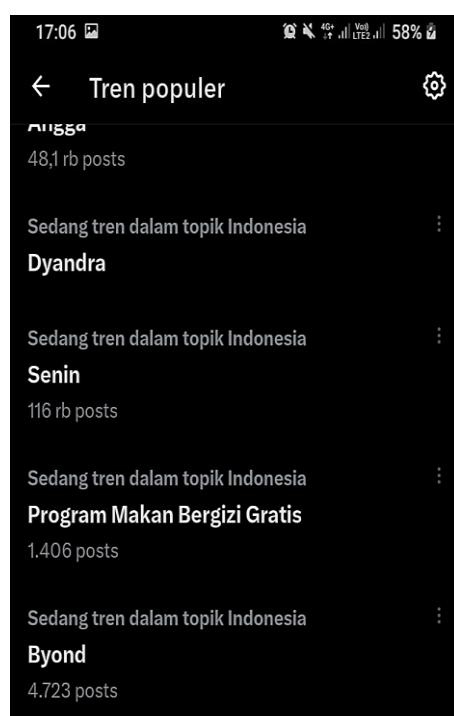
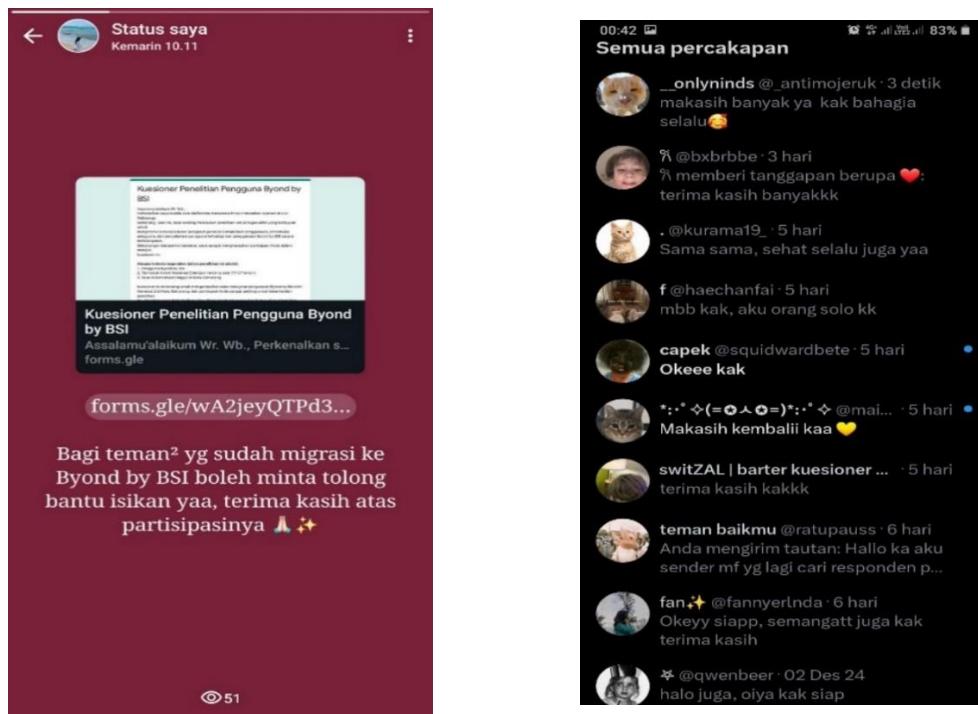
then you are qualified to participate in our study!

Visit Instagram @nabilaaslia for more info!

1 Like Share Heart 301 More

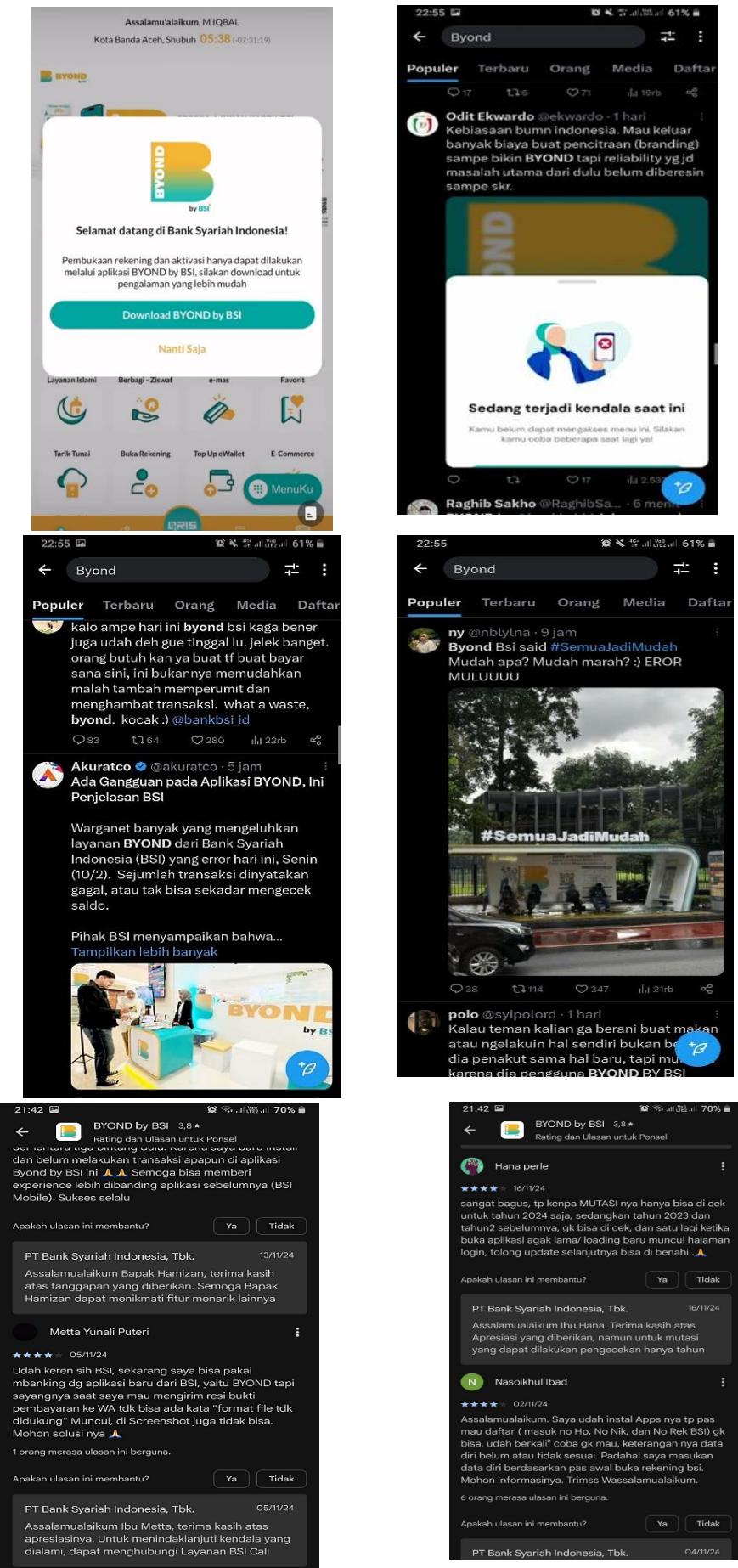
Va @sound_of_va · 22 jam

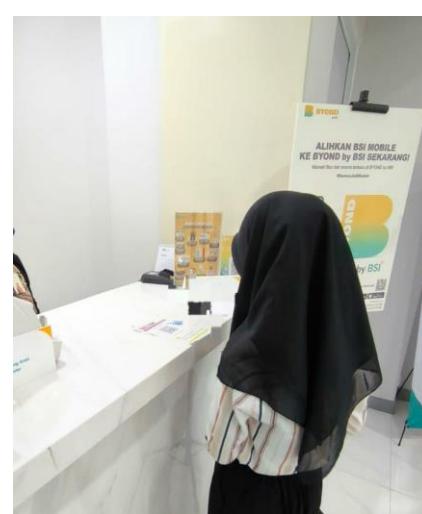
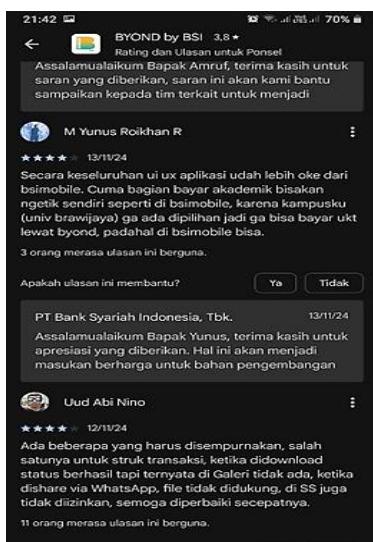
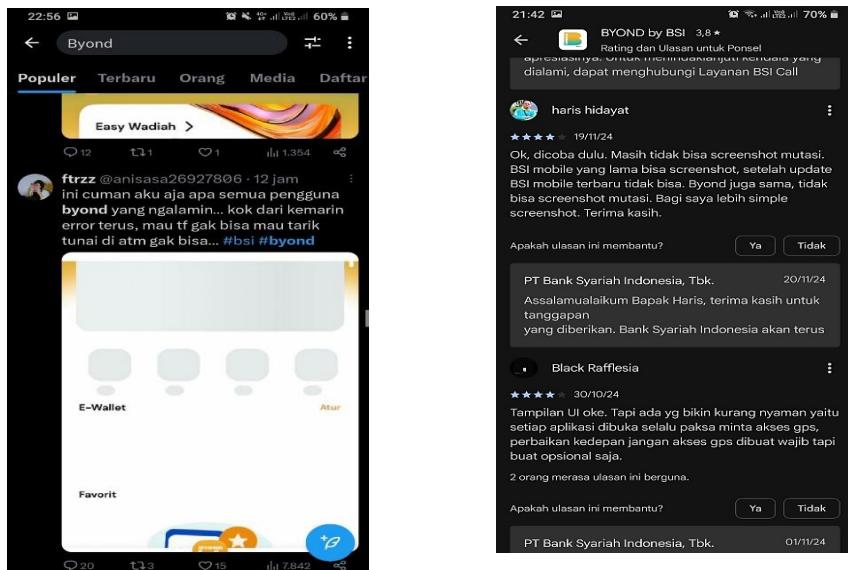
Halo gais, ada yang uji data pake warp pls



Byond tranding di apk X
pada 9-12 Februari 2025







DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. Data Pribadi

Nama : Nabila Asla Mufahrida
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 10 Oktober 2002
Alamat : Ds. Wandankemiri, Kec. Klambu, Kab. Grobogan
e-mail : nabilaaslamufah@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan

UIN Walisongo Semarang (2021-sekarang)
SMAN 1 Bae Kudus (2018-2021)
SMPN 2 Mejobo Kudus (2015-2018)

III. Pengalaman Organisasi & Magang

BSI Area Semarang Kota (2 September – 3 Desember 2024)
Novo Club Leadership Bootcamp Paragon Crop Batch 2023
Pengurus Divisi Kominfo UKM Komunitas Bisnis Periode 2022

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Hormat Saya



(Nabila Asla Mufahrida)