

**PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA, KEAMANAN, DAN FITUR
APLIKASI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN
PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS APLIKASI BYOND BY BSI DI
KOTA SEMARANG)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

CHARIR DA TAFTIA CHAMUDA

NIM. 2105036154

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454
Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp :
Hal : Persetujuan Pembimbing
A.n Charir Da Taftia Chamuda

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

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : Charir Da Taftia Chamuda
NIM : 2105036154
Fakultas/Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan, dan Fitur Aplikasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan Syariah (Studi Kasus Aplikasi Byond By BSI Di Kota Semarang)

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

Semarang, 16 Juni 2025

Pembimbing I

Warno, SE., M.Si.
NIP. 198307212015031002

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, ME.I
NIP. 199405032019032026



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

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Charir Da Taftia Chamuda
NIM : 2105036154
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan, dan Fitur Aplikasi Terhadap
Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan Syariah (Studi Kasus Aplikasi
BYOND By BSI Di Kota Semarang)

Telah diajukan 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 :

24 Juni 2025

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

Semarang, 30 Juni 2025

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Dr. Ali Murtadho, M.A
NIP. 197108301998031003

Sekretaris Sidang

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

Penguji I

Zuhdan Ady Fataron, M.M.
NIP. 198403082015031003



Penguji II

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

Pembimbing I

Warno, S.E., M.Si.
NIP. 198307212015031002

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia."

— (HR. Ahmad, no. 23408)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur yang tak terhingga dan hati yang penuh kerendahan, karya ini kususun sebagai wujud kecil dari perjalanan panjang yang penuh peluh, air mata, dan doa. Di balik setiap lembar tulisan ini, tersimpan cerita perjuangan, kegagalan yang mengajarkan ketabahan, serta harapan yang terus dijaga meski berkali-kali nyaris padam. Maka dengan penuh ketulusan, izinkan aku mempersembahkan skripsi ini sebagai tanda cinta dan terima kasih untuk mereka yang senantiasa menjadi cahaya dalam setiap langkahku. Karya ini kupersembahkan dengan cinta, perjuangan, dan syukur untuk :

1. Allah SWT, Sumber segala kekuatan dan ketenangan. Kepada-Mu aku berserah, dari-Mu aku berharap, dan kepada-Mu aku kembali. Hanya karena rahmat dan pertolongan-Mu, langkah ini dapat sampai pada titik ini. Di setiap lelah, Engkau hadir memberi ketenangan. Di setiap jatuh, Engkau hadir memberi harapan. Segala puji dan syukur hanya milik-Mu.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Muhammad Alim dan Ibu Siti Asiyah, Terima kasih untuk cinta yang tak pernah habis, untuk setiap doa yang selalu mengiringi langkahku, dan untuk peluh yang tak pernah diminta balasan. Ayah, Ibu, tanpa kalian, aku bukanlah siapa-siapa. Di balik setiap pencapaianku, ada cucuran keringat dan air mata kalian yang tak terlihat. Semoga aku bisa menjadi anak yang bisa membuat kalian bangga, sebagaimana kalian selalu bangga bahkan ketika aku belum jadi apa-apa..
3. Kakakku dan adikku tercinta, Laily Fauziyah dan Saif Amri Bawafie, Terima kasih telah menjadi teman dalam segala fase kehidupan. Untuk setiap dukungan, canda, bahkan diam yang menenangkan, kalian adalah rumah ketika dunia terasa asing. Kalian adalah semangatku dalam diam, penguat dalam sunyi.
4. Kakak-kakakku tersayang, Defi Ningtyas dan Dyah Ayu Lestari, Terima kasih atas pelukan yang selalu hangat meski dalam bentuk kata, atas nasihat yang hadir tanpa diminta, dan atas kasih yang tidak pernah menuntut. Hadir kalian adalah berkah yang tak terukur.
5. Pakde Sutrisno dan Bude Sumillah, Terima kasih atas perhatian dan kasih yang begitu tulus. Kebajikan kalian menjadi bagian penting dalam perjalananku. Doa-doa kalian adalah cahaya yang memandu langkahku.

6. Keponakanku tersayang, Muhammad Rezfan Syauqi, Wajah mungilmu adalah pelipur lelahku. Tawamu menghapus duka, gerak lucumu menguatkan langkahku. Kamu adalah kebahagiaan kecil yang selalu membawa harapan baru.

7. Adik-adik peneliti, Andika Irama Khafidz dan Fahri Arya Dira, Terima kasih telah menjadi warna dalam hariku. Kalian hadir dengan semangat dan keceriaan yang tak ternilai. Kalian mengajarkanku bahwa belajar tak selalu harus serius, tapi juga bisa penuh tawa dan cinta.

8. Warno, SE., M.Si. dan Fita Nurotul Faizah, ME.I, Sebagai dosen pembimbing yang penuh kesabaran, terima kasih atas segala bimbingan, ilmu, dan arahan yang tak ternilai. Ketelatenan dan kehangatan Bapak dan Ibu menjadikan proses ini bukan hanya tentang akademik, tapi juga tentang menjadi manusia yang lebih baik.

9. Sahabat-sahabat seperjuangan, Nabila Asla Mufahrida, Zakia Hasna Azizah, dan Zahwa Alfis F.M., Kita pernah sama-sama lelah, tertawa dalam stres, menangis dalam diam, dan tetap berjalan meski pelan. Terima kasih karena tidak pernah membuatku merasa sendirian dalam perjuangan ini.

10. Sahabat tercinta, Ayu Agustine, Tempat aku bercerita tanpa takut dihakimi, tempat aku bersandar saat dunia terasa berat. Terima kasih untuk semua waktu, pelukan, dan kata-kata yang selalu menenangkan. Kamu lebih dari sekadar sahabat kamu adalah saudara yang Tuhan kirimkan lewat jalan yang indah.

11. Semua teman-teman yang namanya belum tertulis di sini, Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Sekecil apa pun kebaikan dan kehadiran kalian, semuanya bermakna dan tak akan pernah saya lupakan.

Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya saya sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, doa, dan kasih sayang selama proses penyusunan karya ini. Setiap perhatian, kebaikan, dan bantuan yang diberikan merupakan bentuk penghargaan yang sangat berarti dan tak akan pernah saya lupakan. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Saya juga berharap, semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat, inspirasi, serta menjadi sumbangsih ilmu yang berarti bagi para pembaca di masa mendatang.

DEKLARASI

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Charir Da Taftia Chamuda

NIM : 2105036154

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan pihak manapun. Dengan demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran orang lain, kecuali informasi bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 13 Juni 2025

Deklarator



Charir Da Taftia Chamuda

NIM.2105036154

ABSTRAK

Byond by BSI merupakan transformasi digital dari layanan mobile banking sebelumnya, yaitu BSI Mobile, yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan syariah di era digital. Aplikasi ini diluncurkan sebagai jawaban atas kebutuhan pengguna akan sistem yang lebih responsif, aman, dan mudah diakses. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengguna, keamanan, dan fitur aplikasi terhadap kepuasan pengguna layanan perbankan syariah, dengan studi kasus pada aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan metode *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu pengalaman pengguna, keamanan dan fitur berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung masing-masing variabel yang lebih besar dari t tabel (1,986), yaitu untuk 3,642 pengalaman pengguna, untuk 4,107 keamanan dan 3,770 untuk fitur. Selain itu, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 9,879 lebih besar dari F tabel sebesar 2,70 yang berarti variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,619 menunjukkan bahwa 61,9% variabel kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Kata kunci: Pengalaman Pengguna, Keamanan, Fitur Aplikasi, Kepuasan Pengguna, Byond by BSI, Perbankan Syariah

ABSTRACT

Byond by BSI is a digital transformation of the previous mobile banking service, BSI Mobile, developed by Bank Syariah Indonesia (BSI) to improve the quality of Islamic banking services in the digital era. This application was launched in response to user needs for a more responsive, secure, and easily accessible system. This study aims to analyze the effect of user experience, security, and application features on user satisfaction of Islamic banking services, with a case study on the Byond by BSI application in Semarang City. The approach used in this research is a quantitative approach, with a convenience sampling method. The number of samples used was 96 respondents. The data analysis technique was carried out using multiple linear regression tests through the help of SPSS software version 26. The results of this study indicate that the three independent variables, namely user experience, security and features have a positive and significant effect on user satisfaction. This is evidenced by the calculated t value of each variable which is greater than the t table (1.986), namely for 3.642 user experience, for 4.107 security and 3.770 for features. In addition, the results of the simultaneous test (F test) show that the calculated F value of 9.879 is greater than the F table of 2.70, which means that the variables together have a significant effect. The Adjusted R^2 value of 0.619 indicates that 61.9% of the user satisfaction variable can be explained.

Keywords: *User Experience, Security, Application Features, User Satisfaction, Byond by BSI, Islamic Banking*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, berkah, dan kemudahan yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat, yang syafaatnya selalu kita harapkan di hari akhir kelak. Rasa syukur yang mendalam dirasakan peneliti karena dengan segala keterbatasan, semangat, dan doa yang terus mengiringi, akhirnya skripsi yang berjudul: “Pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan, dan Fitur Aplikasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan Syariah (Studi Kasus Aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang)” dapat disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Arif Efendi, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah dan Mardhiyaturrositaningsih, M.E. selaku Sekertaris Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Warno, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Fita Nurotul Faizah, M.E.I., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan berharga dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, pegawai, serta seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman selama masa studi peneliti.

6. Dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam bentuk apa pun selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

Dengan segala bantuan, kebaikan, dan doa yang telah diberikan, peneliti hanya mampu mengucapkan terima kasih dan mendoakan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan tersebut dengan pahala dan keberkahan yang tak terhingga. Aamiin yaa Rabbal 'aalamiin. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan dari berbagai sisi, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menjadi bahan referensi, serta memberikan kontribusi yang positif, baik bagi peneliti sendiri maupun bagi para pembaca.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 13 Juni 2025

Peneliti

Charir Da Taftia Chamuda
NIM.20105036154

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	14
1.3 Tujuan penelitian	15
1.4 Manfaat penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2.2 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	18
2.3 <i>Electronic Banking (E-Banking)</i>	19
2.4 Kepuasan pengguna	20
2.5 Pengalaman Pengguna atau <i>User Experience (UX)</i>	21
2.6 Keamanan	22
2.7 Fitur.....	24
2.8 Kerangka Pemikiran	9
2.9 Hipotesis	10
BAB III METODE PENELITIAN	96
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	96
3.2 Populasi dan Sampel.....	96
3.2.1 Populasi penelitian.....	96
3.2.2 Sampel penelitian.....	97
3.3 Jenis Data.....	98
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	98

3.3.2 Definisi Operasional Variabel	99
3.4 Metode Analisis Data.....	102
3.4.1 Statistik Deskriptif	103
3.4.2 Uji Kualitas Data	103
3.4.2.1 Uji Validitas	103
3.4.2.2 Uji Reliabilitas	104
3.5 Uji Asumsi Klasik.....	105
3.5.1 Uji Normalitas	105
3.5.2. Uji Multikolinieritas	105
3.5.3 Uji Heteroskedastisitas	105
3.6 Pengujian Hipotesis	106
3.6.1 Uji Parsial (Uji t)	106
3.6.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	106
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R 2).....	106
3.6.4 Regresi Linier Berganda	107
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	108
4.1 GAMBARAN UMUM PT.BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.	108
4.1.1 Sejarah Singkat Pt. Bank Syariah Indonesia Tbk.	108
4.1.2 Makna Logo Pt. Bank Syariah Indonesia Tbk.....	109
4.1.3 Visi Dan Misi Pt Bank Syariah Indonesia Tbk.....	110
4.2 Deskriptif Data Responden	111
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	111
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	112
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	113
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	114
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama menggunakan layanan BSI.....	116
4.3 Uji Kualitas data	117
4.3.1 Uji Validitas.....	117
4.3.2 Uji Reliabilitas	120
4.4 Uji Asumsi Klasik	120
4.4.1 Uji Normalitas.....	121
4.4.2 Uji Multikolinearitas	123
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	124
4.5 Uji Hipotesis	127
4.5.1 Uji Signifikan Persial (Uji t)	127

4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	128
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	130
4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	130
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	132
4.6.1 Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna	132
4.6.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna	135
4.6.3 Pengaruh Fitur Terhadap Kepuasan Pengguna.....	137
BAB V PENUTUP.....	141
5.1 KESIMPULAN.....	141
5.2 SARAN.....	141
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN	143
DAFTAR PUSTAKA.....	144
LAMPIRAN	149
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	185

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Peneliti terdahulu yang relevan	1
Tabel 3. 1	Skala Likert	99
Tabel 3. 2	Definisi Konsep Variabel	102
Tabel 3. 3	Tingkat Reabilitas	104
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	111
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	112
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	113
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	115
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menggunakan layanan BSI	116
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas Pengalaman Pengguna (X1)	118
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Keamanan (X2)	118
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Fitur (X3)	119
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)	119
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	120
Tabel 4. 11	Hasil Uji Normalitas	121
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas	124
Tabel 4. 13	Uji Heteroskedastisitas	126
Tabel 4. 15	Hasil Uji Parsial (t)	128
Tabel 4. 16	Hasil Uji Simultan (F)	129
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	130
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan pengguna di app store tentang pengalaman pengguna	4
Gambar 1.2 Ulasan pengguna di app store tentang pengalaman pengguna	5
Gambar 1.3 Ulasan pengguna di app store tentang keamanan pengguna	7
Gambar 1.4 Ulasan pengguna di app store tentang keamanan pengguna.	8
Gambar 1.5 Ulasan pengguna di app store tentang fitur layanan.....	11
Gambar 1.6 Ulasan pengguna di app store tentang fitur layanan.....	11
Gambar 1.7 Hasil pra riset.....	13
Gambar 1.8 Hasil pra riset.....	13
Gambar 1.9 Hasil pra riset.....	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	9

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.1 Surat Permohonan Izin Riset	149
Lampiran.2 Kuisisioner Penelitian.....	150
Lampiran.3 Data Responden	155
Lampiran.4 Tabulasi Data	158
Lampiran.5 Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner.....	183

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital yang terus berkembang, transformasi teknologi telah menjadi landasan penting bagi sektor perbankan dalam meningkatkan layanan dan daya saingnya. Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong institusi perbankan untuk mengadopsi sistem dan platform digital yang lebih modern guna memenuhi tuntutan nasabah yang semakin mengedepankan kecepatan, keamanan, dan kemudahan akses dalam bertransaksi. Seiring dengan semakin kompleksnya kebutuhan nasabah, perbankan harus mampu berinovasi dengan memanfaatkan teknologi terkini untuk mengoptimalkan kinerja operasional dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.¹

Perkembangan internet yang pesat saat ini memacu inovasi dalam aplikasi layanan keuangan untuk mengikuti tren. Nasabah dapat dengan mudah mengakses informasi dan melakukan berbagai operasi, termasuk pembelian online, pengecekan saldo, transfer rekening, pembayaran tagihan kartu kredit, dan transfer uang, melalui layanan perbankan seluler. Aplikasi mobile banking yang memanfaatkan teknologi informasi dan perangkat smartphone memungkinkan transaksi perbankan dilakukan secara cepat, praktis, efektif, dan fleksibel dari mana saja. Hal ini tentunya memberikan kenyamanan bagi para penggunanya.²

Mobile banking yang diciptakan oleh Bank Syariah Indonesia dalam menyediakan layanan perbankan digital. Meskipun aplikasi ini telah membantu memperluas akses layanan dan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, keberadaan sistem yang telah berjalan selama beberapa waktu menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan dalam hal skalabilitas, integrasi dengan sistem backend yang semakin kompleks, serta kebutuhan untuk meningkatkan keamanan data di tengah maraknya ancaman siber. Kondisi inilah yang melatarbelakangi upaya migrasi BSI Mobile ke platform Byond by BSI. Migrasi ke Byond by BSI diharapkan dapat mengatasi berbagai kendala yang ada dengan mengadopsi teknologi modern yang lebih fleksibel dan aman. Platform Byond by BSI menawarkan berbagai keunggulan, antara lain peningkatan performa aplikasi, sistem keamanan yang

¹ Diny Widya and others, 'Keamanan Siber Dalam Perbankan Serta Tantangan', 2.1 (2025), 33–42.

² Deni Wardani, 'Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking', *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2.1 (2021), 15–32 <<https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>>.

lebih terintegrasi, serta kemampuan untuk mendukung pengembangan fitur-fitur inovatif yang responsif terhadap kebutuhan pasar. Transformasi ini tidak hanya penting untuk menjaga relevansi BSI Mobile di tengah persaingan industri perbankan digital, tetapi juga untuk mendukung visi BSI dalam menyediakan layanan keuangan yang transparan, efisien, dan *customer-centric*.³

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses layanan keuangan, khususnya melalui inovasi digital seperti *mobile banking*, yang menawarkan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas bagi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi perbankan hanya melalui perangkat seluler; namun, Pengalaman pengguna yang mencakup persepsi, perasaan, dan reaksi pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi memiliki dampak signifikan terhadap kemudahan ini selain ketersediaan teknologi, mulai dari antarmuka yang ramah dan mudah dinavigasi, kecepatan serta stabilitas sistem, hingga tingkat keamanan dan kepercayaan yang dirasakan saat melakukan transaksi secara daring. Pengalaman pengguna (*user experience*) adalah suatu konsep yang menggambarkan persepsi, emosi, serta tanggapan individu yang timbul sebagai hasil dari interaksi mereka dengan suatu sistem, produk, atau layanan digital. Pengalaman ini mencakup keseluruhan proses mulai dari pertama kali pengguna mengakses aplikasi, berinteraksi dengan antarmuka, menjalankan fungsi atau fitur, hingga menyelesaikan tujuannya dengan menggunakan sistem tersebut. Menurut Pratama, Junaidi, dan Sulistiyah (2024) dalam, pengalaman pengguna didefinisikan sebagai: "Bagaimana perasaan pengguna seseorang ketika menggunakan sistem atau aplikasi, serta mencakup semua perasaan, pikiran, sensasi, dan tindakan yang terlibat dalam beberapa aktivitas."

Pengalaman pengguna tidak hanya berkaitan dengan aspek fungsional seperti kecepatan dan akurasi aplikasi, tetapi juga dengan aspek emosional seperti kenyamanan, rasa percaya diri, dan kepuasan. Pengalaman pengguna menjadi salah satu indikator penting dalam pengembangan aplikasi digital karena pengalaman yang baik dapat meningkatkan loyalitas pengguna, sedangkan pengalaman yang buruk dapat menyebabkan pengguna berhenti menggunakan layanan. Pengalaman pengguna (*user experience*) merupakan konsep yang menggambarkan keseluruhan interaksi pengguna dengan sebuah sistem, termasuk persepsi, emosi, kenyamanan, dan kepuasan yang timbul selama proses penggunaan aplikasi digital. Pengalaman pengguna tidak hanya mencakup kepraktisan dalam menggunakan sistem, tetapi juga bagaimana pengguna merasa terlibat, dimudahkan, dan merasa aplikasi tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam era digital saat ini, Pengalaman pengguna

³ Wardani. Pengertian Mobile banking

menjadi faktor penting yang menentukan apakah suatu aplikasi dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan, khususnya dalam layanan berbasis keuangan seperti mobile banking.

Dalam konteks perbankan syariah, aplikasi mobile banking seperti Byond by BSI tidak hanya dituntut untuk berfungsi secara teknis, tetapi juga harus mampu menghadirkan pengalaman penggunaan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, mudah diakses, dan dapat dipercaya. Pengalaman pengguna yang baik akan memperkuat persepsi positif terhadap layanan perbankan syariah digital, sekaligus memperluas penetrasi pasar di kalangan masyarakat muslim yang mengutamakan kemudahan, keamanan, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, Pengalaman pengguna bukan sekadar estetika antarmuka, melainkan juga mencakup kenyamanan dalam mengakses fitur-fitur syariah seperti zakat, wakaf, dan investasi halal.

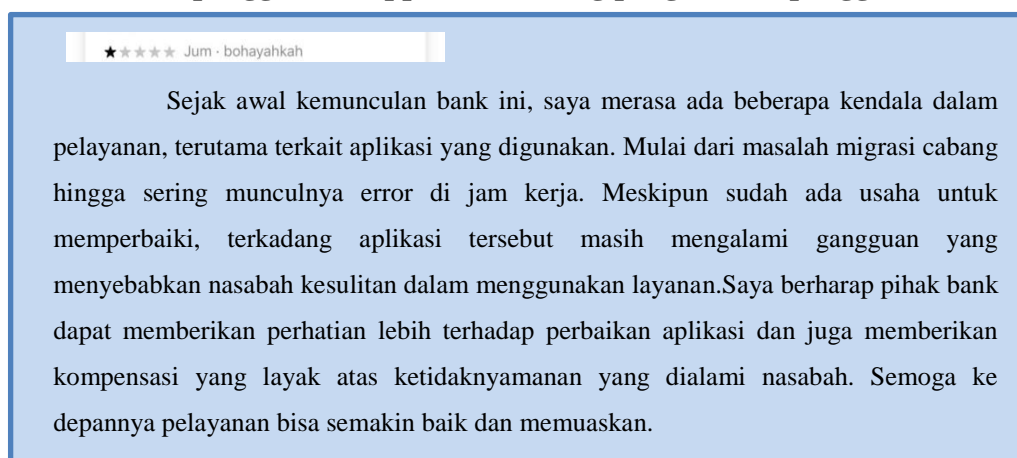
Pengalaman pengguna dalam aplikasi Byond by BSI dapat dianalisis melalui beberapa dimensi utama seperti kemudahan navigasi, kecepatan akses, kestabilan sistem, dan keterandalan informasi. Aplikasi ini diharapkan dapat menghadirkan antarmuka yang ramah pengguna, dengan desain yang tidak membingungkan, terutama bagi nasabah baru yang mungkin belum terbiasa dengan layanan perbankan digital. Jika pengguna dapat memahami cara kerja aplikasi tanpa memerlukan bantuan tambahan, hal ini menunjukkan tingginya nilai perspicuity atau kejelasan, yang merupakan salah satu pilar penting dalam evaluasi Pengalaman pengguna. Pengalaman pengguna yang positif dalam menggunakan Byond by BSI akan berdampak langsung terhadap kepuasan pengguna. Aplikasi yang mudah digunakan, aman, cepat, dan responsif akan menciptakan kenyamanan yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Di sisi lain, gangguan teknis seperti kegagalan saat login, lambatnya proses transaksi, atau sistem yang sering error dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan memicu keengganan untuk menggunakan aplikasi kembali. Dengan kata lain, Pengalaman pengguna menjadi salah satu penentu utama dalam membangun loyalitas pengguna terhadap layanan perbankan digital syariah.

Melihat pentingnya dalam keberhasilan aplikasi mobile banking, BSI sebagai pengembang aplikasi Byond perlu menempatkan Pengalaman pengguna sebagai aspek sentral dalam strategi pengembangan dan inovasi. Melalui evaluasi Pengalaman pengguna yang terstruktur, misalnya dengan pendekatan *User Experience Questionnaire* (UEQ), pengembang dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan aplikasi berdasarkan pengalaman nyata pengguna. Hasil evaluasi ini tidak hanya dapat digunakan untuk

perbaikan teknis, tetapi juga sebagai dasar dalam merancang fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, optimalisasi Pengalaman pengguna akan membantu BSI dalam mewujudkan layanan perbankan syariah digital yang inklusif, modern, dan berkelanjutan.⁴

Menurut ulasan pengguna di App Store, pengalaman pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI menunjukkan dinamika yang beragam. Banyak nasabah menyampaikan pengalaman positif terkait kemudahan penggunaan, desain antarmuka yang modern, serta fitur-fitur inovatif yang mendukung aktivitas perbankan digital dengan tingkat keamanan yang tinggi. Hal ini menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan menumbuhkan rasa percaya terhadap layanan yang diberikan. Namun demikian, terdapat pula pengalaman pengguna yang kurang memuaskan, sebagaimana tercermin dalam keluhan terkait bug, performa aplikasi yang kadang lambat, serta tata letak antarmuka yang dinilai kurang intuitif oleh sebagian pengguna. Berbagai umpan balik ini menjadi masukan berharga bagi pengembang untuk terus melakukan perbaikan demi menghadirkan pengalaman pengguna yang lebih baik, optimal, dan sesuai harapan nasabah.

Gambar 1.1 **Ulasan pengguna di app store tentang pengalaman pengguna**



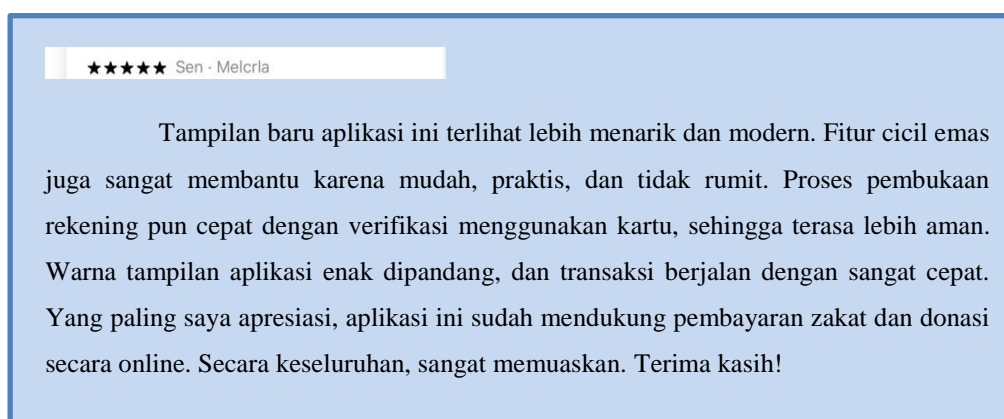
Berdasarkan ulasan dari pengguna Bohayahkah yang memberikan bintang 1 di App Store apk Byond by BSI, terungkap adanya keluhan serius mengenai pengalaman menggunakan layanan Byond by BSI. Sejak awal kehadirannya, bank ini dinilai telah menimbulkan berbagai kendala operasional yang berdampak langsung pada kenyamanan dan kepercayaan nasabah. Proses migrasi ke cabang baru dilaporkan berjalan tidak efisien dan membingungkan, serta tidak disertai dengan komunikasi yang jelas kepada nasabah. Permasalahan tidak berhenti di situ. Aplikasi mobile banking yang seharusnya

⁴ Eva Aulia, 'Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application', *Jurnal Teknik Dan Science*, 3.1 (2024), 31–39 <<https://doi.org/10.56127/jts.v3i1.907>>.

menjadi sarana utama dalam mendukung transaksi digital justru sering mengalami error, terutama pada jam kerja. Hal ini sangat mengganggu aktivitas perbankan harian, khususnya bagi pengguna yang bergantung penuh pada layanan digital.

Alih-alih memperbaiki sistem yang ada secara menyeluruh, pihak bank justru mengarahkan nasabah untuk kembali bermigrasi ke aplikasi versi terbaru. Namun, migrasi tersebut ternyata tidak disertai dengan perbaikan teknis yang memadai. Aplikasi baru tetap mengalami gangguan serupa, bahkan dalam jangka waktu sehari-hari. Yang lebih disayangkan, tidak ada pemberitahuan resmi, permintaan maaf, maupun bentuk kompensasi dari pihak bank atas ketidaknyamanan yang terjadi. Situasi ini jelas menurunkan tingkat kepuasan nasabah serta menimbulkan ketidakpercayaan terhadap kemampuan bank dalam mengelola layanan digital secara profesional. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi menyeluruh dari pihak pengelola bank untuk mengidentifikasi akar masalah dan melakukan perbaikan sistematis. Perhatian yang lebih serius terhadap kualitas aplikasi dan pengalaman pengguna sangat penting agar bank ini dapat kembali dipercaya sebagai penyedia layanan keuangan digital yang andal.

Gambar1.2 **Ulasan pengguna di app store tentang pengalaman pengguna**



Berbeda dengan ulasan sebelumnya, ulasan yang diberikan oleh pengguna bernama Melcrla mengatakan sebagai pengguna, Pengguna merasa puas dengan perkembangan terbaru pada aplikasi ini. Navigasinya terasa lebih intuitif, dan berbagai fitur yang ditawarkan sangat relevan dengan kebutuhan sehari-hari. Salah satu hal yang menonjol adalah kemudahan dalam melakukan transaksi, yang kini berjalan lebih cepat dan stabil dibanding sebelumnya.

Fitur tambahan seperti cicilan emas serta layanan zakat dan donasi online menjadi nilai tambah yang sangat membantu, khususnya bagi pengguna yang ingin mengelola

keuangan sekaligus berbagi secara digital. Proses registrasi juga berlangsung cepat dan lancar, dengan keamanan yang terjaga melalui sistem verifikasi yang baik. Dari sisi tampilan, desainnya terasa modern dan bersih, sehingga nyaman digunakan dalam jangka waktu lama. Aplikasi ini menunjukkan bahwa pihak pengembang cukup mendengarkan masukan pengguna dan terus melakukan perbaikan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo dkk (2024) yang berjudul “Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Banking Menggunakan Metode UX Curve (Studi Kasus: JConnect Mobile)” menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang positif berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi JConnect Mobile.⁵ Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Pratama dkk (2024) yang berjudul “Analisis User Experience Aplikasi Mobile Banking LivinbyMandiri Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* Pengalaman pengguna (*user experience/UX*) pada aplikasi Livin' by Mandiri”, jurnal ini menunjukkan pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan keputusan penggunaan aplikasi,⁶ Selanjutnya menurut peneliti (Frans Sudirjo, 2024) yang berjudul “*Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application*” menyimpulkan Pengalaman pengguna berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.⁷

Keamanan dalam penggunaan mobile banking adalah faktor krusial yang memengaruhi kepuasan pengguna. Pengguna menginginkan jaminan bahwa data pribadi dan transaksi finansial mereka terlindungi dari ancaman seperti peretasan dan penipuan. Keamanan dalam layanan mobile banking merupakan aspek penting yang memengaruhi kepercayaan dan kepuasan pengguna. Salah satu langkah utama dalam menjaga keamanan adalah penerapan otentikasi dua faktor (*Two-Factor Authentication*), yang mengharuskan pengguna melewati dua tahap verifikasi sebelum dapat mengakses akun mereka. Selain itu, penggunaan enkripsi data memastikan bahwa informasi yang dikirimkan tetap terlindungi dari ancaman peretasan. Penerapan teknologi biometrik, seperti pengenalan wajah dan sidik jari, untuk meningkatkan keamanan akses akun juga terus berkembang. Untuk

⁵ Nadiatul Khaira, Hanifah Muslimah Az-zahra, and Alfi Nur Rusydi, "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Dengan Metode UX Curve (Studi Kasus: BRI Mobile Banking)", *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4.3 (2020), 1003–12 <<http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7119%0A>>.

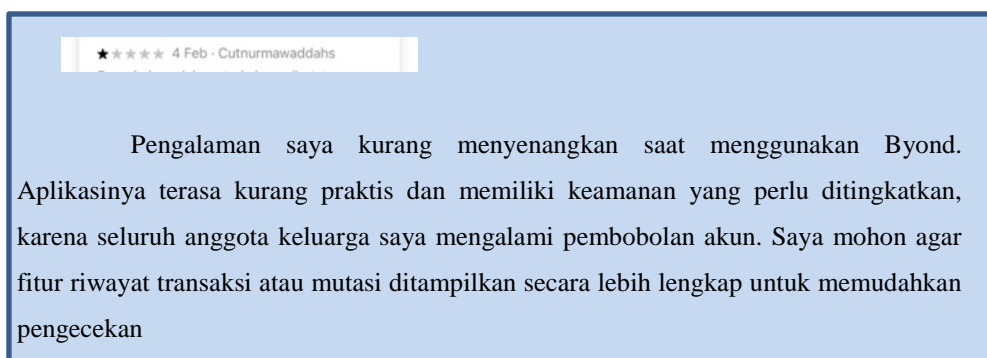
⁶ Aulia. Analisis User Experience Aplikasi Twitter Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (Ueq)

⁷ Frans Sudirjo, ‘Sinta-4.2’, 2024.

mengonfirmasi identifikasi pengguna dan menghentikan akses yang tidak diinginkan, sertifikat digital menawarkan tingkat keamanan ekstra. Selain itu, sistem keamanan mobile banking terus diperbarui melalui pengujian berkala guna mendeteksi serta menutup potensi celah keamanan. Dengan penerapan berbagai teknologi keamanan ini, layanan mobile banking dapat memberikan perlindungan optimal bagi penggunanya sekaligus meningkatkan kepuasan serta loyalitas mereka terhadap layanan perbankan digital.⁸

Keamanan mobile banking dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang memastikan perlindungan data dan transaksi pengguna. Salah satunya adalah sistem enkripsi yang kuat, yang berfungsi melindungi data pengguna dari ancaman peretasan atau pencurian informasi. Selain itu, metode otentikasi yang berlapis, seperti penggunaan *One-Time Password* (OTP), biometrik, dan PIN, juga menjadi faktor penting dalam mencegah akses tidak sah. Keamanan aplikasi juga bergantung pada pembaruan sistem yang rutin untuk menutup celah keamanan yang dapat dimanfaatkan oleh peretas. Kesadaran dan literasi digital pengguna turut berperan, karena praktik seperti penggunaan kata sandi yang lemah atau mengunduh aplikasi dari sumber yang tidak resmi dapat meningkatkan risiko kebocoran data. Faktor lain yang memengaruhi adalah keamanan jaringan internet yang digunakan, di mana koneksi melalui Wi-Fi publik tanpa enkripsi dapat membuka peluang bagi serangan siber. Dengan kombinasi teknologi yang canggih dan kesadaran pengguna yang tinggi, keamanan m-banking dapat lebih terjaga.⁹

Gambar1.3 **Ulasan pengguna di app store tentang keamanan pengguna**

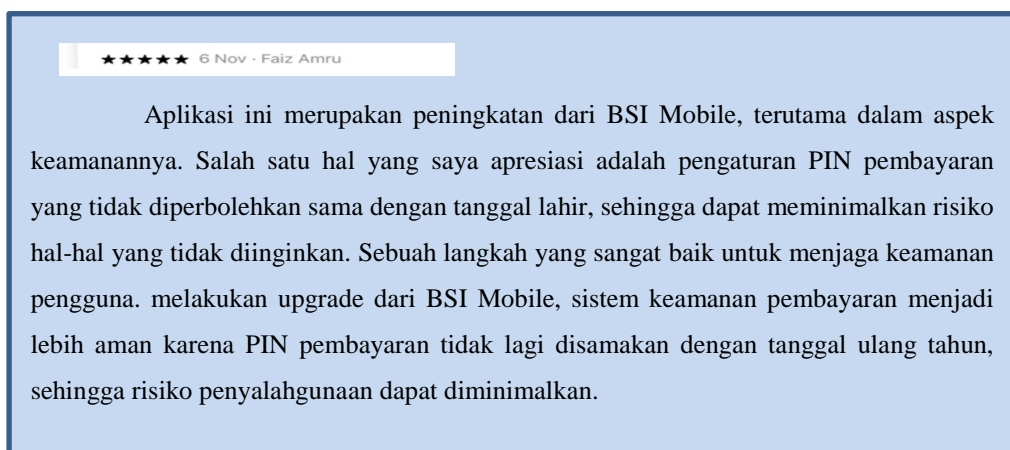


⁸ Nia Wulandari and Hayat Sholihin, 'Pengaruh Ketersediaan Fitur, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Kenyamanan Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Di Kota Cirebon)', *Tjybjb.Ac.Cn*, 27.2 (2019), 58–66.

⁹ Noviana Krisyani Kusumaningtyas and Deni Wardani, "“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian Pada Nasabah Bank BUMN)”, *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5.2 (2022), 64 <<https://doi.org/10.35384/jemp.v5i2.245>>.

Pengguna Cutnurmawaddahs memberikan bintang 1 dan menyatakan berbagai keluhan dari pengguna yang menyatakan bahwa aplikasi Byond tidak memberikan pengalaman penggunaan yang memuaskan. Beberapa pengguna mengungkapkan bahwa aplikasi tersebut dianggap rumit dan tidak user-friendly, serta memiliki kerentanan keamanan yang signifikan terdapat laporan bahwa satu keluarga mengalami peretasan, sehingga menimbulkan kekhawatiran atas keamanan data dan transaksi. Selain itu, para pengguna menuntut agar sistem dapat menampilkan bukti transaksi secara lengkap, seperti resi atau mutasi rekening, guna meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap layanan digital yang disediakan. Kondisi ini menunjukkan perlunya evaluasi mendalam terhadap aspek kemudahan penggunaan dan sistem keamanan aplikasi Byond, sehingga upaya perbaikan dapat dilakukan untuk memenuhi ekspektasi nasabah dan menjaga integritas layanan perbankan digital.

Gambar1.4
Ulasan pengguna di app store tentang keamanan pengguna.



Selanjutnya, aplikasi perbankan ini mendapatkan penilaian positif dari pengguna di App Store karena fitur keamanannya yang semakin baik. Faiz Amru menyebutkan bahwa setelah melakukan upgrade dari BSI Mobile, sistem keamanan pembayaran menjadi lebih aman karena PIN pembayaran tidak lagi disamakan dengan tanggal ulang tahun, sehingga risiko penyalahgunaan dapat diminimalkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Sani (2024) yang berjudul “Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah hasil analisis menunjukkan bahwa keamanan pengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah”¹⁰, selain itu penelitian yang dilakukan oleh Silvira Chairunnisa (2023) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Masyarakat dalam Bertransaksi menggunakan Layanan Pembayaran Digital QRIS (Studi Kasus pada GenBI Komisariat Universitas Medan Area) Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS”. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian harapan masyarakat dengan apa yang diperoleh setelah menggunakan QRIS.¹¹ Sedangkan menurut Astama (2024) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *E-Wallet* Dana dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna *E-Wallet* Dana Di Kota Bandar Lampung)”. Berdasarkan hasil penelitian, kenikmatan nasabah dompet elektronik DANA Kota Bandar Lampung dalam melakukan pembelian dipengaruhi secara negatif dan negatif oleh kesan keamanannya.¹² Menurut Mundir (2021) yang berjudul “Analisis Faktor Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Mamuju” menemukan bahwa Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh seberapa aman persepsi masyarakat terhadap sistem perbankan seluler. Studi ini menyoroti bagaimana mengintegrasikan mekanisme keamanan yang dapat diandalkan ke dalam layanan perbankan seluler dapat meningkatkan kebahagiaan dan kepercayaan nasabah.¹³ Rezeki (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening menyimpulkan bahwa kualitas layanan digital”, Loyalitas pelanggan dipengaruhi secara positif oleh pertimbangan keamanan. Loyalitas dan kepuasan pelanggan saat menggunakan layanan keuangan digital sangat dipengaruhi oleh keamanan layanan digital.¹⁴

Fitur terhadap kepuasan m-banking adalah aspek-aspek yang disediakan dalam aplikasi mobile banking untuk memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif dan efisien.

¹⁰ Nahrul Hayat and Sherwin Ary Busman, "Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus Pt Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar)", *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 6.1 (2023), 1–16 <<https://doi.org/10.58303/jtimb.v6i1.3070>>.

¹¹ Silvira Chairunnisa, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran Digital Qris (Studi Kasus Pada GenBI Komisariat Universitas Medan Area)’, 2023, 1–74 <[https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/19721/1/188320131-Silvira Chairunnisa - Fulltext.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/19721/1/188320131-Silvira%20Chairunnisa-Fulltext.pdf)>.

¹² Danang 2024, "Indikator-Indikator Keamanan", 2024.

¹³ Puti Mandasari, "Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (Iain) Parepare", 2024.

¹⁴ Mandasari.

Fitur ini mencakup kemudahan melakukan transaksi finansial seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga pengecekan saldo secara real-time. Semakin lengkap, mudah diakses, dan relevan fitur yang ditawarkan, semakin tinggi kepuasan pengguna karena aplikasi tersebut mampu memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam aktivitas perbankan mereka.¹⁵

Fitur mobile banking dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang menentukan kelengkapan dan kemudahan layanan bagi pengguna. Salah satunya adalah kebutuhan dan preferensi nasabah, di mana bank harus menyediakan fitur yang relevan, seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan, investasi, hingga pengelolaan keuangan. Kemajuan teknologi juga memainkan peran penting, terutama dalam menghadirkan inovasi seperti pembayaran QR, integrasi dengan e-wallet, serta kecerdasan buatan (AI) untuk layanan pelanggan. Regulasi dan kebijakan perbankan turut memengaruhi fitur yang dapat disediakan, karena bank harus memastikan kepatuhan terhadap aturan keamanan dan perlindungan data. Selain itu, persaingan di industri perbankan digital mendorong bank untuk terus mengembangkan fitur yang lebih canggih agar tetap kompetitif. Ketersediaan infrastruktur digital, seperti kecepatan internet dan keamanan siber, juga menjadi faktor pendukung dalam memastikan fitur m-banking dapat berfungsi dengan optimal dan memberikan pengalaman pengguna yang nyaman.¹⁶

Fitur-fitur utama yang tersedia dalam layanan ini mencakup cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, serta top-up dompet elektronik. Selain itu, beberapa bank juga menyediakan fitur tambahan seperti manajemen kartu, pengajuan pinjaman, dan investasi reksa dana guna meningkatkan kenyamanan serta fleksibilitas pengguna dalam mengelola keuangan mereka. Dengan adanya fitur yang semakin lengkap, mobile banking tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai solusi finansial yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan nasabah secara praktis dan efisien.¹⁷

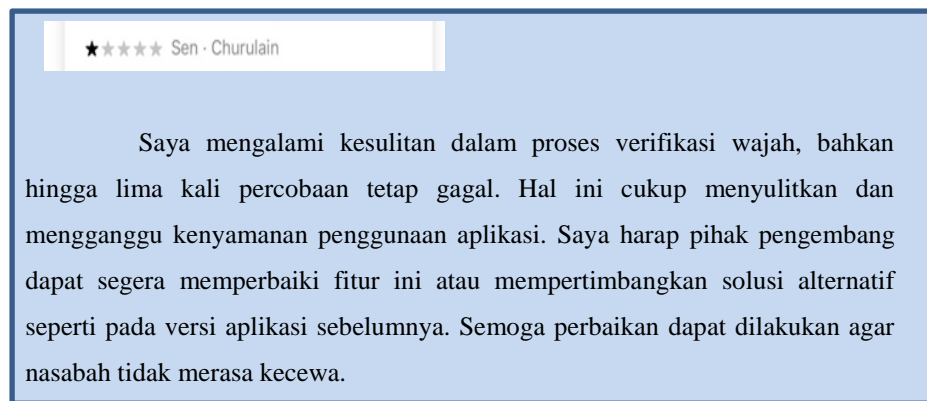
¹⁵ Eja Armaz Hardi and Syahril Ahmad, "Pengaruh Fitur , Variasi Produk , Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah Di Kota Jambi Sistem Pembayaran Dengan Beragam Aplikasi Yang Digunakan Masyarakat Sebagai Sarana", 2.3 (2024).

¹⁶ Kusumaningtyas and Wardani.

¹⁷ Asmamaw Alemayehu Shelemo, *لَبَّيْ*, *Nucl. Phys.*, 13.1 (2023), 104–16.

Gambar1.5

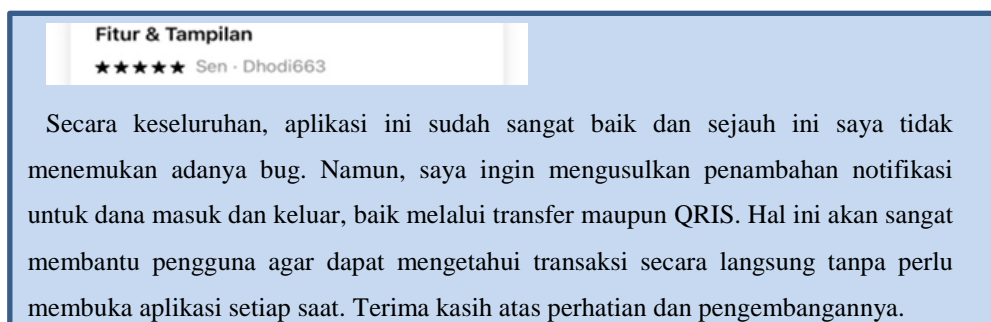
Ulasan pengguna di app store tentang fitur layanan



Pengguna Churulain mengeluh serius, nasabah yang menyatakan bahwa fitur verifikasi wajah pada aplikasi mobile banking gagal beroperasi hingga lima kali berturut-turut, sehingga menimbulkan rasa frustrasi yang tinggi dan memaksa pengguna untuk mempertanyakan kehandalan sistem tersebut, bahkan mempertimbangkan untuk beralih ke bank lain jika perbaikan tidak segera dilakukan. Pengguna Adaajapokonya mengeluh serius dari pengguna yang mengindikasikan bahwa fitur layanan daftar mutasi keuangan pada aplikasi Byond by BSI masih jauh dari harapan. Pengguna melaporkan bahwa tampilan mutasi keuangan tidak terstruktur dengan baik, di mana informasi mengenai dana masuk tidak dilengkapi dengan keterangan waktu yang jelas, sehingga sangat sulit untuk memverifikasi transaksi secara akurat. Selain itu, terdapat kasus di mana dana yang masuk muncul tidak pada urutan yang logis, mengakibatkan kebingungan dan ketidakpastian dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kondisi ini menimbulkan persepsi negatif terhadap kehandalan sistem dan mendesak perlunya evaluasi mendalam untuk meningkatkan kualitas dan transparansi layanan digital perbankan.

Gambar1. 6

Ulasan pengguna di app store tentang fitur layanan



Sementara itu, pengguna Dhodi663 juga memberikan penilaian positif terhadap fitur dan tampilan Byond by BSI yang dianggap sangat baik dan bebas dari bug sejauh ini.

Namun, ia memberikan masukan agar aplikasi ini menambahkan fitur notifikasi otomatis untuk transaksi dana keluar dan masuk, baik melalui transfer maupun QRIS. Fitur ini diharapkan dapat membantu pengguna untuk memantau aktivitas keuangan mereka tanpa harus membuka aplikasi secara langsung.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Khotijah (2022) yang berjudul “Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking”, Kepuasan nasabah mobile banking dipengaruhi oleh faktor keamanan, kemudahan, kualitas layanan, dan fitur aplikasi berdasarkan hasil penelitian berdasarkan uji t dan uji f.¹⁸ Selain itu penelitian yang dilakukan Iqbal (2020) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking”, Faktor kenyamanan dan ketersediaan fitur secara bersamaan memiliki dampak besar pada penggunaan mobile banking, menurut studi dan perdebatan.¹⁹ Sedangkan penelitian oleh Sindy Aliffiyah Saragi dan Zulkarnain Siregar (2025) yang berjudul “Pengaruh Fitur Layanan, Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed) fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.”²⁰ Penelitian oleh Hanny Dwi Yulianti (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile di Jabodetabek” menemukan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh fitur aplikasi. Kepuasan pelanggan terhadap layanan mobile banking meningkat seiring dengan kelengkapan dan kegunaan fitur.²¹ Selain itu, Dewi Syarah Indri Hapsari (2023) yang berjudul “Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank

¹⁸ Sitti Nur Khotijah, Mochamad Cholid Mawardi, and Irma Hidayati, "Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", *El-Aswaq*, 4.02 (2023), 541–51 <<https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25795>>.

¹⁹ Johandri Iqbal, Heriyani Heriyani, and Isroq Urrahmah, "Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking", *Global Financial Accounting Journal*, 5.2 (2021), 25 <<https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>>.

²⁰ Sindy Aliffiyah Saragih and Zulkarnain Siregar, "Pengaruh Fitur Layanan , Privasi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)", 5.1 (2025), 129–40.

²¹ aplikasi dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile di JABODETABEK Hanny Dwi Y 2024 pengaruh kualitas layanan mobilr banking, fitur, ‘Hanny Dwi Y 2024 Pengaruh Kualitas Layanan Mobilr Banking, Fitur, Aplikasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Di JABODETABEK’, *Ayan*, 15.1 (2024), 37–48.

Syariah Indonesia” Selain itu, verifikasi juga dilakukan terhadap fitur layanan studi yang mengindikasikan bahwa minat menggunakan mobile banking dipengaruhi secara positif, sebagian, oleh kemudahan dan fitur layanan,²² Sedangkan menurut Wilyningsih (2024) Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur m-banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²³

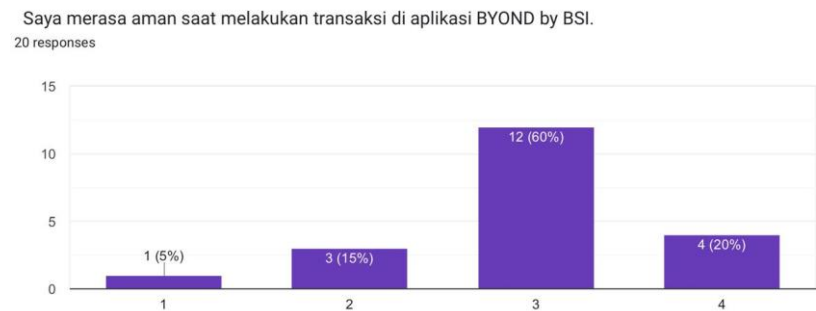
Gambar1.7
Hasil pra riset



(Sumber: data diolah, 2025)

Pra riset terhadap 20 pengguna Byond by BSI pada masyarakat kota semarang, peneliti menemukan bahwa “25% pengguna sangat setuju aplikasi ini mudah digunakan, 60% pengguna setuju, 10% merasa tidak setuju, dan 5% sangat tidak setuju.” Hanya sedikit orang yang mengatakan bahwa Byond BSI mudah digunakan.²⁴

Gambar1.8
Hasil pra riset



²² Dewi Syarah, ‘Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah’, 2023.

²³ Jurnal Ekonomi And Others, ‘Pengaruh Fitur M-Banking Dan Keamanan Terhadap’, 2025 (2025), 21–27.

(Sumber: data diolah, 2025)

Selanjutnya pra riset terhadap 20 pengguna Byond by BSI pada masyarakat kota semarang, menunjukkan bahwa 5% responden merasa sangat setuju data yang mereka miliki aman, 10% merasa setuju datanya aman dan 60% tidak setuju datanya aman dan 20% pengguna sangat tidak setuju datanya aman²⁵

Gambar1.9
Hasil pra riset



(Sumber: data diolah, 2025)

Pra riset ini juga diketahui 25% responden mengatakan sangat setuju bahwa fitur layanan Byond by BSI sesuai dengan kebutuhan perbankan responden, akan tetapi 30% mengatakan setuju dan 35% mengatakan tidak setuju dan 10% merasa sangat tidak setuju bahwa fitur belum sesuai kebutuhan. Dimana 35% responden berpendapat tidak setuju terhadap fitur-fitur layanan terhadap kebutuhan perbankan responden, dan jadi sebuah masalah tersendiri apa saja yang menyebabkan masyarakat kota, berpendapat kurangnya fitur layanan Byond by BSI.

Berdasarkan fenomena dan research gap pada penelitian ini perlu untuk memberikan solusi fenomena dalam pengembangan aplikasi dan menghasilkan penelitian konsisten untuk akademisi dalam mempelajari perilaku konsumen. Maka judul penelitian Pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan, Dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan Syariah (Studi Kasus Aplikasi Byond By BSI di Kota Semarang)

1.2 Rumusan masalah

- 1 Apakah pengalaman pengguna memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Byond by BSI?

2. Apakah keamanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Byond by BSI?
3. Apakah fitur memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Byond by BSI?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh pengalaman pengguna terhadap tingkat kepuasan pengguna dalam aplikasi Byond by BSI
2. Menganalisis hubungan antara aspek keamanan dengan kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI
3. Mengidentifikasi pengaruh fitur yang tersedia terhadap kepuasan pengguna aplikasi Byond by BSI

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah dan memperkaya literatur terkait penggunaan Mobile Banking dalam konteks perbankan syariah.
- b. Memberikan kontribusi dalam pemahaman hubungan antara pengalaman pengguna (*user experience*), keamanan (*security*), fitur aplikasi (*application features*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
- c. Menjadi rujukan untuk penelitian lanjutan dalam bidang teknologi keuangan (*fintech*) dan layanan keuangan digital berbasis syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu perbankan syariah, khususnya BSI, dalam mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna Mobile Banking.
- b. Memberi acuan bagi pengembang aplikasi Byond by BSI untuk merancang strategi pengembangan fitur dan peningkatan layanan yang lebih efektif dan sesuai kebutuhan pengguna.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan salah satu model paling populer dalam penelitian yang digunakan untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan sistem informasi serta teknologi oleh individu. Model ini telah banyak diteliti dan divalidasi melalui berbagai studi yang mengkaji perilaku adopsi teknologi dalam berbagai konteks sistem informasi. Persepsi utilitas dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah dua karakteristik utama yang menjadi fokus TAM. Kedua faktor ini sangat berpengaruh terhadap cara individu berinteraksi dengan teknologi, terutama dalam menentukan sejauh mana mereka bersedia mengadopsi dan menggunakan suatu sistem informasi.

Menurut Davis (1989), “*perceived usefulness* didefinisikan sebagai keyakinan subjektif calon pengguna bahwa penggunaan suatu sistem atau aplikasi tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan atau aspek kehidupan mereka.” Sementara itu, persepsi kegunaan mengacu pada sejauh mana orang berpikir bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Elemen-elemen ini kemudian membentuk persepsi pengguna terhadap suatu teknologi, yang pada gilirannya memengaruhi niat dan pilihan mereka tentang adopsi teknologi tersebut. Dengan mempertimbangkan semua hal, TAM bertujuan untuk mengklarifikasi dan mengkarakterisasi berbagai elemen yang memengaruhi sikap dan tindakan konsumen saat menggunakan teknologi.²⁶ Salma Ayuni Hamida (2023) yang menganalisis kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nasabah yang meyakini bahwa penggunaan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efektivitas transaksi dan memudahkan proses perbankan cenderung memiliki sikap positif dan lebih bersedia beralih ke layanan digital. Hidayat dan Canta (2022) di sektor perbankan, menemukan bahwa faktor kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan menjadi prediktor utama dalam mempengaruhi intensi nasabah untuk mengadopsi layanan digital. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti

²⁶ Davis 1989, ‘Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking’, *Owner*, 7.2 (2023), 1196–1205 <<https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>>.

kepercayaan (trust) dan dukungan pemerintah juga mulai diperhitungkan sebagai variabel tambahan untuk mengatasi keterbatasan TAM dalam konteks perbankan modern.²⁷

Relevansi TAM dengan penelitian ini adalah :

1. Pengalaman Pengguna (*User Experience*)

Pengalaman pengguna sangat berkaitan dengan kemudahan penggunaan. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan, tidak membingungkan, dan cepat dipahami sejak pertama kali digunakan, maka ini memperkuat komponen *perceived ease of use* dalam TAM. Sejalan dengan hasil prariset, mayoritas pengguna belum merasa aplikasi mudah digunakan sejak awal, yang berarti *perceived ease of use* masih rendah, dan ini bisa berdampak pada kepuasan serta adopsi jangka panjang.

2. Keamanan

Dalam konteks perbankan digital, keamanan menjadi aspek penting dan dapat dipandang sebagai bagian dari ekstensi TAM, yaitu *trust (kepercayaan)*. Hidayat dan Canta (2022) menambahkan bahwa dalam sektor perbankan, *trust* menjadi elemen penting yang mempengaruhi intensi pengguna. Bila pengguna merasa data dan transaksi mereka aman, maka tingkat kepercayaan meningkat, yang mendorong niat dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi.²⁸

3. Fitur Aplikasi

Fitur-fitur dalam aplikasi Byond seperti transaksi, cek saldo, manajemen keuangan syariah, dan integrasi dengan layanan lain akan dinilai berdasarkan seberapa berguna mereka bagi pengguna. Bila fitur tersebut mempermudah transaksi dan meningkatkan efisiensi perbankan, maka pengguna akan memiliki *perceived usefulness* yang tinggi. Hal ini sejalan dengan temuan Salma Ayuni Hamida (2023) bahwa pengguna akan bersikap positif terhadap aplikasi jika mereka merasakan adanya peningkatan efisiensi.²⁹

4. Kepuasan pengguna

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa “penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (kegunaan) dan *perceived ease of use*

²⁷ Pyka Anggiana, ‘Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank’, *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (Jims)*, 9.1 (2023), 21–28 <<https://doi.org/10.24967/Jmb.V9i1.1980>>.

²⁸ Hidayat Dan Canta2022, "Engaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Dan Kenyamanan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital Perbankan Syariah", <https://repository.uinsi.ac.id/handle/123456789/2201>.

²⁹ Rika Widianita dkk, "Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (Psds) Di Pt Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto", *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii.I (2023), 1–19.

(kemudahan penggunaan).” Kedua faktor ini membentuk sikap dan niat pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Dalam konteks aplikasi mobile banking, ketika pengguna merasa aplikasi berguna dan mudah digunakan, maka hal tersebut akan menciptakan pengalaman positif yang berujung pada kepuasan. Dengan demikian, TAM berperan penting dalam menjelaskan bagaimana persepsi awal terhadap teknologi dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

2.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah hipotesis yang dibuat oleh Icek Ajzen pada tahun 1991 untuk memprediksi dan memahami bagaimana orang akan berperilaku dalam situasi tertentu. Dengan penambahan konsep kontrol perilaku yang dirasakan, teori ini dibangun di atas Teori Tindakan Beralasan (TRA). TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama: “sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).”

Sikap yang berhubungan dengan perilaku mengacu pada penilaian seseorang, baik positif maupun negatif, terhadap suatu tindakan tertentu. Pandangan seseorang terhadap tekanan sosial atau harapan dari orang lain yang memengaruhi pilihan mereka untuk terlibat dalam suatu aktivitas atau tidak tercermin dalam norma subjektif. Persepsi seseorang tentang seberapa mudah atau sulitnya suatu tindakan dilakukan dikenal sebagai kontrol perilaku yang dipersepsikan, dan persepsi tersebut dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya serta hambatan potensial. Ketiga faktor ini bersama-sama membentuk niat perilaku, yang kemudian mempengaruhi apakah perilaku tersebut akan dilakukan atau tidak. TPB telah diterapkan dalam berbagai penelitian untuk memahami perilaku manusia di berbagai bidang, termasuk sektor perbankan syariah. Misalnya, sebuah studi oleh Rahman, dan Yusuf (2023) menggunakan TPB untuk meneliti unsur-unsur yang memengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan layanan perbankan Islam. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keinginan seseorang untuk bertransaksi di bank Islam sangat dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap perbankan Islam, norma sosial subjektif, dan persepsi kontrol perilaku atas akses ke layanan perbankan Islam.³⁰

Relevansi TPB dengan Variabel Penelitian ini adalah

³⁰ Saffanah Aini Rahmani, Agung Dharmawan Buchdadi, and Muhammad Yusuf, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk’, *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 2.1 (2023), 1–15.

1. Pengalaman Pengguna (*User Experience*) → Sikap terhadap perilaku

Jika pengalaman pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI positif mudah digunakan, nyaman, dan efisien—maka sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi akan menjadi positif. Hal ini akan mendorong intensi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi, yang berujung pada kepuasan.

2. Keamanan Aplikasi → Kontrol perilaku yang dirasakan

Tingkat keamanan sistem, seperti otentikasi dua faktor, enkripsi data, dan keamanan transaksi, membuat pengguna merasa aman dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi. Rasa kontrol ini memberi pengguna keyakinan untuk melanjutkan penggunaan dan merasa puas dengan layanan yang aman.

3. Fitur Aplikasi → Sikap

Fitur-fitur yang lengkap, inovatif, dan mudah diakses akan mempengaruhi sikap positif terhadap aplikasi serta meningkatkan persepsi pengguna bahwa mereka dapat mengendalikan transaksi mereka dengan efisien. Ini mendukung intensi berkelanjutan untuk menggunakan aplikasi dan dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

4. Kepuasan Pengguna → Hasil dari intensi dan perilaku aktual

Dalam kerangka TPB, jika niat sudah terbentuk kuat (berdasarkan tiga faktor di atas), maka akan terjadi perilaku aktual penggunaan aplikasi secara konsisten, yang pada akhirnya menghasilkan kepuasan.

Teori Planned Behavior (TPB) digunakan sebagai teori pendukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Hibatullah & Busman (2022) serta Laila & Herawati (2021). Kedua penelitian tersebut mengkaji hubungan antara persepsi keamanan, kemudahan penggunaan, serta fitur layanan dengan kepuasan pengguna dalam konteks perbankan digital. TPB dipandang relevan karena mampu menjelaskan bagaimana sikap individu, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku memengaruhi niat serta tindakan pengguna. Dalam hal ini, persepsi terhadap keamanan dan kemudahan sistem perbankan digital berperan penting dalam membentuk sikap positif dan meningkatkan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, TPB menjadi kerangka teoritis yang sesuai untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan digital banking.

2.3 Kepuasan pengguna

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan setelah membandingkan harapan dan pengalaman aktual mereka dikenal sebagai kepuasan pengguna. Menurut Kotler dan Keller, “kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk dengan harapannya.” Jika kinerja sesuai atau melebihi harapan, pengguna akan merasa puas; sebaliknya, jika kinerja lebih rendah dari harapan, maka akan muncul ketidakpuasan. Para peneliti menekankan bahwa faktor-faktor seperti pengalaman pengguna, kecepatan transaksi, dan keamanan sistem merupakan determinan utama yang berkontribusi pada tingkat kepuasan tersebut. Marginingsih (2020) menunjukkan bahwa apabila aplikasi m-banking dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan mampu menyediakan layanan transaksi secara cepat dan aman, maka nasabah akan cenderung merasa puas.³¹

Tingkat kenikmatan atau kepuasan yang diperoleh konsumen dari penggunaan suatu sistem, layanan, atau produk disebut sebagai kepuasan pengguna. Banyak elemen, termasuk pengalaman pengguna, efisiensi, dan tingkat kepuasan produk terhadap keinginan dan harapan pengguna, yang memengaruhi kepuasan ini. Produk yang dirancang dengan baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan, meminimalkan kekecewaan, dan menawarkan pengalaman yang memuaskan. Bisnis atau pengembang dapat menghasilkan solusi yang lebih kompetitif dan efisien dengan memahami dan meningkatkan kebahagiaan konsumen. Kepuasan pengguna didefinisikan sebagai kegembiraan atau kepuasan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan suatu sistem, layanan, atau produk sesuai dengan persyaratan dan harapan mereka. Kepuasan ini mencerminkan sejauh mana pengalaman pengguna memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka, baik dari segi kemudahan penggunaan, kualitas, fungsionalitas, maupun kenyamanan. Kepuasan pengguna yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas, memperkuat kepercayaan, dan mendorong rekomendasi positif terhadap produk atau layanan tersebut.

Karena konsumen yang bahagia cenderung lebih setia dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, kepuasan pelanggan merupakan komponen krusial bagi keberhasilan perusahaan. Menurut Tjiptono (2006), terdapat beberapa indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

1. Kesesuaian harapan : Indikator ini mengukur sejauh mana produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Ketika ekspektasi pelanggan

³¹ Nawangsari., ‘Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok)’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7.1 (2018), 24–31.

terpenuhi atau bahkan terlampaui, tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan realitas dapat menyebabkan ketidakpuasan.

2. Minat menggunakan ulang : Indikator ini mencerminkan niat pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan di masa mendatang. Minat berkunjung ulang yang tinggi menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pengalaman sebelumnya dan mempercayai kualitas yang ditawarkan.

3. Kesediaan merekomendasikan : Indikator ini menilai sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Pelanggan yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif, yang dapat meningkatkan reputasi dan menarik pelanggan baru.³²

2.4 Pengalaman Pengguna atau *User Experience* (UX)

Pengalaman pengguna atau user experience (UX) merupakan konsep penting dalam pengembangan sistem informasi dan teknologi digital. Menurut ISO 9241-210, “UX adalah persepsi dan respons pengguna yang muncul dari penggunaan atau antisipasi terhadap suatu produk, sistem, atau layanan.” Definisi ini menekankan bahwa pengalaman tidak hanya terjadi saat interaksi, tetapi juga sebelum dan sesudahnya, mencakup aspek emosional, psikologis, dan perilaku pengguna. Dengan kata lain, UX mengacu pada keseluruhan kesan yang dialami pengguna ketika berinteraksi dengan teknologi.³³

UX adalah konsep multidimensi yang bertujuan memahami kebutuhan, harapan, dan respons pengguna terhadap sistem digital. Beberapa aspek penting dalam UX meliputi emosi, kemudahan penggunaan, efisiensi, aksesibilitas, dan kepuasan. Menurut Berni dan Borgianni (2021), UX tidak hanya fokus pada fungsi teknis, tetapi juga pengalaman emosional, sensorik, dan kognitif yang dialami pengguna. Oleh karena itu, desain teknologi yang baik harus mampu menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan bermakna bagi pengguna.³⁴

Beberapa penelitian terkini turut memperkuat pentingnya UX. Ghani & Shamsuddin (2020) menyebutkan bahwa UX mencakup elemen-elemen yang terintegrasi untuk memahami perilaku dan umpan balik pengguna. Sementara itu, Athallah & Kamal (2024) dalam studi mereka menyimpulkan bahwa semua indikator UX memiliki pengaruh

³² Tjiptono (2006), ‘Indikator Kepuasan Pengguna’, *Journals of Economics and Business*, 2.2 (2022), 1–16 <<https://doi.org/10.33365/jeb.v2i2.112>>.

³³ Ralph Adolph, ‘Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan’, 2016, 1–23.

³⁴ Aurora Berni and Yuri Borgianni, ‘From the Definition of User Experience to a Framework to Classify Its Applications in Design’, *Proceedings of the Design Society*, 1.August (2021), 1627–36 <<https://doi.org/10.1017/pds.2021.424>>.

positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan dimensi *perspicuity* atau kejelasan memiliki pengaruh terbesar. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga berdampak pada loyalitas pengguna.³⁵

Memahami UX menjadi sangat penting dalam konteks penelitian sistem digital, termasuk dalam studi layanan perbankan syariah. Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan penerimaan teknologi dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, indikator UX seperti kemudahan penggunaan, kejelasan antarmuka, dan efisiensi layanan sangat relevan untuk dianalisis dalam studi-studi yang mengevaluasi aplikasi keuangan digital seperti Byond by BSI. Dengan pendekatan yang tepat terhadap UX, institusi dapat meningkatkan adopsi teknologi dan memperkuat hubungan dengan pengguna.

Pengalaman pengguna atau *user experience* (UX) merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan dan implementasi aplikasi atau sistem informasi. Menurut Dr. Martin Screpp (2014), “terdapat tiga indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna, yaitu kemudahan penggunaan, fleksibilitas, serta kejelasan dan kemudahan pemahaman.” Berikut penjelasan masing-masing indikator:

1. *Attractiveness* (Daya Tarik): kesan keseluruhan pengguna terhadap aplikasi, apakah menarik atau tidak.
2. *Perspicuity* (Kejelasan): kemudahan dalam memahami dan belajar menggunakan aplikasi.
3. *Novelty* (Kebaruan): tingkat inovasi dan kreativitas aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna.³⁶

2.5 Keamanan

Keamanan adalah tingkat perlindungan yang diberikan suatu sistem, produk, atau layanan untuk memastikan bahwa pengguna dapat menggunakannya tanpa risiko yang membahayakan, baik dari segi data, privasi, maupun keselamatan fisik. Dalam konteks teknologi, keamanan penggunaan mencakup perlindungan terhadap ancaman siber, akses tidak sah, serta penyalahgunaan informasi pribadi. Sementara itu, dalam penggunaan produk fisik, keamanan berkaitan dengan desain yang meminimalkan risiko cedera atau kecelakaan.

³⁵ Mohamad Shahfik Afendi Abdul Ghani And Syadiah Nor Wan Shamsuddin, ‘Definitions and Concepts of User Experience (Ux): A Literature Review’, *International Journal of Creative Future and Heritage (TENIAT)*, 8.1 (2020), 130–43 <<https://doi.org/10.47252/teniat.v8i1.292>>.

³⁶ Elsa Kurniawati and Chanifah Indah Ratnasari, ‘Pengujian Pengalaman Pengguna (User Experience) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ): Studi Kasus Pada Website Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia’, *Journal Portal - Universitas Islam Indonesia*, 4 (2023), 63–72 <www.fit.uii.ac.id>.

Dengan adanya keamanan penggunaan yang baik, pengguna dapat merasa lebih nyaman, percaya, dan bebas dari kekhawatiran saat memanfaatkan suatu layanan atau teknologi. Menurut Muhajirin (2023), “menemukan bahwa meskipun kemudahan, manfaat, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking, faktor keamanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.” Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap keamanan mungkin cukup tinggi atau ada faktor lain yang lebih dominan memengaruhi minat penggunaan.³⁷

Konsep keamanan merujuk pada keseluruhan upaya, kebijakan, dan mekanisme yang dirancang untuk melindungi aset, informasi, dan sistem dari berbagai ancaman—baik yang bersifat fisik maupun digital. Dalam konteks teknologi informasi, keamanan mencakup penerapan langkah-langkah seperti enkripsi, otentikasi, kontrol akses, dan pemantauan berkelanjutan guna memastikan bahwa data tetap rahasia, utuh, dan tersedia saat dibutuhkan. Dengan kata lain, konsep keamanan bertujuan untuk meminimalisir risiko seperti pencurian data, serangan siber, atau gangguan operasional, sehingga organisasi dapat mempertahankan kepercayaan pengguna dan kelancaran operasionalnya. Selain itu, dalam konteks yang lebih luas, konsep keamanan juga melibatkan perlindungan fisik terhadap infrastruktur, pengelolaan risiko secara sistematis, serta penerapan standar dan regulasi yang mendukung keberlanjutan dan keandalan sistem. Hal ini sangat penting di era digital yang serba terhubung, di mana ancaman dapat muncul dari berbagai sumber dan dapat berdampak besar pada integritas serta keberlangsungan operasi suatu organisasi.

Makna keamanan merujuk pada kondisi dan upaya untuk memastikan bahwa suatu sistem, lingkungan, atau aset terlindungi dari ancaman, gangguan, dan risiko yang dapat mengakibatkan kerugian atau penyalahgunaan. Dalam konteks teknologi informasi, keamanan berarti penerapan kebijakan, prosedur, dan teknologi—seperti enkripsi, otentikasi, dan kontrol akses untuk menjaga kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan data. Secara lebih luas, makna keamanan juga mencakup perlindungan fisik terhadap infrastruktur serta manajemen risiko secara sistematis guna memastikan operasional yang stabil dan terpercaya. Dengan demikian, keamanan menjadi fondasi penting yang tidak hanya melindungi aset dan informasi, tetapi juga membantu membangun kepercayaan pengguna dan mendukung kelangsungan operasional organisasi.

Keamanan informasi menjadi aspek yang sangat penting dalam era digital, terutama dalam menjaga data pengguna agar tetap terlindungi dari ancaman yang dapat merugikan. Menurut Danang (2024), terdapat tiga indikator utama dalam mengukur keamanan

³⁷ Muhajirin 2023, ’بی‌لی’, *Nucl. Phys.*, 13.1 (2023), 104–16.

informasi, yaitu kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan. Ketiga indikator ini dikenal sebagai CIA Triad (*Confidentiality, Integrity, Availability*) yang menjadi fondasi utama dalam memastikan keamanan data. Berikut penjelasan masing-masing indikator:

1. Kerahasiaan: Menjaga agar informasi hanya dapat diakses oleh pihak berwenang melalui enkripsi, autentikasi, dan pengaturan akses yang ketat. Hal ini mencegah kebocoran data dan melindungi privasi pengguna.
2. Integritas: Memastikan data tetap akurat dan utuh tanpa perubahan yang tidak sah menggunakan mekanisme seperti checksum, hashing, dan kontrol akses. Ini meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.
3. Ketersediaan: Memastikan data dan layanan selalu dapat diakses oleh pengguna yang berwenang dengan infrastruktur yang andal, cadangan data, dan perlindungan dari serangan siber seperti DDoS. Ini menjamin kontinuitas layanan.³⁸

2.6 Fitur

Fitur-fitur dalam mobile banking adalah hal-hal yang dapat dilakukan pengguna melalui ponsel mereka. Saldo, riwayat transaksi, tagihan, suku bunga, dan lokasi cabang atau ATM terdekat hanyalah beberapa fitur yang ditawarkan oleh layanan mobile banking. Marliza (2021), Menyatakan bahwa fitur layanan adalah berbagai fasilitas yang disediakan oleh penyedia layanan pembayaran elektronik untuk memenuhi kebutuhan transaksi pengguna, termasuk kemudahan akses, keamanan, dan variasi layanan yang ditawarkan.³⁹

Konsep fitur merujuk pada elemen atau karakteristik khusus yang membedakan suatu produk, layanan, atau sistem dari pesaingnya. Secara umum, fitur mencakup fungsi, kemampuan, dan atribut yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna serta meningkatkan nilai produk. Misalnya, dalam konteks perangkat lunak atau aplikasi, fitur dapat berupa antarmuka yang intuitif, sistem notifikasi, kemampuan pencarian, dan integrasi dengan layanan lain yang memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas tertentu. Di dunia bisnis, fitur juga menjadi sarana strategis untuk menciptakan keunggulan kompetitif dengan menawarkan nilai tambah yang unik kepada konsumen, sehingga produk atau layanan yang ditawarkan lebih menarik dan mudah diadopsi oleh pengguna. Makna fitur merujuk pada karakteristik unik atau atribut khusus yang dimiliki oleh suatu produk, layanan, atau sistem

³⁸ Danang 2024. Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Wallet Dana Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kota Bandar Lampung)

³⁹ Poon 2021 Indikator-indikator fitur, 'Indikator-Indikator Fitur', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), 399–405.

yang membedakannya dari yang lain. Fitur mencakup fungsi, kemampuan, dan elemen desain yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna serta meningkatkan nilai dan keunggulan kompetitif produk tersebut. Dalam konteks perangkat lunak, misalnya, fitur dapat berupa antarmuka yang intuitif, fungsi pencarian, notifikasi, dan berbagai alat bantu yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Dengan adanya fitur yang tepat, produk tidak hanya menjadi lebih menarik, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna karena memberikan solusi yang relevan dan mudah diakses.

Fitur layanan merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan, terutama dalam konteks layanan digital seperti perbankan online atau aplikasi mobile. Menurut Poon (2008), terdapat tiga indikator utama dalam fitur layanan yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna, yaitu kemudahan akses informasi mengenai produk dan jasa, keberagaman fitur, serta inovasi produk. Berikut penjelasan masing-masing indikator:

1. Kemudahan Akses Informasi: Memastikan pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi produk dan layanan melalui navigasi intuitif, pencarian efisien, dan tampilan yang jelas. Akses informasi yang baik meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pengguna.
2. Keberagaman Fitur: Menyediakan berbagai fungsi dalam satu platform untuk memenuhi beragam kebutuhan pengguna, seperti transfer dana, pembayaran, dan investasi. Semakin banyak fitur, semakin nyaman dan fleksibel pengguna dalam menggunakan layanan.
3. Inovasi Produk: Mengembangkan layanan baru dengan teknologi terkini dan antarmuka yang lebih mudah digunakan. Inovasi berkelanjutan meningkatkan daya saing dan kepuasan pengguna dengan pengalaman yang lebih menarik dan relevan.⁴⁰

⁴⁰ Poon 2021 Indikator-indikator fitur.8.

Tabel 2.1
Peneliti terdahulu yang relevan

NO	Nama dan Tahun	Judul	Grand Theory	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani dan Viviannisa Victoria (2022) ⁴¹	“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking”	1. Teori Expectation Confirmation Theory (ECT) 2. Teori Servqual (Service Quality)	Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara negatif oleh kualitas layanan, dipengaruhi secara negatif oleh kenyamanan bertransaksi, dan dipengaruhi secara positif oleh karakteristik produk.	1. Grand Theory dan Teori Pendukung 2. Variabel x 3. Obyek Penelitian 4. Gap Penelitian
2.	Rena Deliyana, Berlintina Permatasari dan Dewi Sukmasari (2022) ⁴²	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA”	1. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) 2. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	Menurut penelitian, loyalitas nasabah BCA tidak dipengaruhi oleh perasaan nyaman dan percaya, tetapi dipengaruhi oleh pandangan utilitas dan kepuasan.	1. Aplikasi yang Diteliti 2. Grand Theory 3. Obyek Penelitian 4. Jenis Bank

⁴¹ Nurul Hidayah dkk 2022 Produk Terhadap and Kepuasan Nasabah, ‘Volume 4 Nomor 2 / Desember 2022’, 4 (2022), 139–59.

⁴² Deliyana 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi

3.	Hibatullah & Busman (2022) ⁴³	“Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus Pt Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar)”	1.Technology Acceptance Model (TAM) 2.Theory of Planned Behavior (TPB)	1.Kemudahan tidak berpengaruh karena nasabah masih kesulitan menggunakan Livin’. 2.Kualitas layanan berpengaruh positif, perlu ditingkatkan. 3.Fitur produk berpengaruh positif karena fiturnya lengkap dan unggul dari pesaing.	1.Aplikasi yang Diteliti 2. Jenis Bank 4.Obyek Penelitian 5. Gap Penelitian
4.	Laila Herawati (2021) ⁴⁴	“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan E-Money”	1.Technology Acceptance Model (TAM) 2.Theory of Planned Behavior (TPB)	Penggunaan uang elektronik dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepuasan, sedangkan penggunaan tagihan elektronik dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ketiganya.	1.Objek Penelitian 2. Jenis Layanan 3. Jenis Bank 4.Konteks Wilayah 5.Tujuan Penelitian 6. Gap Penelitian
5.	Johandri Iqbal, Heriyani dan Isroq	“Pengaruh Kemudahan Dan	1.Technology Acceptance Model (TAM)	Jelas dari data dan pembahasan	1. Variabel y 2. Tujuan

⁴³ Hayat and Busman. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri

⁴⁴ Laila Nur and Herawati Nyoman. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan E-Money

	Urrahmah (2021) ⁴⁵	Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking”		bahwa faktor ketersediaan fitur dan kemudahan keduanya memiliki dampak besar pada bagaimana orang menggunakan mobile banking.	Penelitian 3. Gap Penelitian 4. Wilayah Penelitian
6.	Ryan Juska Pratama, Agus Junaidi, Sulistiyah (2024) ⁴⁶	“Analisis User Experience Aplikasi Mobile Banking LivinbyMandiri Menggunakan Metode User Experience Questionnaire”	1. Metode User Experience Questionnaire (UEQ)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi mobile banking Livin by Mandiri mendapat penilaian positif secara keseluruhan. Skala yang mengukur daya tarik, efisiensi, ketergantungan, dan stimulasi memiliki nilai penilaian positif tertinggi, sedangkan skala yang mengukur kebaruan dan kejelasan memiliki nilai penilaian terendah.	1. Obyek dan fokus penelitian 2. Variabel x 3. Tujuan

⁴⁵ Iqbal, Heriyani, and Urrahmah. “Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking”

⁴⁶ Aulia. “Analisis User Experience Aplikasi Mobile Banking LivinbyMandiri Menggunakan Metode User Experience Questionnaire”

7.	Isti Fahma Noor 'Alaina (2021) ⁴⁷	“Pengaruh Fitur Layanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa a UIN Walisongo Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia”	1. Teori Kepuasan Pelanggan 2. Teori Kualitas Layanan (Service Quality Theory).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa UIN Walisongo saat menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia.	1. Objek Aplikasi 2. Variabel x 3. Obyek penelitian 4. Grand theory
8.	Lukmanul Hakim and E S Suhendra (2021) ⁴⁸	“The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of BCA Mobile Banking Services (Sejabodetabek)”	1. Technology Acceptance Model (TAM)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pendapat tentang kegunaan dan kepercayaan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pengguna terhadap layanan mobile banking, persepsi tentang kemudahan penggunaan, kegunaan, dan ketersediaan	1. Jenis Bank 2. Jenis aplikasi 3. Obyek wilayah 4. Variabel x

⁴⁷ Sti Fahma Noor 'Alaina, 'Pengaruh Fitur Layanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Uin Walisongo Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia', *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12.

⁴⁸ Lukmanul Hakim and E S Suhendra, 'The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of Bca Mobile Banking Services (Sejabodetabek)', *International Journal of Science, Technology & Management*, null (2021), null <<https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.343>>.

				fitur berpengaruh. Diharapkan akan dilakukan lebih banyak penelitian dengan menggunakan faktor dan metodologi lain.	
9.	Annisa Rizky Widodo dan Fajri Ariandi (2024) ⁴⁹	“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BCA di Jakarta”	1. Teori Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian	Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan mobile banking BCA di Jakarta dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan. Hipotesis keempat (H4) didukung karena variabel ketiga ini juga secara signifikan memengaruhi pilihan untuk menggunakan.	1. Jenis aplikasi 2. Jenis bank 3. Wilayah Penelitian 4. Variabel y 5. Grand theory
10.	Dewi Syarah Indri Hapsari (2023) ⁵⁰	“Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap	1.TAM (Technology Acceptance Model)	Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat menggunakan mobile banking dipengaruhi secara	1. Aplikasi yang dikaji 2. Wilayah penelitian 3. Variabel y

⁴⁹ Hakim and Suhendra. The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of BCA Mobile Banking Services (Sejabodetabek)

⁵⁰ Dewi Syarah Indri Hapsari (2023). Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia

		Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia”		signifikan oleh variabel kemudahan, kepercayaan, dan karakteristik layanan.	
11.	Nurudin (2022) ⁵¹	“Mobile Banking Services : Security, Guarantee And Service Credibility On Customer Satisfaction Of Bank Syariah Indonesia”	1. Teori Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Theory)	Temuan studi menunjukkan bahwa sementara variabel kredibilitas memengaruhi kebahagiaan pelanggan secara signifikan, variabel keamanan dan jaminan tidak memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.	1. Aplikasi yang Dikaji 2. Lokasi penelitian 3. Grand theory
12.	Amatun Nur Makmuriyah Dan Kartika Marella Vanni, (2020) ⁵²	“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile	1. Technology Acceptance Model (TAM)	Hipotesis diterima berdasarkan temuan pengujian hipotesis, yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen risiko, fitur layanan, dan	1. Aplikasi yang Dikaji 2. Jenis bank 3. Variabel x

⁵¹ N Huda and M D N Umam, ‘Mobile Banking Services: Security, Guarantee And Service Credibility On Customer Satisfaction Of Bank Syariah Indonesia’,

⁵² Amatun Nur Makmuriyah And Kartika Marella Vanni, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)’, *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5.1 (2020), 37 <<https://doi.org/10.32493/Eduka.V5i1.6362>>.

		Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang) ”		kemudahan penggunaan memiliki dampak substansial terhadap kepuasan konsumen saat menggunakan layanan mobile banking.	
13.	Richard Apaua dan Harjinder Singh Lallieb (2022) ⁵³	“Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications”	1. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)	Menurut hasil penelitian ini, kepuasan pengguna terhadap adopsi dan penggunaan aplikasi mobile banking dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi keamanan.	1. Grand theory 2. Aplikasi yang diteliti 3. Variabel y
14.	Frans Sudirjo, Dominica Maria Ratna Tungga Dewa, Lucky Indra Kesuma, Lilik Suryaningsih dan Eva Yuniarti Utami(2024) ⁵⁴	“Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer	1. User-Centered Design (UCD)	Pengalaman pengguna (user experience) dalam penelitian ini dinilai kurang baik, dengan skor UEQ yang rendah: Attractiveness 0.5, Perspicuity 0.15, Stimulation 0.35, dan Novelty -1.0, yang menunjukkan persepsi buruk.	1. Grand teori 2. Aplikasi yang Dikaji

⁵³ Richard Apaua And Harjinder Singh Lallie, ‘Measuring User Perceived Security Of Mobile Banking Applications’, 2022, 1–36 <[Http://Arxiv.Org/Abs/2201.03052](http://Arxiv.Org/Abs/2201.03052)>.

⁵⁴ Sudirjo. Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application.

		Satisfaction on Banking Mobile Application.”		Skor SUS berada dalam kategori "Not Acceptable," dan Net Promoter Score (NPS) masuk dalam kategori "Detractor," menunjukkan mayoritas pengguna tidak puas dan tidak merekomendasikan aplikasi ini. Kesimpulannya, pengalaman pengguna berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, menandakan perlunya perbaikan mendasar dalam aplikasi.	
15.	Badaruddin dan Risma (2021) ⁵⁵	“Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada	1. Technology Acceptance Model (TAM)	Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat mengadopsi mobile banking dipengaruhi secara positif oleh aspek kemudahan dan layanan.	1. Variabel y 2. Aplikasi yang Dikaji 3. Wilayah penelitian

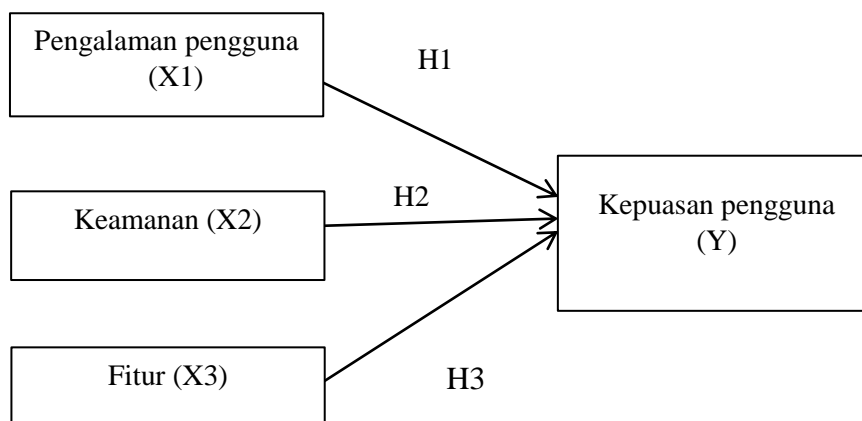
⁵⁵ Badaruddin and Risma, ‘Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) The Influence Of Service Feature And Ease Of Use On Interest Of Using Mobile Banking (Study on the Village Community ’, *Telanaipura Jambi*, 1.1 (2021), 36122.

		Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)			
--	--	--	--	--	--

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka ini digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang memengaruhi pengalaman pengguna, keamanan, dan fitur dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang diuraikan dalam kerangka pemikiran berikut

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

X1 : Variabel pengalaman pengguna

X2 : Variabel keamanan

X3 : Variabel fitur

Y : Variabel kepuasan pengguna

H1 : Pengaruh pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna

H2 : Pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengguna

H3 : Pengaruh fitur terhadap kepuasan pengguna

2.8 Hipotesis

Salah satu definisi hipotesis adalah respons sementara terhadap topik penelitian yang didukung oleh bukti yang diperoleh dari data yang dikumpulkan. Karena hipotesis pada dasarnya adalah solusi jangka pendek yang harus divalidasi, hipotesis dikembangkan setelah masalah tersebut dibahas dalam konteks ilmiah. Alih-alih sekadar muncul, hipotesis dibentuk menggunakan ide-ide yang mendasarinya, penelitian sebelumnya, dan justifikasi logistik. Berikut ini menunjukkan evolusi hipotesis penelitian ini:

1. Hubungan pengalaman pengguna dengan Kepuasan Pengguna

Pengalaman pengguna (*user experience* atau UX) adalah seluruh kesan dan persepsi pengguna selama berinteraksi dengan suatu sistem atau aplikasi. UX mencakup aspek kegunaan, tampilan visual, kemudahan navigasi, hingga respons emosional pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Pengalaman ini menjadi penting karena menentukan apakah pengguna merasa nyaman, tertarik, dan terbantu saat menggunakan aplikasi. UX yang dirancang dengan baik mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan penerimaan terhadap produk digital. Sementara itu, kepuasan pengguna merupakan reaksi emosional pengguna setelah membandingkan harapan mereka terhadap kinerja sistem dengan pengalaman aktual yang mereka alami. Apabila pengalaman pengguna sesuai atau melampaui ekspektasi, maka akan timbul kepuasan. Sebaliknya, pengalaman yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan bahkan menyebabkan pengguna berhenti menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, UX yang positif menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam menerima teknologi. Pengalaman pengguna (UX) berperan penting karena mencerminkan kedua faktor tersebut. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan dan bermanfaat, maka UX dinilai positif, yang mendorong niat untuk terus menggunakan aplikasi. Dengan demikian, UX berkontribusi langsung terhadap kepuasan pengguna melalui persepsi kemudahan dan kegunaan. Oleh karena itu, aplikasi seperti Byond by BSI perlu mengutamakan UX dalam pengembangannya untuk meningkatkan adopsi dan kepuasan pengguna. Kemudian kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991), pengalaman pengguna (UX) dapat memengaruhi sikap terhadap perilaku penggunaan teknologi. Ketika pengguna memiliki pengalaman yang positif aplikasi mudah digunakan, tampilannya menarik, dan fiturnya bermanfaat maka akan terbentuk sikap yang positif terhadap penggunaan aplikasi tersebut.

Sikap positif ini kemudian mendorong niat (*intention*) untuk terus menggunakan aplikasi. Selain itu, UX yang baik juga dapat memperkuat *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan pengguna bahwa mereka mampu dan nyaman dalam menggunakan teknologi tersebut. Jika niat dan kontrol perilaku ini kuat, maka pengguna cenderung melanjutkan penggunaan dan pada akhirnya merasa puas. Dengan demikian, TPB menjelaskan bahwa pengalaman pengguna yang positif berperan penting dalam membentuk perilaku penggunaan yang konsisten dan menghasilkan kepuasan pengguna.⁵⁶

Pratama (2024) mengkaji Hasil penelitian “Analisis User Experience Aplikasi Mobile Banking LivinbyMandiri Menggunakan Metode User Experience Questionnaire” menunjukkan bahwa nilai penilaian keseluruhan aplikasi mobile banking Livin by Mandiri tergolong baik. Skala Daya Tarik, Efisiensi, Ketergantungan, dan Stimulasi memiliki nilai penilaian positif tertinggi, sedangkan skala Kejelasan dan Kebaruan memiliki nilai penilaian terendah.⁵⁷ Azkia dan Jatnika (2025) mengungkapkan bahwa “Pengalaman pengguna berpengaruh positif jika layanan dan produk memenuhi atau melebihi harapan pengguna, sehingga meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan keputusan pembelian.” Namun, jika pengalaman yang diberikan buruk, pengaruhnya menjadi negatif, menurunkan kepuasan, loyalitas, serta potensi pembelian ulang dan rekomendasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pengalaman pengguna agar dampaknya selalu positif. Maka, dapat disimpulkan hipotesis kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.⁵⁸

H1 : Pengalaman pengguna berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

2. Hubungan Keamanan Pengguna dengan Kepuasan Pengguna

Keamanan pengguna merujuk pada perlindungan data pribadi dan informasi sensitif pengguna saat menggunakan suatu sistem, aplikasi, atau layanan digital. Ini mencakup aspek seperti kerahasiaan data, integritas informasi, serta perlindungan dari akses yang tidak sah dan serangan siber. Tingkat kepuasan atau kegembiraan yang dialami pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau layanan dikenal sebagai kepuasan pengguna. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman yang positif, kenyamanan, dan pencapaian tujuan tanpa hambatan. Hubungan antara keduanya sangat erat, karena rasa aman dalam menggunakan suatu layanan digital secara langsung mempengaruhi kepuasan pengguna. Ketika pengguna

⁵⁶ The Theory of Planned Behavior as a Predictor of Growth in Risky College Drinking*, *Stud Alcohol Drugs*, 72.March (2011), 322–32.

⁵⁷ Pratama. Analisis User Experience Aplikasi Mobile Banking LivinbyMandiri Menggunakan Metode User Experience Questionnaire

⁵⁸ Jurnal Disrupsi Bisnis and others, ‘Evaluasi Pengalaman Pengguna (UX) Pada Aplikasi BYOND by BSI’, 8.1 (2025), 61–66.

merasa data mereka terlindungi dengan baik dan tidak khawatir akan kebocoran informasi, mereka cenderung memiliki pengalaman yang lebih positif dan merasa puas. Sebaliknya, jika pengguna merasa tidak aman atau mengalami masalah keamanan seperti kebocoran data atau pencurian identitas, kepuasan mereka akan menurun secara signifikan. Dalam era digital saat ini, keamanan pengguna menjadi salah satu faktor utama dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, perusahaan yang dapat menjamin keamanan data pengguna cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), keamanan pengguna berkaitan erat dengan konstruk *Perceived Usefulness* (PU). Ketika pengguna percaya bahwa suatu sistem aman, mereka cenderung menganggap sistem tersebut bermanfaat karena dapat digunakan tanpa rasa khawatir. Keamanan juga memperkuat keyakinan bahwa teknologi tersebut layak digunakan secara berkelanjutan.⁵⁹ Sementara dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), persepsi terhadap keamanan memengaruhi *Attitude Toward the Behavior* dan *Perceived Behavioral Control*. Jika pengguna memiliki sikap positif terhadap keamanan sistem, serta merasa mampu menggunakannya dengan aman, maka niat mereka untuk terus menggunakan sistem tersebut akan meningkat. Dengan demikian, keamanan menjadi salah satu faktor penting yang tidak hanya menentukan penerimaan teknologi, tetapi juga berdampak langsung pada kepuasan pengguna. Dalam era digital yang semakin kompleks, jaminan terhadap keamanan pengguna tidak hanya menjadi tuntutan teknis, tetapi juga aspek psikologis yang krusial dalam membangun loyalitas dan kepercayaan terhadap layanan digital, termasuk mobile banking berbasis syariah.⁶⁰

Lase (2023) mengungkapkan bahwa “keamanan dan kualitas layanan mobile banking memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah.” Hasil ini menunjukkan bahwa semakin aman layanan perbankan mobile, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.⁶¹ Temuan serupa juga dikemukakan oleh Sani (2024), yang menyatakan bahwa faktor keamanan, kenyamanan, kualitas layanan, dan fitur aplikasi berperan positif dalam meningkatkan kepuasan nasabah pengguna mobile banking di Bank BPRS Dinar Ashri.⁶² Penelitian tersebut memperkuat bahwa keamanan merupakan aspek krusial yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Topik penelitian ini memiliki keamanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap

⁵⁹ Apaua and Lallie. *Technology Acceptance Model (TAM)*

⁶⁰ Icek Ajzen, ‘The Theory of Planned Behavior’, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50.2 (1991), 179–211 <[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)>.

⁶¹ Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Layanan Mobile Banking’, 1, 2024, 18–28.

⁶² Lase, Siagia dan Kepler Sinaga Pengaruh Keamanan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan

kepuasan nasabah Amalia (2022)⁶³ Maka, dapat disimpulkan hipotesis keamanan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

3. Hubungan Fitur Pengguna dengan Kepuasan Pengguna

Fitur aplikasi merujuk pada fungsi dan kemampuan yang disediakan oleh sebuah aplikasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna. Contohnya dalam aplikasi mobile banking adalah fitur transfer dana, cek saldo, pembayaran tagihan, hingga keamanan biometrik. Kepuasan pengguna adalah tingkat kebahagiaan atau kepuasan yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan suatu aplikasi. Kepuasan ini dipengaruhi oleh seberapa baik aplikasi memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna, termasuk kemudahan penggunaan, kinerja, serta kegunaan fitur yang disediakan.

Hubungan antara fitur aplikasi dan kepuasan pengguna sangat erat, karena: Fitur yang relevan dan bermanfaat meningkatkan *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan), yang membuat pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut membantu mereka menyelesaikan tugas dengan lebih efisien, Fitur yang mudah digunakan berkontribusi pada *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan), sehingga pengguna merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi, Inovasi dan kelengkapan fitur dapat meningkatkan kepuasan pengguna, karena memberikan pengalaman yang lebih baik dan memenuhi ekspektasi pengguna terhadap aplikasi modern dan Fitur keamanan yang baik juga berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna, yang berdampak positif pada kepuasan secara keseluruhan.

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), keberadaan dan kualitas fitur aplikasi sangat memengaruhi dua konstruk utama, yaitu “*Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*.” Fitur yang membantu pengguna menyelesaikan tugas secara efisien dan produktif akan meningkatkan persepsi kegunaan (PU), sedangkan fitur yang dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan intuitif akan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU). Kedua persepsi ini secara positif berkontribusi pada penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut.⁶⁴ Sementara dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), fitur yang baik dan inovatif dapat memengaruhi *Attitude Toward the Behavior*, yakni sikap positif pengguna terhadap penggunaan aplikasi. Selain itu, jika fitur dirasa mudah dan aman digunakan, pengguna akan memiliki *Perceived*

⁶³ Ekonomi and others. Pengaruh Fitur M-Banking dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Livin' By Mandiri

⁶⁴ Apaua and Lallie. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Behavioral Control yang tinggi, yang pada akhirnya memperkuat niat serta penggunaan aktual, serta meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Dengan demikian, fitur aplikasi yang relevan, inovatif, dan *user-friendly* menjadi kunci penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan dan membentuk loyalitas pengguna terhadap layanan digital, khususnya dalam konteks mobile banking syariah.⁶⁵

Syahnir (2021) mengungkapkan bahwa dimensi fitur layanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Fitur layanan yang lengkap dan memadai, seperti fitur transaksi dan layanan tambahan lainnya, dapat meningkatkan kepuasan pengguna.⁶⁶ Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan fitur secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. (Hibatullah dan Busman, 2022)⁶⁷. Maka, dapat disimpulkan hipotesis fitur penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

H3 : Fitur pengguna berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

2.9 Electronic Banking (E-Banking)

Industri perbankan saat ini berada dalam arus transformasi digital yang pesat, seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin menuntut layanan cepat, mudah, dan fleksibel, bank-bank mulai mengadopsi berbagai inovasi digital dalam penyediaan layanan mereka. Salah satu contoh nyata penemuan ini adalah perbankan elektronik, atau e-banking, yang merupakan layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan tanpa harus secara fisik mengunjungi kantor cabang. Melalui e-banking, interaksi antara nasabah dan bank dapat dilakukan melalui berbagai media digital seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM), telepon rumah, pesan singkat (SMS), ponsel pintar, hingga jaringan internet. Layanan ini terbagi menjadi beberapa kategori utama yang mencerminkan media komunikasi yang digunakan, yaitu phone banking, SMS banking, internet banking, dan mobile banking. Setiap jenis layanan tersebut dirancang untuk menjawab kebutuhan spesifik nasabah, baik dalam hal pengalaman pengguna, ketersediaan akses, maupun keamanan transaksi. Karena teknologi ini semakin sering digunakan, bank tidak hanya meningkatkan efektivitas operasional tetapi juga menawarkan manfaat substansial dalam hal kemudahan dan kebahagiaan nasabah.

⁶⁵ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50.2 (1991), 179–211 <[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)>.

⁶⁶ Faridha Naila Ulya, Qoyyimah Qoyyimah, and Kharis Fadlullah Hana, 'Analysis Of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service', *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2.2 (2022), 113 <<https://doi.org/10.31958/ab.v2i2.6011>>.

⁶⁷ Hayat and Busman. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus Pt Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar)

Selain itu, ketersediaan layanan digital seperti e-banking sangat penting untuk perluasan inklusi keuangan, yang mengacu pada inisiatif untuk memberikan setiap orang di masyarakat, bahkan mereka yang tinggal di lokasi terpencil atau mereka yang belum terlayani oleh layanan perbankan tradisional, akses ke layanan keuangan formal. E-banking memungkinkan siapa saja yang memiliki perangkat elektronik dan koneksi internet untuk mengakses layanan keuangan dasar seperti menabung, mentransfer dana, membayar tagihan, hingga berinvestasi. Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks ekonomi digital yang semakin berkembang dan membutuhkan sistem keuangan yang tanggap serta efisien. Oleh karena itu, e-banking tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu transaksi, tetapi juga menjadi salah satu pilar utama transformasi perbankan modern. Dalam prosesnya, perbankan digital juga menuntut kolaborasi yang erat antara bank konvensional dengan perusahaan teknologi finansial (fintech) guna menciptakan ekosistem keuangan yang lebih inklusif, responsif, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan masyarakat. Kolaborasi ini menjadi kunci dalam membangun masa depan perbankan yang mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara luas serta mendorong pemerataan akses dan literasi keuangan di era digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian asosiatif adalah metodologi yang digunakan. Pembuatan isu penelitian yang menyelidiki efek atau interaksi antara dua atau lebih variabel dikenal sebagai penelitian asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengklarifikasi dan mengkarakterisasi sejauh mana fitur, keamanan, dan pengalaman pengguna memengaruhi kebahagiaan pengguna.

Dengan pendekatan survei dan kuesioner untuk pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang ditetapkan, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan kemudian dinilai secara kuantitatif atau statistik. Di sisi lain, dengan pendekatan survei, peneliti terus ikut campur dalam proses pengumpulan data dengan menggunakan alat seperti kuesioner, ujian, atau wawancara terstruktur untuk mengumpulkan data dari lingkungan alami (tidak dirancang).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi adalah sekelompok item atau orang dengan ciri tertentu yang dipilih peneliti untuk menjadi topik penelitian guna dipahami dan diambil kesimpulannya. Masyarakat yang bermukim di Kota Semarang dan terdaftar sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan kelompok sasaran penelitian, khususnya para pengguna aplikasi Byond by BSI di wilayah Kantor Regional Semarang dan sekitarnya. Populasi ini mencerminkan tingkat adopsi yang signifikan terhadap layanan digital perbankan di kawasan tersebut, menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh Super App Byond by BSI. Namun demikian, jumlah pasti dari populasi pengguna aplikasi tersebut tidak diketahui secara rinci, sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan sampel dengan asumsi populasi tak terhingga atau tidak diketahui jumlah pastinya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti tetap memperoleh data yang representatif meskipun jumlah populasi secara keseluruhan tidak dapat diidentifikasi secara spesifik.⁶⁸

⁶⁸ ‘Alghazali’, *Proceedings of the 20th USENIX Security Symposium*, 2011, pp. 395–410.

3.2.2 Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap mewakili keseluruhan populasi karena memiliki ciri-ciri tertentu. Pengambilan sampel secara praktis adalah strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini; yaitu metode di mana sampel dipilih secara acak dari antara orang-orang yang ditemui dan dianggap sesuai untuk dijadikan sumber data. Pemilihan sampel masyarakat kota Semarang didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini memiliki posisi strategis, yang ditunjukkan oleh tingginya jumlah pengguna Super App Byond by BSI.

Peneliti menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan 10% untuk menghitung besar sampel karena belum dapat dipastikan berapa jumlah pengguna aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang. Pendekatan ini dipilih karena layanan perbankan digital syariah masih terus berkembang di wilayah tersebut. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu menyusun rencana ke depan untuk meningkatkan layanan perbankan digital syariah.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)
2. Minimal berusia 17 tahun
3. Masyarakat yang berdomisili Kota Semarang
4. Pengguna Super App Byond by BSI.
5. Lama menggunakan layanan BSI

Sampel dalam penelitian ini ditentukan oleh rumus lemeshow, adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Diketahui :

n = Ukuran/Jumlah Sampel yang diperlukan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95 % atau (1,96)

p = Maksimal eror 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error yang dipakai 10%

Diketahui :

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

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } (96)$$

Ukuran sampel penelitian ini adalah 96,04 berdasarkan perhitungan sampel teknik perhitungan lemeshow. Oleh karena itu, peneliti akan membulatkannya menjadi 96 tanggapan dari seluruh komunitas pengguna BSI Byond Kota Semarang.

3.3 Jenis Data

Studi ini mengandalkan data asli. Informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya dikenal sebagai data primer. Untuk studi ini, peneliti terutama berkonsultasi dengan kuesioner Google Form yang menanyakan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Semarang serangkaian pertanyaan terstruktur tentang masalah yang dihadapi dan variabel yang diminati (yaitu, pengalaman pengguna, keamanan, fitur, dan kepuasan pengguna).

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data meliputi survei, penelitian daring, penelitian pustaka, dan observasi. Kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner, yang dalam hal ini diberikan menggunakan Google Form, merupakan sarana pengumpulan data dengan memberikan responden serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk diisi. Kuesioner langsung dikirimkan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Semarang untuk mengumpulkan data. Skala Likert berfungsi sebagai alat penelitian. Alat untuk mengukur fenomena dalam lingkungan sosial dan lingkungan adalah instrumen penelitian. Skala Likert, dengan lima kemungkinan jawaban untuk setiap pertanyaan dan bobot berikut, digunakan untuk menilai hasil kuesioner:

Tabel 3. 1
Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Segala sesuatu yang dipilih peneliti untuk dipelajari guna mengumpulkan data yang kemudian diperiksa dan ditarik kesimpulannya dianggap sebagai variabel penelitian.

Variabel Dependen

Istilah output, kriteria, dan variabel konsekuensi sering digunakan untuk menggambarkan variabel dependen. Variabel-variabel ini muncul atau berdampak karena keberadaan variabel independen. Kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini. Ketika seseorang membandingkan ekspektasi mereka dengan kesan mereka terhadap kinerja atau hasil suatu produk, mereka mungkin merasa puas atau kecewa.

3.3.2.1 Kepuasan Pengguna (Y)

Kepuasan pengguna merupakan persepsi subjektif dan evaluasi keseluruhan yang dilakukan oleh pengguna terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan perbandingan antara harapan awal dan pengalaman aktual setelah penggunaan. Marginingsih (2020) menunjukkan bahwa apabila aplikasi m-banking dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan mampu menyediakan layanan transaksi secara cepat dan aman, maka nasabah akan cenderung merasa puas. Model Technology Acceptance Model (TAM) pun sering digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan secara langsung mempengaruhi niat serta kepuasan penggunaan layanan mobile banking. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan m-

banking yang mencakup aspek teknis dan non-teknis menjadi kunci untuk membangun loyalitas dan kepuasan nasabah.⁶⁹

Variabel Independen

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau mengakibatkan perubahan pada variabel terikat; variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, variabel prediktor, atau variabel anteseden. Dengan kata lain, variabel bebas berfungsi sebagai penentu perkembangan atau perubahan variabel terikat. Tiga faktor bebas diteliti dalam penelitian ini, khususnya:

3.3.2.2 Pengalaman pengguna (X1)

Pengalaman pengguna (user experience atau UX) adalah seluruh kesan dan persepsi pengguna selama berinteraksi dengan suatu sistem atau aplikasi. UX mencakup aspek kegunaan, tampilan visual, kemudahan navigasi, hingga respons emosional pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Pengalaman ini menjadi penting karena menentukan apakah pengguna merasa nyaman, tertarik, dan terbantu saat menggunakan aplikasi. UX yang dirancang dengan baik mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan penerimaan terhadap produk digital. Azkia dan Jatnika (2025) mengungkapkan bahwa Pengalaman pengguna berpengaruh positif jika layanan dan produk memenuhi atau melebihi harapan pengguna, sehingga meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan keputusan pembelian. Namun, jika pengalaman yang diberikan buruk, pengaruhnya menjadi negatif, menurunkan kepuasan, loyalitas, serta potensi pembelian ulang dan rekomendasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pengalaman pengguna agar dampaknya selalu positif. Dalam konteks ini, pengalaman pengguna dapat dikaitkan erat dengan dua komponen utama dalam TAM. Ketika pengguna merasa bahwa sistem mudah digunakan (ease of use) dan memberikan manfaat nyata (usefulness), maka pengalaman pengguna dinilai positif. UX yang baik

⁶⁹ Nawangsari. Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)

secara otomatis meningkatkan persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan teknologi, yang kemudian memperkuat niat pengguna untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Dengan kata lain, UX menjadi perwujudan praktis dari faktor-faktor yang terdapat dalam model TAM.

3.3.2.3 Keamanan (X2)

Keamanan adalah persepsi pengguna mengenai efektivitas sistem dalam melindungi data, transaksi, dan informasi pribadi dari ancaman seperti serangan siber, pencurian data, atau akses tidak sah. Lase (2023) yang menemukan bahwa peningkatan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara operasional, variabel keamanan dapat diukur melalui indikator seperti implementasi enkripsi data, keandalan sistem otentikasi, efektivitas mekanisme deteksi dan pencegahan intrusi, serta perlindungan data pribadi. Pengukuran dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert, yang memungkinkan responden menilai sejauh mana mereka merasa aman saat menggunakan layanan perbankan digital.⁷⁰

3.3.2.4 Fitur (X3)

Fitur merupakan fungsi atau komponen dalam suatu sistem yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna serta meningkatkan nilai guna dan kenyamanan penggunaan. Dalam konteks perbankan digital, fitur meliputi berbagai layanan seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran tagihan, notifikasi transaksi, serta mekanisme keamanan tambahan seperti otentikasi dua faktor. Marliza (2021), Menyatakan bahwa fitur layanan adalah berbagai fasilitas yang disediakan oleh penyedia layanan pembayaran elektronik untuk memenuhi kebutuhan transaksi pengguna, termasuk kemudahan akses, keamanan, dan variasi layanan yang ditawarkan.⁷¹

⁷⁰ Ramadhika Dwi Poetra, 'Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local', 1.69 (2019), 5–24. Pengaruh Keamanan dan Kualitas Layanan Mobile Banking

⁷¹ Poon 2021 Indikator-indikator fitur.

Tabel 3. 2
Definisi Konseptual Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
	Pengalaman pengguna (X1)	(Dr. Martin Screpp, 2014) 1) Attractiveness (Daya Tarik) 2) Perspicuity (Kejelasan) 3) Novelty (Kebaruan) ⁷²	Likert
	Keamanan (X2)	(Danang, 2024) 1. Kerahasiaan 2. Integritas 3. Ketersediaan ⁷³	Likert
	Fitur (X3)	Poon (2008) 1. Kemudahan akses informasi mengenai produk dan jasa 2. Keberagaman fitur 3. Inovasi produk ⁷⁴	Likert
	Kepuasan pengguna (Y)	Tjiptono (2006) 1. Kesesuaian Nasabah 2. Minat menggunakan ulang 3. Keseterdiaan merekomendasikan. ⁷⁵	Likert

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengorganisasian data menurut variabel dan kategori responden, menabulasikan data dari semua responden menurut variabel, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk

⁷² .dr. Martin screpp 2024 indikator UX

⁷³ Danang 2024. Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Wallet Dana Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kota Bandar Lampung)

⁷⁴ Poon (2008). Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Elektronik Gopay

⁷⁵ ‘Tjiptono(2006). Indikator-indikator kepuasan pengguna

mengevaluasi hipotesis yang telah dikembangkan. Perangkat lunak SPSS versi 26 digunakan untuk menangani dan menganalisis data dalam penelitian ini. Perangkat lunak ini digunakan untuk menghitung nilai statistik menggunakan pengujian regresi berganda, pengujian statistik deskriptif, pengujian kualitas data, pengujian asumsi tradisional, dan pengujian hipotesis. Untuk membuat data yang terkumpul lebih mudah diinterpretasikan, tabel dan grafik akan digunakan dalam penyajiannya.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Data dapat dideskripsikan atau dijelaskan menggunakan statistik deskriptif, yang didasarkan pada nilai rata-rata, simpangan baku, varians, nilai maksimum, dan nilai terendah. Data dapat dibuat lebih mudah dipahami dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menampilkannya dengan cara yang lebih jelas.

3.4.2 Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data adalah prosedur yang digunakan untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan melalui alat penelitian (seperti survei atau kuesioner) memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Sementara pengujian reliabilitas menguji konsistensi dan stabilitas hasil jika pengukuran diulang, pengujian validitas berusaha menentukan apakah instrumen mengukur konsep atau variabel yang diinginkan dengan tepat. Proses ini sering melibatkan analisis statistik seperti uji koefisien Cronbach's Alpha, uji faktor, dan analisis korelasi antar item, sehingga temuan penelitian dapat dipercaya dan diinterpretasikan dengan tepat.

3.4.2.1 Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk menentukan apakah kuesioner dapat diandalkan untuk menilai variabel yang sedang diselidiki. Jika pertanyaan dalam instrumen atau kuesioner dapat memberikan wawasan tentang fitur yang ingin dinilai oleh instrumen tersebut, maka instrumen atau kuesioner tersebut dianggap valid. Dengan membandingkan nilai r yang dihitung dengan r tabel, pengujian signifikansi dilakukan. Uji signifikansi koefisien korelasi sering dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 untuk memastikan apakah suatu item sesuai untuk digunakan. Jika ada hubungan yang substansial antara suatu item

dan skor keseluruhan, itu dianggap asli. Item pertanyaan atau variabel dianggap valid jika nilai r yang dihitung lebih tinggi dari r tabel dan memiliki nilai positif. Di sisi lain, item atau variabel dianggap tidak valid jika r yang dihitung lebih kecil dari r tabel.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Tingkat di mana kuesioner dapat berfungsi sebagai indikasi variabel atau konsep ditentukan oleh keandalannya. Jika respons responden terhadap klaim kuesioner konstan atau stabil sepanjang waktu, kuesioner dianggap dependen. Tujuan dari uji keandalan adalah untuk mengukur seberapa konsisten hasil pengukuran kuesioner bertahan dari waktu ke waktu. Jika responden memberikan jawaban yang konsisten dan tidak acak untuk setiap pertanyaan, respons tersebut dianggap dependen. Pendekatan Cronbach Alpha, yang menilai keakuratan alat ukur seperti kesulitan pekerjaan, tekanan kepatuhan, pengetahuan auditor, dan penilaian audit, digunakan dalam penelitian ini untuk menguji keandalan. Suatu pertanyaan atau variabel dianggap dapat dipercaya jika nilai Cronbach Alpha-nya lebih dari 0,70, menurut standar yang ditetapkan oleh Ghozali (2018). Sebaliknya, pertanyaan dianggap tidak dapat dipercaya jika skor Cronbach Alpha kurang dari 0,70. Dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 26, keandalan formulasi Cronbach Alpha dihitung. Jika dibuat sebagai tabel, akan terlihat seperti ini:

Tabel 3. 3
Tingkat Reabilitas

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
$> 0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel
$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

3.5 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah teknik untuk memverifikasi bahwa data yang diperoleh memenuhi prasyarat untuk analisis regresi linier berganda. Pengujian ini mencakup Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

3.5.1 Uji Normalitas

Teknik statistik yang disebut uji normalitas digunakan untuk memastikan apakah data berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal. Nilai modus, mean, dan median berada di dekat pusat distribusi, yang menunjukkan simetri dalam distribusi normal. Proses ini sering digunakan untuk memeriksa apakah data ordinal, interval, dan rasio memiliki distribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov, yang memiliki kriteria evaluasi berikut, digunakan dalam pekerjaan ini untuk melakukan uji kenormalan: 1. Data dianggap terdistribusi secara teratur jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. 2. Data dianggap terdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05.

3.5.2. Uji Multikolinieritas

Untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi berkorelasi, uji multikolinearitas digunakan. Biasanya terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Nilai VIF digunakan untuk menentukan apakah terdapat masalah multikolinearitas. Multikolinearitas tidak menjadi masalah jika nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10.

3.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan apakah varians residual model regresi konsisten di seluruh data, uji heteroskedastisitas digunakan. Uji ini disebut homoskedastisitas jika varians residual konstan di seluruh pengamatan dan disebut heteroskedastisitas jika varians bervariasi di antara pengamatan.

3.6 Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Dampak masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen diperiksa menggunakan uji parsial (uji-t). Uji parsial dengan ambang signifikansi 0,05, atau 5%, digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah kriteria pengujian berdasarkan tingkat signifikansi:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Tujuan dari uji pengaruh bersama adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen memiliki dampak simultan terhadap variabel dependen. Uji statistik F digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi 0,05. Semua faktor independen yang digabungkan memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi penelitian kurang dari 0,05 atau jika F hitung lebih tinggi dari F tabel. Berikut ini adalah ketentuannya:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ dan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengevaluasi seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan varians variabel dependen secara parsial atau bersamaan. Dalam model regresi, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kesesuaian. Nilai R^2 berada di antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians variabel dependen berkurang jika nilai R^2 rendah. Di sisi lain, variabel independen dapat menyediakan hampir semua data yang diperlukan untuk memperkirakan perubahan variabel dependen jika nilai R^2 mendekati 1.

3.6.4 Regresi Linier Berganda

Teknik untuk menentukan hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen adalah analisis regresi linier berganda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana faktor-faktor independen memengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari “Pengalaman Pengguna (X1), Keamanan (X2), dan Fitur (X3), sedangkan variabel dependen (Y) adalah Kepuasan Pengguna.”

Model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan pengguna

α = Konstanta

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

X1 = Pengalaman Pengguna

X2 = Keamanan

X3 = Fitur

e = eror

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk, atau yang dikenal dengan singkatan BSI, resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021 sebagai hasil dari penggabungan tiga bank syariah milik “Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah.” Ketiga bank tersebut sebelumnya beroperasi secara terpisah sebagai unit syariah dari bank induk mereka, yakni BRI, Mandiri, dan BNI. Penggabungan ketiga bank syariah ini merupakan bagian dari langkah strategis pemerintah Indonesia melalui Kementerian BUMN dan didukung oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Tujuan dari konsolidasi ini adalah untuk menciptakan bank syariah nasional yang kuat, efisien, dan berdaya saing tinggi, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dalam struktur merger tersebut, PT Bank BRI Syariah Tbk. ditetapkan sebagai entitas yang menerima penggabungan (*surviving entity*). Sementara itu, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah melebur ke dalamnya. Proses ini dilakukan setelah memperoleh persetujuan dari OJK, BEI, serta para pemegang saham dari masing-masing bank.

BSI dibentuk dengan visi untuk menjadi bank syariah pilihan utama masyarakat Indonesia dan sekaligus pemain global dalam industri perbankan Islam. Dengan tagline “Embrace the Future” BSI berupaya menjadi bank modern yang tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah, sambil mengadopsi teknologi digital dan inovasi keuangan. Pasca merger, BSI langsung menempati posisi sebagai bank syariah terbesar di Indonesia dengan total aset awal melebihi Rp 240 triliun. Selain itu, BSI memiliki jaringan layanan yang luas, dengan lebih dari 1.200 kantor cabang di seluruh Indonesia serta layanan digital yang terintegrasi.

BSI tidak hanya menggabungkan kekuatan dari sisi keuangan, tetapi juga menyatukan sumber daya manusia, sistem informasi, serta basis nasabah yang sangat besar. Dengan demikian, BSI memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat, termasuk segmen milenial dan pelaku usaha kecil menengah (UMKM). Dalam operasionalnya, BSI berpegang pada prinsip-prinsip syariah yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Setiap produk dan layanan yang ditawarkan

BSI harus sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), sehingga menjaga kehalalan dan keberkahan transaksi yang dilakukan nasabah.

Komitmen BSI terhadap digitalisasi juga menjadi prioritas utama. Melalui platform seperti BSI Mobile dan layanan perbankan digital lainnya, BSI menyediakan kemudahan akses bagi nasabah untuk melakukan transaksi, membuka rekening, dan menggunakan berbagai fitur keuangan dengan tetap berlandaskan prinsip syariah. BSI juga memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini diwujudkan melalui pembiayaan kepada sektor-sektor produktif seperti UMKM, ekonomi pesantren, serta pengelolaan dana sosial Islam seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) secara produktif. Dalam jangka panjang, BSI diarahkan untuk menjadi motor penggerak dalam mewujudkan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Dengan kapasitasnya yang besar, jaringan luas, serta inovasi yang terus berkembang, BSI diharapkan mampu membuktikan bahwa perbankan syariah dapat bersaing secara profesional dan modern di era globalisasi.⁷⁶

4.1.2 Makna Logo Pt. Bank Syariah Indonesia Tbk.



1. Bintang Bersudut Lima

Makna : Simbol dari lima sila Pancasila dan lima rukun Islam.

Pesan : Menunjukkan bahwa BSI menjunjung tinggi nilai-nilai kebangsaan dan spiritualitas Islam sebagai fondasi operasionalnya.

2. Warna Hijau dan Putih

Hijau : Melambangkan harapan dan keberkahan.

Putih : Melambangkan kesucian dan kebersihan.

Pesan : ini mencerminkan komitmen BSI dalam memberikan layanan berkualitas yang sesuai dengan prinsip syariah.

⁷⁶ Bank Syariah Indonesia, 'Sejarah PT.BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.' <<https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>>.

3. Tulisan "BSI"

Makna: Akronim dari Bank Syariah Indonesia.

Pesan: Identitas yang menegaskan bahwa BSI adalah institusi keuangan syariah.

Filosofi dan Nilai-nilai Logo BSI

4. Representasi Indonesia

Logo juga menjadi simbol bahwa BSI adalah bagian dari kemajuan ekonomi nasional, khususnya dalam pengembangan ekonomi syariah.

5. Nilai-nilai Inti BSI

Kesetaraan: Pelayanan yang adil bagi semua nasabah.

Kejujuran: Transparansi dan etika dalam setiap transaksi.

Inovasi: Pembaruan berkelanjutan dalam produk dan layanan syariah.

6. Pesan Keseluruhan Logo

1. BSI adalah bank yang berorientasi pada nilai, bukan hanya keuntungan finansial, tetapi juga nilai sosial, spiritual, dan nasionalisme.
2. BSI ingin menjadi mitra terpercaya yang membawa manfaat luas bagi masyarakat.

4.1.3 Visi Dan Misi Pt Bank Syariah Indonesia Tbk.

VISI

TOP 10 Global Islamic Bank

MISI

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Budaya kerja Bank Syariah Indonesia (BSI) didasarkan pada core values AKHLAK, yaitu: Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif. BSI juga menerapkan 18 Panduan Perilaku Insan BSI yang menjadi panduan dan karakter bagi seluruh karyawannya. Selain itu, BSI juga berupaya untuk terus mendorong budaya inovasi dalam seluruh unit kerjanya. Salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mendorong inovasi

adalah "*Leap To Leap Innovation Challenge*". Setiap unit kerja diwajibkan memiliki minimal satu inovasi, baik yang sudah terimplementasi maupun yang masih berupa ide.⁷⁷

4.2 Deskriptif Data Responden

Data primer digunakan dalam penelitian ini. Formulir Google digunakan untuk mendistribusikan survei kepada responden guna mengumpulkan data primer. Sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, 96 responden akan mendapatkan survei. Peneliti akan memberikan rincian tentang responden penelitian dalam penjelasan ini.

4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel berikut menyajikan informasi tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dikumpulkan dari kuesioner yang diberikan kepada responden:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	35	36,5%
2.	Perempuan	61	63,5%
Jumlah			100%

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.1, Dapat disimpulkan bahwa responden kuesioner penelitian mayoritas adalah perempuan, yaitu sebesar 63,5% atau 61% dari total responden, sedangkan laki-laki sebesar 36,5% atau 35% dari total responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kuesioner penelitian adalah perempuan.

Pengaruh pengalaman pengguna, keamanan, dan fitur aplikasi memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan perbankan syariah, khususnya dalam konteks penggunaan aplikasi Superapp (Byond) di Kota Semarang. Ketiga faktor tersebut dapat menciptakan pengalaman layanan yang lebih optimal, mendorong kepercayaan nasabah, serta memperkuat loyalitas terhadap produk digital perbankan. Oleh karena itu, pengembangan sistem yang mengutamakan kenyamanan penggunaan, perlindungan data, dan

⁷⁷ https://ir.bankbsi.co.id/corporate_values.html, 'Nilai Nilai Perusahaan BSI'.

kelengkapan fitur menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara menyeluruh.

4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh dari distribusi kuesioner dan ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
Valid	17-20 tahun	9	9,4	9,4	9,4
	21-30 tahun	73	76,0	76,0	85,4
	41-50 tahun	14	14,6	14,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 2026, 2025

Berdasarkan tabel 4.2, Diketahui bahwa mayoritas responden 73 orang, atau sekitar 76% dari total berusia antara 20 dan 30 tahun. Dengan 14 tanggapan, atau 14,6% dari total, responden berusia antara 41 dan 50 tahun merupakan kelompok usia terbesar kedua. Sebaliknya, sembilan responden, atau 9,4% dari total, berusia di atas dua puluh tahun. Tidak terdapat responden yang berasal dari kelompok usia di bawah 50 tahun secara terpisah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelompok usia 20–30 tahun merupakan kelompok usia dominan dalam penelitian ini.

Karakteristik berdasarkan usia memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan Islam, terutama dalam hal fungsionalitas aplikasi, keamanan, dan pengalaman pengguna. Terdapat dua kelompok utama berdasarkan usia, yaitu:

1. Kelompok usia muda umumnya lebih cepat beradaptasi dengan teknologi digital, sehingga lebih sensitif terhadap kemudahan navigasi, kenyamanan dalam penggunaan aplikasi, dan keberagaman fitur yang ditawarkan. Kelompok ini cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman digital yang intuitif dan aman.
2. Sementara itu, kelompok usia dewasa lebih mengutamakan aspek keamanan dan keandalan dalam penggunaan aplikasi. Mereka juga

cenderung memberikan penilaian yang lebih matang terhadap fitur yang bersifat fungsional serta kemudahan dalam mengakses layanan yang relevan dengan kebutuhan finansial mereka.

Perbedaan karakteristik ini menunjukkan pentingnya pengembangan layanan perbankan syariah yang adaptif terhadap kebutuhan lintas usia, dengan mengedepankan pengalaman pengguna yang positif, keamanan yang kuat, dan fitur aplikasi yang sesuai, guna meningkatkan kepuasan nasabah secara menyeluruh.

4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel berikut menampilkan karakteristik responden tergantung pada pendidikan sebelumnya, seperti yang ditunjukkan oleh temuan survei:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		PENDIDIKAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	24	25,0	25,0	25,0
	Pascasarjana	1	1,0	1,0	26,0
	Sarjana	31	32,3	32,3	58,3
	SMA/Sederajat	37	38,5	38,5	96,9
	SMP/Sederajat	3	3,1	3,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.3, Diketahui bahwa lulusan SMA yang berjumlah 37 orang atau sekitar 38,5% dari total responden mendominasi karakteristik responden berdasarkan pengalaman pendidikan terakhir mereka. Dengan 31 tanggapan atau 32,3% dari total, kelompok dengan pendidikan terakhir pada jenjang sarjana berada di urutan kedua. Selain itu, 24 responden atau 25% merupakan pemegang diploma. Hanya satu responden atau 1% dari sampel yang memiliki pendidikan lebih dari pascasarjana, sementara tiga responden atau 3,1% dari sampel hanya menamatkan SMP. Tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir tingkat SD. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

mayoritas responden yang mengisi kuesioner berasal dari latar belakang pendidikan terakhir tingkat SMA.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan memberikan pengaruh yang beragam terhadap persepsi mereka terhadap pengalaman pengguna, keamanan, dan fitur aplikasi dalam layanan perbankan syariah, yang secara langsung berdampak pada tingkat kepuasan nasabah. Terdapat dua kelompok utama berdasarkan jenjang pendidikan:

1. Kelompok berpendidikan tinggi (Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana) cenderung lebih kritis dalam mengevaluasi tingkat keamanan aplikasi, kualitas pengalaman pengguna, dan kelengkapan fungsionalitas yang disediakan karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknologi, kemampuan analitis yang kuat, dan keterampilan evaluasi. Hal ini membuat mereka lebih peka terhadap aspek fungsionalitas dan keandalan sistem digital perbankan, yang berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan mereka.
2. Sementara itu, kelompok dengan pendidikan menengah atau rendah (SMP dan SMA), meskipun mungkin memerlukan waktu adaptasi lebih lama terhadap teknologi digital, tetap dapat merasakan manfaat dari pengalaman pengguna yang sederhana, keamanan yang jelas, dan fitur yang mudah diakses. Dengan dukungan pelatihan dan edukasi tambahan, kelompok ini juga dapat memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan aplikasi perbankan syariah.

Dengan demikian, tingkat pendidikan berperan penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap layanan digital, namun penyedia layanan tetap perlu memastikan bahwa aplikasi perbankan dirancang secara inklusif agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna dari berbagai latar belakang pendidikan.

4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang meliputi karakteristik responden menurut tempat tinggalnya, khususnya:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

		ALAMAT			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Kec.Banyumanik	1	1,0	1,0	1,0
	Kec.Candisari	2	2,1	2,1	3,1
	Kec.Gajahmungkur	1	1,0	1,0	4,2
	Kec.Gayamsari	3	3,1	3,1	7,3
	Kec.Genuk	3	3,1	3,1	10,4
	Kec.Ngaliyan	1	1,0	1,0	11,5
	Kec.Pedurungan	1	1,0	1,0	12,5
	Semarang Barat	15	15,6	15,6	28,1
	Semarang Selatan	19	19,8	19,8	47,9
	Semarang Tengah	13	13,5	13,5	61,5
	Semarang Timur	14	14,6	14,6	76,0
	Semarang Utara	19	19,8	19,8	95,8
	Kec.Tembalang	1	1,0	1,0	96,9
	Kec.Tugu	3	3,1	3,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.4, responden dalam penelitian ini tersebar di 16 kecamatan di wilayah Kota Semarang. Kecamatan dengan jumlah responden terbanyak adalah Semarang Utara dan Semarang Selatan, masing-masing sebanyak 19 orang atau 19,8%. Disusul oleh Kecamatan Semarang Barat sebanyak 15 responden (15,6%) dan Semarang Timur sebanyak 14 responden (14,6%). Kecamatan Semarang Tengah tercatat menyumbang 13 responden atau 13,5%.

Responden dari wilayah Kec.Gayamsari berjumlah 3 orang (3,1%), diikuti oleh Kec.Genuk dengan 6 responden (6,3%). Kecamatan dengan jumlah responden yang lebih sedikit di antaranya adalah Kec.Gajahmungkur dan Kec.Candisari, masing-masing 2 responden (2,1%), serta Kec.Pedurungan, Kec.Tembalang, dan Kec.Banyumanik yang masing-masing menyumbang 1 responden (1%). Kec.Ngaliyan juga mencatatkan 1 responden (1%), sedangkan Tugu memiliki 3 responden (3,1%). Adapun Kec.Mijen dan Kec.Gunungpati tidak memiliki responden dalam penelitian ini. Dari hasil

tersebut dapat disimpulkan bahwa partisipasi responden paling tinggi berasal dari wilayah pusat dan utara Kota Semarang, yang kemungkinan dipengaruhi oleh tingkat kepadatan penduduk dan kemudahan akses terhadap teknologi informasi di wilayah tersebut.

Domisili memengaruhi tingkat wawasan, kebiasaan, dan kenyamanan responden dalam mengakses layanan digital bank syariah. Perbedaan akses teknologi dan frekuensi penggunaan aplikasi membentuk pandangan terhadap fitur, keamanan, dan pengalaman pengguna. Dampaknya terlihat pada kepuasan, kualitas layanan, dan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, memahami domisili membantu penyusunan strategi layanan yang adaptif dan merata.

4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama menggunakan layanan BSI

Berikut ini adalah hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang berdasarkan lama menggunakan layanan BSI, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menggunakan layanan BSI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	15	15,6	15,6	15,6
	> 6 tahun	5	5,2	5,2	20,8
	1-3 tahun	49	51,0	51,0	71,9
	3-4 tahun	27	28,1	28,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 26, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.5 , Mayoritas responden 49 orang, atau 51% dari total mengetahui bahwa mereka telah menggunakan layanan BSI selama satu hingga tiga tahun. Selain itu, 27 responden (28,1%) telah menjadi nasabah BSI selama tiga hingga empat tahun. Lima belas responden, atau 15,6% dari total, baru menggunakan layanan BSI selama kurang dari satu tahun. Lima responden, atau 5,2% dari sampel, telah menggunakan layanan tersebut selama lebih dari enam tahun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merupakan pengguna aktif yang telah menggunakan layanan BSI dalam jangka waktu menengah, yaitu antara 1 hingga 4 tahun, yang

menunjukkan tingkat kedekatan dan pengalaman yang cukup dalam berinteraksi dengan layanan perbankan syariah BSI.

Lama penggunaan layanan BSI memengaruhi seberapa dalam pengguna berinteraksi dengan aplikasi, yang berdampak pada penilaian terhadap kenyamanan, keamanan, dan fitur. Pengguna lama biasanya lebih mampu menilai kualitas layanan dan membangun kepercayaan serta kepuasan. Karena itu, memahami durasi penggunaan penting untuk mengembangkan aplikasi yang sesuai bagi pengguna baru maupun yang sudah lama.

4.3 Uji Kualitas data

4.3.1 Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk menilai seberapa baik instrumen kuesioner peneliti mengukur variabel yang diselidiki dan mengumpulkan data yang dapat diandalkan dari partisipan. Validitas instrumen dapat diketahui melalui perbandingan antara nilai R_{hitung} dan R_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka instrument penelitian dikatakan valid.
2. Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka instrument penelitian dikatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Dengan jumlah responden sebanyak 98 orang, maka derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 96$. Nilai R -tabel adalah 0,2006. Dengan demikian, butir soal dianggap valid jika R hitung lebih besar dari nilai R tabel dan tidak valid jika R hitung lebih kecil. Dapatkan informasi yang dapat diandalkan dari peserta.

1. Variabel Pengalaman Pengguna (X1)

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Pengalaman Pengguna (X1)

Variabel	Item	Sig.	R-hitung	R-tabel	Ket.
Pengalaman Pengguna (X1)	X1.1	0,000	0,358	0,2006	Valid
	X1.2	0,000	0,455	0,2006	Valid
	X1.3	0,000	0,333	0,2006	Valid
	X1.4	0,000	0,443	0,2006	Valid
	X1.5	0,000	0,374	0,2006	Valid
	X1.6	0,000	0,466	0,2006	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel Pengalaman Pengguna (X1) menunjukkan bahwa “semua item pertanyaan dari kuesioner pada variabel (X1) dapat dinyatakan valid karena Rhitung lebih besar dari pada Rtabel 0,2006 dengan signifikan kurang dari 0,05.”

2. Variabel Keamanan (X2)

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Keamanan (X2)

Variabel	Item	Sig.	Rhitung	Rtabel	Ket.
Keamanan (X2)	X2.1	0,000	0,490	0,2006	Valid
	X2.2	0,000	0,360	0,2006	Valid
	X2.3	0,000	0,540	0,2006	Valid
	X2.4	0,000	0,328	0,2006	Valid
	X2.5	0,000	0,419	0,2006	Valid
	X2.6	0,000	0,470	0,2006	Valid

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.7 hasil dari uji validitas variabel Keamanan (X2) yang menunjukkan bahwa “semua item pertanyaan dari koesioner pada variabel (X2) dapat dinyatakan valid karena Rhitung lebih besar dari pada Rtabel 0,2006 dengan dignifikan kurang dari 0,05.”

3. Variabel Fitur (X3)

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Fitur (X3)

Variabel	Item	Sig.	Rhitung	Rtabel	Ket.
Fitur (X3)	X3.1	0,000	0,377	0,2006	Valid
	X3.2	0,000	0,526	0,2006	Valid
	X3.3	0,000	0,275	0,2006	Valid
	X3.4	0,000	0,280	0,2006	Valid
	X3.5	0,000	0,294	0,2006	Valid
	X3.6	0,000	0,318	0,2006	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas variabel Fitur (X3) menunjukkan bahwa “semua item pertanyaan dari kuesioner pada variabel (X1) dapat dinyatakan valid karena Rhitung lebih besar dari pada Rtabel 0,1966 dengan signifikan kurang dari 0,05.”

4. Varabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)

Variabel	Item	Sig.	Rhitung	Rtabel	Ket.
Kepuasan pengguna (Y)	Y.1	0,000	0,469	0,2006	Valid
	Y.2	0,000	0,366	0,2006	Valid
	Y.3	0,000	0,340	0,2006	Valid
	Y.4	0,000	0,599	0,2006	Valid
	Y.5	0,000	0,423	0,2006	Valid
	Y.6	0,000	0,296	0,2006	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil uji validitas Kepuasan Nasabah (Y) yang menunjukkan bahwa “semua item pertanyaan dari kuesioner pada varaiabel (Y) dapat dinyatakan valid karena Rhitung lebih besar dari pada Rtabel 0,2006 dengan signifikan kurang dari 0,05.”

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kapasitas perangkat untuk secara konsisten menghasilkan hasil yang sama meskipun telah diuji berulang kali. Pendekatan Cronbach's Alpha (α) dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Instrumen dianggap kredibel jika skor Cronbach's Alpha (α) lebih besar dari 0,70. Pengujian konsistensi dalam penggunaan alat atau alat yang tidak berubah meskipun sering digunakan pada berbagai periode dikenal sebagai pengujian reliabilitas. Berikut ini adalah hasil perhitungan yang dilakukan dengan perangkat lunak SPSS versi 25:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	$\alpha > 0,70$		Ket.
		Cronbach's Alpha (α)	Nilai Batas (0,70)	
1.	Pengalaman pengguna (X1)	0,854	0,70	Reliabel
2.	Keamanan (X2)	0,802	0,70	Reliabel
3.	Fitur(X3)	0,887	0,70	Reliabel
4.	Kepuasan pengguna (Y)	0,799	0,70	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* (α), yaitu :

- Variabel Pengalaman pengguna (X1) $\alpha = 0,854$ yang artinya $\alpha > 0,70$, maka variabel Pengalaman pengguna dapat dinyatakan reliabel.
- Variabel Keamanan (X2) $\alpha = 0,802$ yang artinya $\alpha > 0,70$, maka variabel Keamanan dapat dinyatakan reliabel.
- Variabel Fitur (X3) $\alpha = 0,887$ yang artinya $\alpha > 0,70$, maka variabel Fitur dapat dinyatakan reliabel.
- Variabel Kepuasan pengguna (Y) $\alpha = 0,799$ yang artinya $\alpha > 0,70$, maka variabel Kepuasan pengguna dapat dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Pada pengujian asumsi klasik ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

4.4.1 Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah data yang diteliti dalam penelitian ini normal atau tidak, digunakan uji normalitas. Distribusi residual terstandarisasi ditampilkan dalam gambar p-plot. Data tersebar di sepanjang garis sumbu diagonal, menurut temuan statistik. Hal ini menunjukkan distribusi yang terdistribusi secara teratur untuk nilai residual. Menurut hasil uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel untuk normalitas, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan pengujian terpenuhi; sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data tidak terdistribusi normal dan pengujian tidak terpenuhi. Tabel uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel di bawah ini menggambarkan hal ini:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,20814644
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,079
	Negative	-,107
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,083 ^c

a. Test distribution is Normal.

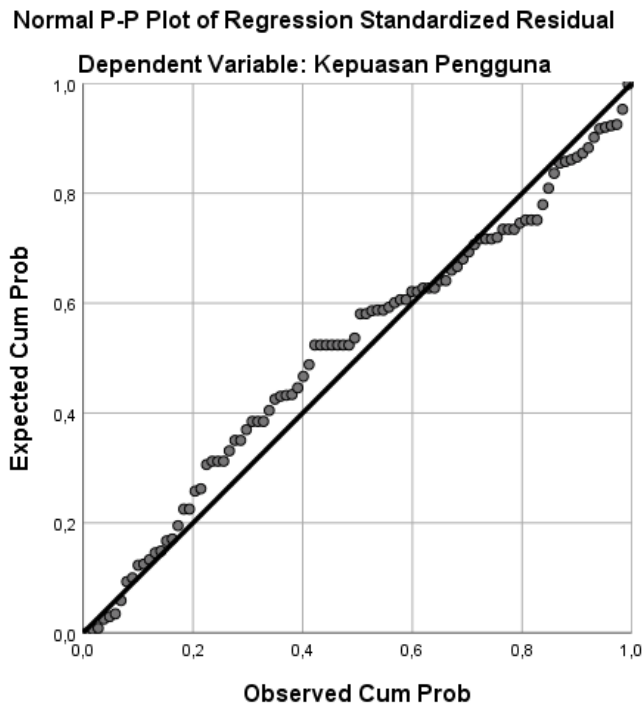
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas juga dapat menggunakan teknik plot probabilitas normal dan pendekatan histogram, yaitu sebagai berikut, selain metode uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel:

Gambar 4.2

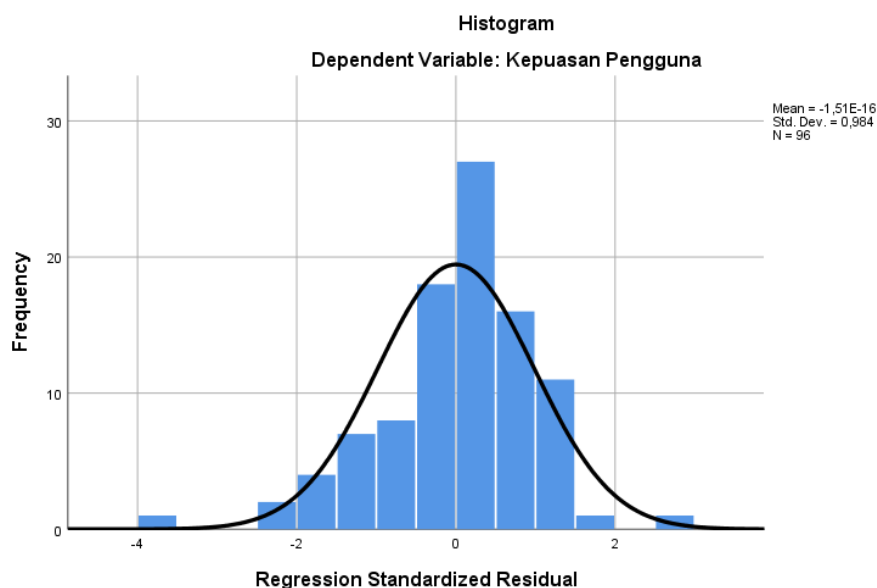
Hasil Uji Normal Probability Plot



Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada gambar 4.2, Jika titik-titik pada gambar tersebar di sekitar garis diagonal dan distribusinya mengikuti garis diagonal, pengujian menggunakan teknik Normal Probability Plot dapat dianggap normal, yang menunjukkan bahwa model regresi memenuhi kondisi normalitas. Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas menggunakan pendekatan histogram:

Gambar 4.3
Hasil Uji Histogram



Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada gambar 4.3, bahwa karena data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti lintasan garis grafik histogram, maka teknik histogram pada variabel Y (kebahagiaan pelanggan) dapat dikatakan normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel independen (X) dalam model regresi. Nilai toleransi dan kebalikannya, faktor inflasi varians (VIF), menunjukkan adanya uji multikolinearitas. Multikolinearitas tidak terjadi jika nilai toleransi lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Berikut adalah temuan uji multikolinearitas yang dilakukan dengan SPSS versi 25:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,004		
Pengalaman Pengguna	,237	,716	1,396
Keamanan	,237	,823	1,215
Fitur	,609	,763	1,311

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.12 nilai tolerance adalah sebagai berikut:

- Nilai *tolerance* variabel pengalaman pengguna (X_1) sebesar 0,716 atau 0,716 > 0,1.
- Nilai *tolerance* variabel keamanan (X_2) sebesar 0,823 atau 0,823 > 0,1.
- Nilai *tolerance* variabel fitur (X_3) sebesar 0,763 atau 0,763 > 0,1.

Kemudian pada nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah sebagai berikut:

- Nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel pengalaman pengguna (X_1) sebesar 1,396 atau 1,396 < 10.
- Nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel keamanan (X_2) sebesar 1,215 atau 1,215 < 10.
- Nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel fitur (X_3) sebesar 1,311 atau 1,311 < 10.

Mengingat nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat dikatakan data tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

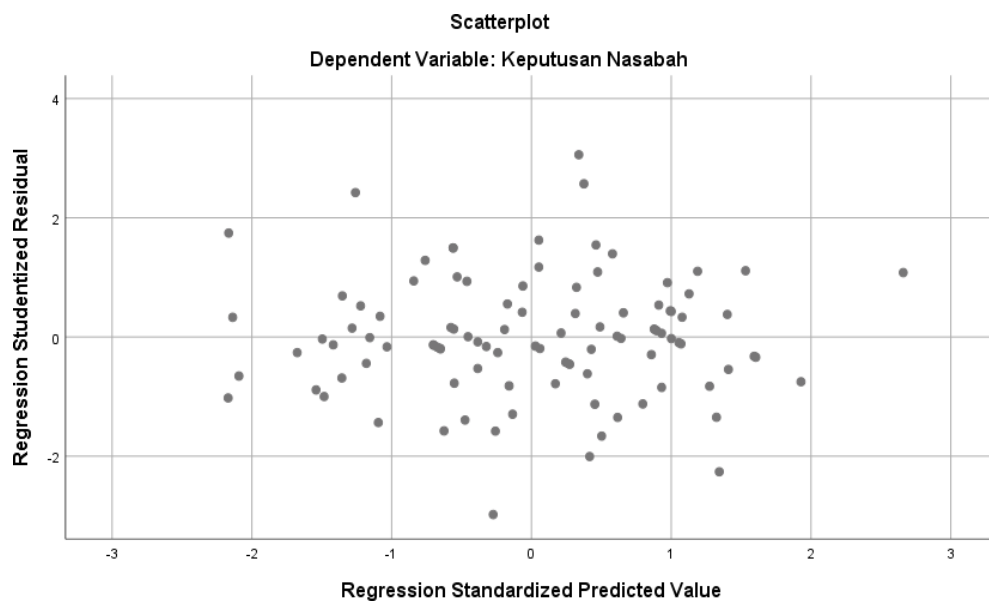
Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, digunakan uji heteroskedastisitas. Dengan kata lain, uji ini menunjukkan adanya perbedaan antara observasi dalam variasi model regresi dan residual. Gambar scatterplot dalam model regresi dapat

digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas. Tidak adanya pola gelombang, pelebaran, atau penyempitan pada grafik scatterplot menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.4

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Metode Scatterplot



Sumber : Data primer diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas dapat disimpulkan karena pada Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu dependen (Y), tidak berkumpul pada satu lokasi, dan tidak membentuk suatu pola tertentu.

Metode Glejser merupakan salah satu teknik tambahan untuk menilai heteroskedastisitas selain pendekatan scatterplot. Meregresikan variabel independen (X) terhadap nilai absolut residunya terhadap variabel dependen (Y) merupakan cara pelaksanaan teknik Glejser. Gejala heteroskedastisitas akan menimbulkan pertanyaan (ketidakakuratan dalam hasil analisis regresi). Pengambilan keputusan dengan menggunakan uji Glejser adalah:

- 1) Jika nilai signifikan 2-tailed $> 0,05$, maka data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan 2-tailed $< 0,05$, maka data terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 13
Uji Heteroskedastisitas
Metode Glejser

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,970	1,695		2,932	,004
	Pengalaman Pengguna	-,090	,076	,142	-1,190	,237
	Keamanan	,064	,054	,132	1,191	,237
	Fitur	,042	,081	,059	-,513	,609

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

- a) Nilai signifikan 2-tailed pada variabel pengalaman pengguna (X_1) yaitu sebesar 0,237 atau $0,237 > 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel pengalaman pengguna tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b) Nilai signifikan 2-tailed pada variabel keamanan (X_2) yaitu sebesar 0,237 atau $0,237 > 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel keamanan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- c) Nilai signifikan 2-tailed pada variabel fitur (X_3) yaitu sebesar 0,609 atau $0,609 > 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel fitur tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan pada tabel 4.13 menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas menggunakan metode glejser dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

Jadi kesimpulan dari tabel 4.13 adalah “semua nilai signifikan 2-tailed pada variabel independent (X) yaitu pengalaman pengguna (X_1), keamanan (X_2), dan fitur (X_3) $> 0,05$.” Hal ini menunjukkan

tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas pada penelitian atau data ini.

4.5 Uji Hipotesis

Hipotesis diselidiki dalam penelitian ini untuk memastikan kebenarannya dan untuk menentukan bagaimana faktor-faktor independen (X) seperti fungsionalitas, keamanan, dan pengalaman pengguna memengaruhinya. Hipotesis dapat diuji dengan dua metode berbeda. Pertama, membandingkan variabel dependen (Y), yaitu kepuasan pengguna, dengan masing-masing variabel independen (X) atau parsial (uji-t). Metode kedua adalah membandingkan variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen (X) atau semua variabel independen sekaligus (uji-F).

4.5.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) yang dirancang untuk menentukan tingkat signifikan pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel (Y). Untuk menguji parsial (uji t) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai signifikan atau t hitung lebih kecil dari t tabel, maka H1 ditolak dan H0 diterima.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai signifikan atau t hitung lebih besar dari t tabel, maka H1 diterima dan H0 ditolak.

Untuk membandingkan t hitung dengan t tabel, dapat diketahui nilai derajat kebebasan atau df dari t tabel, dengan rumus :

$$t \text{ tabel} = t (a/2 : n-k-1)$$

$$a = 5\% = t (0,05/2 : 96-3-1)$$

$$= 0,025 : 92$$

$$= 1.98609$$

Jadi hasil dari t tabel adalah 1,986

Tabel 4. 1
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,970	1,695		,932	,425
Pengalaman Pengguna	,486	,076	,244	3,642	,000
Keamanan	,354	,054	,263	4,107	,000
Fitur	,377	,081	,218	3,770	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.15, maka dapat disimpulkan bahwa:

a) Hasil nilai signifikan variabel pengalaman pengguna (X_1) yaitu sebesar 0,000 atau $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t hitung yaitu sebesar 3,642. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,642 > 1,986$, maka H_1 diterima. Yang artinya variabel pengalaman pengguna berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada superapp Byond by BSI.

b) Hasil nilai signifikan variabel keamanan (X_2) yaitu sebesar 0,000 atau $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t hitung yaitu sebesar 4,107. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,107 > 1,986$, maka H_2 diterima. Yang artinya variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada superapp Byond by BSI.

c) Hasil nilai signifikan variabel fitur (X_3) yaitu sebesar 0,000 atau $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t hitung yaitu sebesar 3,770 $> 1,986$, maka H_3 diterima. Yang artinya variabel fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada superapp Byond by BSI.

4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Ukuran keseluruhan atau simultan dari pengaruh faktor-faktor independen (X), seperti fitur, keamanan, dan pengalaman pengguna, terhadap variabel dependen (Y), yaitu kepuasan, dipastikan dalam penelitian ini menggunakan uji simultan (uji F). membandingkan F hitung

dan F tabel untuk membuat keputusan. Variabel-variabel independen (X) memengaruhi variabel dependen (Y) pada saat yang sama jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dalam hal ini H_1 diterima dan H_0 ditolak. Di sisi lain, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (X) tidak secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Y).

Dapat menggunakan rumus untuk mendapatkan nilai derajat kebebasan, atau df, dari tabel F untuk mendapatkan F yang dihitung:

$$\begin{aligned} F_{table} &= (n-k-1) \quad 96-3-1 \\ &= 92 \end{aligned}$$

Jadi hasil dari F tabel adalah 2,70.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	44,670	3	14,890	9,879	,000 ^b
Residual	138,664	92	1,507		
Total	183,333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Fitur, Keamanan, Pengalaman Pengguna

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.16, menunjukka bahwa nilai signifikansi dari variabel independent (X) yaitu pengalaman pengguna,keamanan dan fitur aplikasi terhadap variabel dependen (Y) yaitu “kepuasan pengguna sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F_{tabel}$ yaitu sebesar $9,879 > 2,70$, maka H_4 diterima dan H_0 ditolak.” Sehingga dapat disimpulkan bahwa “variabel pengalaman pengguna (X_1), keamanan (X_2), dan fitur (X_3) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna (Y).” Hal ini berarti variabel pengalaman pengguna (X_1), keamanan (X_2), dan fitur (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada superapp Byond by BSI.

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tingkat di mana variabel bebas (X) dapat menjelaskan variabel terikat (Y) dapat dipastikan menggunakan uji koefisien determinasi (Adjusted R^2). Berikut ini adalah tampilan temuan koefisien determinasi:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.494 ^a	.644	.619	1,228

a. Predictors: (Constant), Fitur, Keamanan, Pengalaman Pengguna

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.17, ditemukan memiliki hasil koefisien (Adjusted R^2) sebesar 0,619 atau 61,9% yang menunjukkan adanya korelasi yang cukup besar antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) yang ditunjukkan dengan nilai R yang berada pada kisaran 1. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa variasi bebas dari pengalaman pengguna (X1), keamanan (X2), dan fitur (X3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 61,9% atau sama dengan 38,1%. Variasi bebas tersebut dipengaruhi oleh variabel atau unsur lain yang tidak termasuk dalam persamaan.

4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linier berganda, yang memiliki bentuk berikut, dapat digunakan untuk menentukan variabel mana yang memiliki pengaruh paling besar di antara variabel lainnya dan untuk memastikan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y):

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

Keterangan:

Y = Kepuasan pengguna

α = Konstanta

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

X1 = Pengalaman Pengguna

X2 = Keamanan

X3 = Fitur

e= eror

Tabel 4. 17
Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,970	1,695		,932	,425
Pengalaman Pengguna	,486	,076	,244	3,642	,000
Keamanan	,354	,054	,263	4,107	,000
Fitur	,377	,081	,218	3,770	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Menurut tabel 4.14, persamaan regresi dapat dibuat berdasarkan hasil uji SPSS untuk memastikan bagaimana fitur, keamanan, dan pengalaman pengguna memengaruhi kepuasan pengguna.

Temuan analisis dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) adalah “sebesar 4,970 yang artinya ada perubahan pada variabel independent yaitu pengalaman pengguna, keamanan dan fitur terhadap kepuasan pengguna adalah positif 4,970.”
2. Nilai koefisien (β_1) Pengalaman pengguna = 0,486. “Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengalaman pengguna memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah,

yang artinya jika variabel pengalaman pengguna mengalami kenaikan satu tingkat, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,486.”

3. Nilai koefisien (β_2) Keamanan = 0,354. “Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, yang artinya jika variabel keamanan mengalami kenaikan satu tingkat, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,354.”
4. Nilai koefisien (β_3) Fitur = 0,377. “Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y), yang artinya jika fitur mengalami kenaikan satu tingkat, maka kepuasan pengguna juga mengalami peningkatan sebesar 0,377.”

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel Pengalaman Pengguna (X1) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,485 berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan SPSS versi 26. Hal ini menunjukkan bahwa “apabila pengalaman pengguna meningkat satu satuan, maka tingkat Kepuasan Pengguna (Y) juga akan meningkat sebesar 0,485 atau 48,5%. Dengan demikian, semakin baik pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan syariah digital ini. Disisi lain pada hasil uji *parsial* (uji t) menunjukkan bahwa “nilai signifikansi untuk variabel pengalaman pengguna (X1) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,642 > t$ tabel 0,1986. Maka, H1 diterima, yang berarti Pengalaman Pengguna Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Byond by BSI. Artinya, persepsi positif terhadap kenyamanan, kecepatan, kemudahan navigasi, dan tampilan antarmuka aplikasi berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan pengguna. Jika pengguna merasa

pengalaman menggunakan aplikasi ini menyenangkan, intuitif, dan efisien, maka mereka akan cenderung merasa puas dan terdorong untuk terus menggunakan layanan tersebut. Maka dari itu, optimalisasi pengalaman pengguna menjadi aspek penting dalam strategi peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap layanan digital perbankan syariah.

Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna berkaitan erat dengan *perceived ease of use*—semakin mudah dan menyenangkan aplikasi digunakan, maka akan mendorong peningkatan kepuasan dan penggunaan berulang. Secara spesifik, pengalaman pengguna mencakup kemudahan navigasi, kejelasan tampilan (*perspicuity*), daya tarik visual (*attractiveness*), dan kebaruan fitur (*novelty*) yang semuanya telah diuji dalam skala UEQ pada penelitian ini.

Dari perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), pengalaman pengguna memainkan peran penting dalam membentuk sikap terhadap perilaku penggunaan aplikasi. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi Byond by BSI efisien, menyenangkan, dan mudah digunakan, mereka akan mengembangkan sikap positif terhadap layanan tersebut. Sikap positif ini kemudian memengaruhi niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Seiring waktu, pengalaman yang konsisten dan memuaskan ini akan meningkatkan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan. Dengan demikian, pengalaman pengguna menjadi salah satu faktor kunci dalam membentuk loyalitas dan keberlanjutan penggunaan layanan perbankan digital berbasis syariah.

Penelitian ini juga membedakan diri dengan menggabungkan dua pendekatan teori (TAM dan TPB) serta menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *User Experience Questionnaire* (UEQ) secara empiris. Hasil penelitian juga diperkuat oleh pra-riset yang dilakukan di Kota Semarang, menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menganggap aplikasi belum mudah digunakan, sehingga perbaikan pengalaman pengguna menjadi hal krusial yang perlu ditindaklanjuti oleh pihak pengembang aplikasi.

Berdasarkan hasil analisis data kuesioner terhadap indikator pengalaman pengguna (X1), diketahui bahwa pertanyaan nomor 1 ("Tampilan aplikasi menarik dan nyaman digunakan) serta pertanyaan nomor 4 (Instruksi dan menu dalam aplikasi mudah dimengerti") memperoleh nilai mean tertinggi dibandingkan pertanyaan lainnya dalam indikator yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kedua aspek tersebut.

Tingginya mean pada pertanyaan nomor 1 menunjukkan bahwa tampilan visual aplikasi dianggap menarik serta memberikan kenyamanan dalam penggunaannya. Aspek ini penting dalam pengalaman pengguna karena tampilan antarmuka yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

Sementara itu, tingginya nilai pada pertanyaan nomor 4 memperlihatkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa instruksi dan menu dalam aplikasi mudah dipahami. Kemudahan navigasi dan pemahaman terhadap fitur aplikasi merupakan elemen penting dalam desain antarmuka, yang turut memengaruhi persepsi positif terhadap pengalaman pengguna.

Secara keseluruhan, kedua pernyataan tersebut memberikan pengaruh positif terhadap indikator pengalaman pengguna (X1). Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor desain antarmuka yang menarik dan kemudahan penggunaan merupakan komponen utama yang membentuk persepsi pengguna terhadap aplikasi yang digunakan. Dengan demikian, pengembang aplikasi sebaiknya terus mempertahankan dan mengembangkan kedua aspek ini guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Penelitian ini didukung oleh studi sebelumnya oleh Pratama, Junaidi, dan Sulistiyah (2024) yang menyatakan bahwa aplikasi *Livin' by Mandiri* mendapatkan skor tinggi pada skala UX seperti *attractiveness*, *efficiency*, dan *dependability* yang berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan pengguna.⁷⁸ Namun demikian, penelitian Frans Sudirjo (2024) menemukan bahwa "pengalaman pengguna berpengaruh negatif dan

⁷⁸ Aulia. Analisis User Experience Aplikasi Mobile Banking *LivinbyMandiri* Menggunakan Metode User Experience Questionnaire

signifikan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi mobile banking lainnya karena rendahnya kualitas desain antarmuka.”⁷⁹

4.6.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel keamanan (X2) mempunyai nilai koefisien regresi positif sebesar 0,354 berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan software SPSS versi 26. Artinya, apabila persepsi keamanan aplikasi meningkat sebesar satu satuan, maka tingkat kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,354 atau 35,4%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keamanan aplikasi Byond by BSI, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan syariah digital tersebut.

Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel keamanan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $4,107 > t \text{ tabel } 0,1986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel keamanan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi Byond by BSI. Artinya, semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keamanan aplikasi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi Byond by BSI mampu melindungi data pribadi dan transaksi finansial mereka dengan baik, maka mereka akan merasa lebih aman, percaya, dan puas. Maka, aspek keamanan menjadi faktor penting yang memengaruhi loyalitas dan kenyamanan pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan digital.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan, yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Dalam kerangka TAM, persepsi terhadap keamanan merupakan bagian penting dari *perceived usefulness* dan *trust*, di mana pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut layak digunakan karena aman untuk transaksi keuangan. Dalam TPB, *perceived behavioral control* juga

⁷⁹ Sudirjo. Application of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface and Customer Satisfaction on Banking Mobile Application

relevan di mana keamanan yang dirasakan akan meningkatkan kontrol dan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi, sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan.

Hasil analisis terhadap indikator keamanan menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap dua pertanyaan kuisisioner, yaitu pernyataan "Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan aplikasi ini" dan "Aplikasi menjamin kerahasiaan informasi pengguna." Kedua pernyataan tersebut memperoleh nilai rata-rata tertinggi dibandingkan indikator lainnya dalam variabel keamanan.

Hal ini mencerminkan bahwa pengguna merasa percaya terhadap sistem keamanan aplikasi, khususnya dalam hal perlindungan data pribadi dan informasi sensitif. Rasa aman ini menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi positif terhadap aplikasi secara keseluruhan. Kepercayaan terhadap keamanan aplikasi juga menjadi salah satu faktor pendorong penggunaan berkelanjutan. Pengguna yang yakin bahwa informasi pribadinya tidak disalahgunakan cenderung merasa nyaman dan loyal terhadap aplikasi. Oleh karena itu, jaminan keamanan dan kerahasiaan menjadi elemen penting yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh pengembang aplikasi dalam upaya memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sani (2024) yang berjudul "*Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*". Menurut penelitian, kebahagiaan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh komponen keamanan.⁸⁰ Mundir (2021) yang menyatakan bahwa kebahagiaan nasabah sangat dipengaruhi oleh persepsi keamanan sistem mobile banking, sependapat dengan hal ini,⁸¹ & Rezeki (2023), yang sampai pada kesimpulan bahwa

⁸⁰ Sitti Nur Khotijah, Mochamad Cholid Mawardi, And Irma Hidayati, "Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", *El-Aswaq*, 4.02 (2023) <<https://doi.org/10.31106/Laswq.V4i02.25795>>.

⁸¹ Anggiana.

kesenangan dan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan digital, termasuk keamanan.⁸²

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Astama (2024) dalam penelitiannya “Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Wallet Dana”, yang menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.⁸³ Hal yang sama juga ditemukan oleh Nurudin (2022) bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam beberapa konteks, faktor keamanan mungkin telah dianggap sebagai standar dasar, sehingga tidak mempengaruhi secara langsung kepuasan pengguna.⁸⁴ Perbedaan hasil ini menegaskan bahwa dalam konteks aplikasi Byond by BSI, persepsi keamanan tetap menjadi aspek penting yang berdampak terhadap kepuasan pengguna, terutama karena layanan ini menyangkut keuangan pribadi dan digital banking berbasis syariah, yang menuntut kepercayaan dan kepastian sistem.

4.6.3 Pengaruh Fitur Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel fitur aplikasi (X3) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,377 berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS versi 26. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,377 atau 37,7% untuk setiap peningkatan penilaian pengguna terhadap kualitas dan kelengkapan fitur aplikasi BSI. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap, relevan, dan mudah digunakan fitur aplikasi, maka semakin puas pengguna terhadap layanan perbankan digital syariah.

Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel fitur aplikasi (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah $0,000 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar $3,770 > t \text{ tabel } 1,986$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh

⁸² Ade Rachman Ainur Rasyid Nim, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediating’, *Satukan Tekad Menuju Indonesia Sehat*, April, 2020.

⁸³ Danang 2024.

⁸⁴ Huda And Umam. Mobile Banking Services: Security, Guarantee And Service Credibility On Customer Satisfaction Of Bank Syariah Indonesia

positif dan signifikan antara fitur aplikasi (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y), Artinya, semakin lengkap, relevan, dan mudah digunakan fitur-fitur dalam aplikasi Byond by BSI, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Jika fitur yang tersedia mampu memenuhi kebutuhan transaksi, informasi, dan layanan keuangan secara praktis dan efisien, maka pengguna akan merasa lebih terbantu dan puas. Maka, pengembangan fitur yang inovatif dan user-friendly menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna terhadap layanan digital perbankan.

Fitur yang lengkap dan inovatif dalam aplikasi Byond by BSI seperti transfer dana, cek saldo, cicil emas, pembayaran zakat dan donasi, serta keamanan verifikasi menjadi sarana utama dalam membentuk persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sesuai dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Fitur yang efektif dan sesuai kebutuhan pengguna menjadikan aplikasi lebih bermanfaat dan efisien dalam mendukung aktivitas perbankan.

Dalam teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), keberadaan fitur yang berkualitas dan relevan akan membentuk sikap positif terhadap perilaku (*attitude toward behavior*). Jika pengguna merasa fitur-fitur tersebut membantu dalam pengelolaan keuangan, maka akan terbentuk niat untuk terus menggunakan aplikasi, dan ini mendorong kepuasan pengguna. Byond by BSI, fitur yang dikembangkan terbukti mampu menjawab kebutuhan spesifik nasabah syariah dan menciptakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi, khususnya di wilayah Kota Semarang. Dengan demikian, pengembangan fitur yang relevan dan berbasis kebutuhan pengguna menjadi langkah strategis dalam membangun loyalitas dan kepuasan pengguna superapp.

Berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner, dapat dilihat bahwa dua indikator yang memperoleh respons paling positif dari responden adalah pernyataan "Informasi produk mudah ditemukan dalam aplikasi" (X3 nomor 1) dan "Fitur yang tersedia sangat membantu dalam aktivitas saya" (X3 nomor 4). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna menilai keberadaan fitur-fitur dalam aplikasi sangat relevan dan

mendukung kebutuhan mereka. Kemudahan dalam menemukan informasi produk menjadi aspek penting dalam menciptakan efisiensi dan kenyamanan selama penggunaan aplikasi. Ketika informasi disajikan secara jelas dan mudah diakses, maka pengguna akan lebih cepat dalam mengambil keputusan dan merasa terbantu dalam menjalankan aktivitasnya.

Selain itu, fitur yang dirasakan membantu aktivitas pengguna mencerminkan bahwa desain dan fungsi dalam aplikasi sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Fitur yang bermanfaat tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga mendorong intensitas penggunaan yang lebih tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fitur yang informatif dan fungsional memberikan pengaruh positif terhadap persepsi pengguna. Hal ini menjadi bukti bahwa pengembangan fitur yang tepat sasaran mampu meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Syahniar (2021) yang menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia.⁸⁵ Demikian pula, Hanny Dwi Yulianti (2023) menyimpulkan bahwa fitur aplikasi yang lengkap dan mudah digunakan sangat menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan digital.⁸⁶

Khotijah (2022) yang menyatakan bahwa fitur aplikasi memiliki pengaruh besar terhadap kebahagiaan nasabah mobile banking juga mendukung penelitian ini.⁸⁷ Namun, temuan ini berbeda dengan studi yang dilakukan pada tahun 2025 oleh Sindy Aliffiyah Saragi dan Zulkarnain Siregar, yang tidak menemukan hubungan signifikan antara fitur layanan dan kebahagiaan pengguna aplikasi DANA.⁸⁸ Temuan serupa juga dilakukan oleh Wilyningsih (2024) yang menyimpulkan

⁸⁵ Ulya, Qoyyimah, and Hana. Analysis Of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service

⁸⁶ Hanny Dwi Y 2024 pengaruh kualitas layanan mobilr banking, fitur.

⁸⁷ Khotijah, Mawardi, and Hidayati, 'Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah'.

⁸⁸ Saragih and Siregar. Pengaruh Fitur Layanan , Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)

bahwa kebahagiaan nasabah tidak dipengaruhi secara signifikan oleh fitur m-banking.⁸⁹

⁸⁹ Ekonomi and others. Pengaruh Fitur M-Banking Dan Keamanan Terhadap

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fitur aplikasi, keamanan, dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna terhadap layanan perbankan syariah pada aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti melalui tahapan pengumpulan data dan analisis:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t), variabel pengalaman pengguna (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,642 > 1,986$. Dengan demikian, H1 diterima, yang berarti pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang. Artinya, semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Jika pengguna merasa aplikasi mudah diakses, nyaman digunakan, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan, maka mereka cenderung merasa puas dan terus menggunakannya.
2. Uji hipotesis terhadap variabel keamanan (X2) menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4,107 > 1,986$. Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima, sehingga keamanan aplikasi terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang. Artinya, persepsi pengguna terhadap sistem keamanan aplikasi turut menentukan tingkat kepuasan mereka. Jika pengguna merasa data dan transaksi mereka aman serta terlindungi, maka mereka akan merasa lebih percaya dan puas dalam menggunakan layanan digital tersebut.
3. Hasil analisis uji t untuk variabel fitur aplikasi (X3) memperlihatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar $3,770 > 1,986$. Maka, H3 dinyatakan diterima dan dapat disimpulkan bahwa fitur aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi.

Byond by BSI di Kota Semarang. Artinya, semakin lengkap, fungsional, dan relevan fitur yang ditawarkan aplikasi, maka semakin besar dampaknya terhadap kepuasan pengguna. Jika fitur-fitur yang tersedia mampu memenuhi kebutuhan transaksi, informasi, dan layanan pengguna secara praktis, maka pengguna akan merasa lebih puas dan termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

5.2 SARAN

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI), khususnya pengembang aplikasi Byond by BSI

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbaiki desain antarmuka yang lebih intuitif, meningkatkan kecepatan akses, serta menyediakan bantuan navigasi yang jelas. Selain itu, aspek keamanan digital juga perlu ditingkatkan melalui sistem otentikasi berlapis dan perlindungan data pribadi yang lebih ketat agar pengguna merasa lebih percaya dan nyaman dalam bertransaksi. Dari sisi fitur layanan, pengembang diharapkan menyesuaikan fitur aplikasi dengan kebutuhan nyata masyarakat muslim kota Semarang seperti kemudahan membayar zakat, cicilan emas syariah, dan notifikasi transaksi real-time yang informatif.

2. Bagi masyarakat Kota Semarang

Masyarakat diharapkan lebih aktif dan terbuka terhadap penggunaan aplikasi perbankan syariah berbasis digital seperti Byond by BSI. Melalui peningkatan literasi digital dan keuangan syariah, masyarakat dapat lebih mudah beradaptasi dan memanfaatkan fitur-fitur aplikasi secara optimal untuk kebutuhan perbankan sehari-hari, serta menjadi pengguna yang cerdas dalam memilih layanan keuangan berbasis prinsip syariah.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang unsur-unsur yang memengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi perbankan Islam, disarankan agar peneliti masa depan memperluas model studi ini dengan memasukkan variabel tambahan seperti kepercayaan, kualitas layanan digital, atau loyalitas pelanggan. Selain itu, penggunaan metode mixed methods (kuantitatif dan kualitatif) juga disarankan agar memperoleh wawasan yang lebih dalam dari sudut pandang pengguna.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Penting untuk mempertimbangkan banyaknya keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, sehingga sampel yang diperoleh belum tentu merepresentasikan seluruh populasi pengguna aplikasi Byond by BSI di Kota Semarang secara menyeluruh. Kedua, jumlah populasi pengguna aplikasi Byond by BSI di wilayah tersebut tidak diketahui secara pasti, sehingga tidak memungkinkan untuk menghitung tingkat generalisasi atau *margin of error* secara akurat. Ketiga, penelitian ini dilakukan di satu wilayah, yaitu Kota Semarang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk daerah lain yang mungkin memiliki kondisi sosial, ekonomi, atau tingkat literasi digital yang berbeda. Keempat, jumlah responden yang digunakan sebanyak 96 orang, meskipun memenuhi kriteria minimum, tetap tergolong terbatas untuk menggambarkan keberagaman pengalaman dan persepsi pengguna. Kelima, variabel yang dianalisis hanya mencakup pengalaman pengguna, keamanan, dan fitur aplikasi, padahal elemen lain seperti kualitas layanan, aksesibilitas, kenyamanan visual, serta pengaruh promosi atau iklan juga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Terakhir, karena studi ini diselesaikan dalam waktu yang sangat singkat, penelitian ini tidak dapat sepenuhnya menangkap dinamika perubahan kepuasan pengguna seiring perkembangan atau pembaruan fitur dalam jangka waktu yang lebih panjang. Diharapkan berbagai keterbatasan ini dapat menjadi pertimbangan dalam studi lanjutan guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Alaina, Sti Fahma Noor, ‘Pengaruh Fitur Layanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Uin Walisongo Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia’, *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12
- Davis, 1989, ‘Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking’, *Owner*, 7.2 (2023), 1196–1205
<<https://doi.org/10.33395/Owner.V7i2.1440>>
- Deliyana, 2022, ‘Indikator Kepuasan Pengguna’, *Journals Of Economics And Business*, 2.2 (2022), 1–16 <<https://doi.org/10.33365/Jeb.V2i2.112>>
- Abdul Ghani, Mohamad Shahfik Afendi, And Syadiah Nor Wan Shamsuddin, ‘Definitions And Concepts Of User Experience (Ux): A Literature Review’, *International Journal Of Creative Future And Heritage (Teniat)*, 8.1 (2020), 130–43
<<https://doi.org/10.47252/Teniat.V8i1.292>>
- Ade Rachman Ainur Rasyid Nim, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediating’, *Satukan Tekad Menuju Indonesia Sehat*, April, 2020
- Adolph, Ralph, ‘Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan’, 2016, 1–23
- Ajzen, Icek, ‘The Theory Of Planned Behavior’, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50.2 (1991), 179–211 <[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)>
- Anggiana, Pyka, ‘Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank’, *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (Jims)*, 9.1 (2023), 21–28
<<https://doi.org/10.24967/Jmb.V9i1.1980>>
- Apaua, Richard, And Harjinder Singh Technology Acceptance Model (Tam) Lallie, ‘Measuring User Perceived Security Of Mobile Banking Applications’, 2022, 1–36
<<http://arxiv.org/abs/2201.03052>>
- Aulia, Eva, ‘Application Of The User Centered Design Method To Evaluate The Relationship Between User Experience, User Interface And Customer Satisfaction On Banking Mobile Application’, *Jurnal Teknik Dan Science*, 3.1 (2024), 31–39
<<https://doi.org/10.56127/Jts.V3i1.907>>
- Badaruddin, And Risma, ‘Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) The Influence Of Service Feature And Ease Of Use On Interest Of Using Mobile Banking (Study On The Village Community ’, *Telanaipura Jambi*, 1.1 (2021), 36122
- Berni, Aurora, And Yuri Borgianni, ‘From The Definition Of User Experience To A Framework To Classify Its Applications In Design’, *Proceedings Of The Design Society*, 1.August (2021), 1627–36 <<https://doi.org/10.1017/Pds.2021.424>>

- Bisnis, Jurnal Disrupsi, Azka Azkia, Dika Jatnika, Universitas Padjadjaran, Korespondensi Penulis, Bank Syariah Indonesia, And Others, 'Evaluasi Pengalaman Pengguna (Ux) Pada Aplikasi Byond By Bsi', 8.1 (2025), 61–66
- Canta2022, Hidayat Dan, 'Engaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Dan Kenyamanan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital Perbankan Syariah', *Https://Repository.Uinsi.Ac.Id/Handle/123456789/2201*
- Chairunnisa, Silvira, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran Digital Qris (Studi Kasus Pada Genbi Komisariat Universitas Medan Area)', 2023, 1–74 <*Https://Repositori.Uma.Ac.Id/Jspui/Bitstream/123456789/19721/1/188320131 - Silvira Chairunnisa - Fulltext.Pdf*>
- Collins, Susan E, Katie Witkiewitz, And Mary E Larimer, '322 Journal Of Studies On Alcohol And Drugs / The Theory Of Planned Behavior As A Predictor Of Growth In Risky College Drinking*', *Stud Alcohol Drugs*, 72.March (2011), 322–32
- 'Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Layanan Mobile Banking', 1, 2024, 18–28 Dalam, Teluk, And Kabupaten Nias Selatan,
- Danang 2024, 'Indikator-Indikator Keamanan', 2024
- Dunn, Alan M., Owen S. Hofmann, Brent Waters, And Emmett Witchel, 'Alghazali', *Proceedings Of The 20th Usenix Security Symposium*, 2011, Pp. 395–410
- Ekonomi, Jurnal, Ni Ketut, Ayu Wilyningsih, Aliccia Syarach, And Ika Yuliana, 'Pengaruh Fitur M-Banking Dan Keamanan Terhadap', 2025 (2025), 21–27
- Hakim, Lukmanul, And E S Suhendra, 'The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of Bca Mobile Banking Services (Sejabodetabek)', *International Journal Of Science, Technology & Management*, Null (2021), Null <*Https://Doi.Org/10.46729/Ijstm.V2i5.343*>
- Hanny Dwi Y 2024 Pengaruh Kualitas Layanan Mobilr Banking, Fitur, Aplikasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Di Jabodetabek, 'Hanny Dwi Y 2024 Pengaruh Kualitas Layanan Mobilr Banking, Fitur, Aplikasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Di Jabodetabek', *Ayan*, 15.1 (2024), 37–48
- Hardi, Eja Armaz, And Syahril Ahmad, 'Pengaruh Fitur , Variasi Produk , Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah Di Kota Jambi Sistem Pembayaran Dengan Beragam Aplikasi Yang Digunakan Masyarakat Sebagai Sarana', 2.3 (2024)
- Hayat, Nahrul, And Sherwin Ary Busman, 'Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus Pt Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar)', *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 6.1 (2023), 1–16 <*Https://Doi.Org/10.58303/Jtimb.V6i1.3070*>

https://ir.bankbsi.co.id/corporate_values.html, 'Nilai Nilai Perusahaan Bsi'

Huda, N, And M D N Umam, 'Mobile Banking Services: Security, Guarantee And Service Credibility On Customer Satisfaction Of Bank Syariah Indonesia', *El Mudhorib: Jurnal Kajian* ..., 3 (2022) <<http://E-Journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/Elmudhorib/article/view/509>><<http://E-Journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/Elmudhorib/article/download/509/205>>

Indonesia, Bank Syariah, 'Sejarah Pt.Bank Syariah Indonesia Tbk.' <<https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>>

Iqbal, Johandri, Heriyani Heriyani, And Isroq Urrahmah, 'Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *Global Financial Accounting Journal*, 5.2 (2021), 25 <<https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>>

Khaira, Nadiatul, Hanifah Muslimah Az-Zahra, And Alfi Nur Rusydi, 'Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Dengan Metode Ux Curve (Studi Kasus : Bri Mobile Banking)', *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4.3 (2020), 1003–12 <<http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7119>>

Khotijah, Sitti Nur, Mochamad Cholid Mawardi, And Irma Hidayati, 'Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah', *El-Aswaq*, 4.02 (2023), 541–51 <<https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25795>>

'Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah', *El-Aswaq*, 4.02 (2023) <<https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25795>>

Kurniawati, Elsa, And Chanifah Indah Ratnasari, 'Pengujian Pengalaman Pengguna (User Experience) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (Ueq): Studi Kasus Pada Website Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia', *Journal Portal - Universitas Islam Indonesia*, 4 (2023), 63–72 <www.fit.uii.ac.id>

Kusumaningtyas, Noviana Krisyani, And Deni Wardani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian Pada Nasabah Bank Bumn)", *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, 5.2 (2022), 64 <<https://doi.org/10.35384/jemp.v5i2.245>>

Laila Nur, And Herawati Nyoman, 'Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk)', *Publish*, 12.2 (2021), 403–12 <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/s1ak/article/view/29207>>

Makmuriyah, Amatun Nur, And Kartika Marella Vanni, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi

- Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)', *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5.1 (2020), 37
<<https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>>
- Mandasari, Puti, 'Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (Iain) Parepare', 2024
- Muhajirin 2023, 'لَبَّ لَبِّ', *Nucl. Phys.*, 13.1 (2023), 104–16
- Nathania, Sara Agnes, Lastuti Abubakar, And Tri Handayani, 'Implikasi Hukum Pemanfaatan Open Application Programming Interface Terhadap Layanan Perbankan Dikaitkan Dengan Ketentuan Perbankan Digital', *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran*, 4.2 (2023), 244–59
<<https://doi.org/10.23920/jphp.v4i2.1209>>
- Nawangsari., 'Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri (Studi Pada Pengguna Bri Mobile Di Kota Depok)', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7.1 (2018), 24–31
- Poetra, Ramadhika Dwi, 'Bab Ii Tinjauan Pustaka Bab Ii Tinjauan Pustaka 2.1. 1–64', *Gastronomía Ecuatoriana Y Turismo Local.*, 1.69 (2019), 5–24
- Poon 2021 Indikator-Indikator Fitur, 'Indikator-Indikator Fitur', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), 399–405
- Rahmani, Saffanah Aini, Agung Dharmawan Buchdadi, And Muhammad Yusuf, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk', *Journal Of Business Administration (Jba): Entrepreneurship And Creative Industry*, 2.1 (2023), 1–15
- Rika Widianita, Dkk, 'Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (Psds) Di Pt Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto', *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii.I (2023), 1–19
- Saragih, Sindy Aliffiyah, And Zulkarnain Siregar, 'Pengaruh Fitur Layanan , Privasi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)', 5.1 (2025), 129–40
- Shelemo, Asmamaw Alemayehu, 'لَبَّ لَبِّ', *Nucl. Phys.*, 13.1 (2023), 104–16
- Sudirjo, Frans, 'Sinta-4.2', 2024
- Syarah, Dewi, 'Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah', 2023
- Terhadap, Produk, And Kepuasan Nasabah, 'Volume 4 Nomor 2 / Desember 2022', 4 (2022), 139–59
- Ulya, Faridha Naila, Qoyyimah Qoyyimah, And Kharis Fadlullah Hana, 'Analysis Of Customer Interest And Satisfaction Toward Bsi Mobile Banking Service', *Al-Bank: Journal Of Islamic Banking And Finance*, 2.2 (2022), 113 <<https://doi.org/10.31958/ab.v2i2.6011>>
- Wardani, Deni, 'Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking', *Jurnal Sistem Informasi*



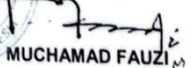
Bisnis (Junsibi), 2.1 (2021), 15–32 <<https://doi.org/10.55122/Junsibi.V2i1.253>>

Widya, Diny, Evriyanti Simatangkir, Universitas Negeri Semarang, Universitas Negeri Semarang, Nafiza Salsabila Faliha, And Universitas Negeri Semarang, ‘Keamanan Siber Dalam Perbankan Serta Tantangan’, 2.1 (2025), 33–42

Wulandari, Nia, And Hayat Sholihin, ‘Pengaruh Ketersediaan Fitur, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Kenyamanan Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Di Kota Cirebon)’, *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27.2 (2019), 58–66

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Riset

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185 Website: febi.walisongo.ac.id - Email: febi@walisongo.ac.id
Nomor : 1631/Un.10.5/D1/TA.0.01/05/2025	Semarang, 17/05/2003
Hal : Permohonan Izin Riset	
Lamp. : ---	
Yth. BSI KFF UIN WALISONGO Di Tempat	
Assalamu'alaikum Wr. Wb.	
Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin kepada :	
Nama	: Charir Da Taftia Chamuda
NIM	: 2105036154
Semester	: VIII
Prodi	: S.1 Perbankan Syariah
Alamat Peneliti	: Bringin Rejo Barat 92, Ngaliyan Semarang
Tujuan Penelitian	: Mencari data dan informasi
Judul Skripsi	: PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA, KEAMANAN, DAN FITUR APLIKASI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS APLIKASI BYOND BY BSI DI KOTA SEMARANG)
Tanggal Pelaksanaan	: 27/05/2025 s.d. 07/06/2025
Lokasi Penelitian	: BSI KFF UIN WALISONGO Jl. Prof. Dr. Hamka, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185
Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.	
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.	
 an. Dekan, Wakil Dekan I, Bidang Akademik Dan Kelembagaan  MUCHAMAD FAUZI	
Tembusan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)	

Lampiran 2 : Kuisioner Penelitian

A. KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Perkenalkan saya Charir Da Taftia Chamuda dengan NIM. 2105036154 mahasiswi dari Prodi Perbankan Syariah di UIN Walisongo Semarang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian tugas akhir yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengalaman pengguna, kemanan, dan fitur aplikasi Byond by BSI secara berkelanjutan. Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Masyarakat kota semarang
2. Minimal berusia 17 tahun
3. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)
4. Pengguna super app Byond by BSI
5. Lama menggunakan layanan BSI

Partisipasi Anda sangat penting untuk keberhasilan penelitian ini dan jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya yang hanya akan digunakan untuk keperluan akademis.

Wassalamualaikum wr.wb

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pendapat Anda mengenai pengalaman pengguna, keamanan, fitur, dan kepuasan pengguna.

B. IDENTITAS

Silakan isi sesuai dengan identitas Anda. Jawaban Anda akan dijaga kerahasiaannya

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nama	
2.	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
3.	Usia	<input type="checkbox"/> SD/Sederajat <input type="checkbox"/> SMP/Sederajat <input type="checkbox"/> SMA/Sederajat <input type="checkbox"/> Diploma <input type="checkbox"/> Sarjana <input type="checkbox"/> Pascasarjana
4.	Tingkat Pendidikan	<input type="checkbox"/> < 20 tahun

		<input type="checkbox"/> 21-30 tahun <input type="checkbox"/> 31-40 tahun <input type="checkbox"/> 41-50 tahun <input type="checkbox"/> > 50 tahun
5.	Domisili	<input type="checkbox"/> Semarang Tengah <input type="checkbox"/> Semarang Utara <input type="checkbox"/> Semarang Selatan <input type="checkbox"/> Semarang Timur <input type="checkbox"/> Semarang Barat <input type="checkbox"/> Gayamsari <input type="checkbox"/> Genuk <input type="checkbox"/> Pedurungan <input type="checkbox"/> Tembalang <input type="checkbox"/> Banyumanik <input type="checkbox"/> Gajahmungkur <input type="checkbox"/> Candisari <input type="checkbox"/> Ngaliyan <input type="checkbox"/> Mijen <input type="checkbox"/> Gunungpati <input type="checkbox"/> Tugu
6.	Lama menggunakan layanan BSI	<input type="checkbox"/> < 1 tahun <input type="checkbox"/> > 6 tahun <input type="checkbox"/> 1-3 tahun <input type="checkbox"/> 3-4 tahun

Gunakan tanda (✓) untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman Anda.

Keterangan Skala Likert:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

C. DAFTAR PERNYATAAN

X1. Pengalaman Pengguna (Dr. Martin Screpp, 2014)

No	Pertanyaan	Tanggapan			
		1	2	3	4

A. Daya Tarik (*Attractiveness*)

1.	Tampilan aplikasi menarik dan nyaman digunakan				
----	--	--	--	--	--

2.	Desain visual aplikasi membuat saya ingin menggunakannya terus-menerus				
----	--	--	--	--	--

B. Kejelasan (*Perspicuity*)

3.	Aplikasi mudah dipahami cara penggunaannya				
4.	Instruksi dan menu dalam aplikasi mudah dimengerti				

C . Kebaruan (*Novelty*)

5.	Aplikasi ini memiliki fitur yang belum pernah saya temui di aplikasi lain				
6.	Saya merasa aplikasi ini menawarkan pengalaman baru yang menyenangkan				

X2. Keamanan (Danang, 2024)

No	Pertanyaan	Tanggapan			
		1	2	3	4

A. Kerahasiaan

1.	Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan aplikasi ini				
2.	Aplikasi menjamin kerahasiaan informasi pengguna				

B. Integritas

3.	Data saya tidak berubah atau rusak selama menggunakan aplikasi ini				
4.	Informasi yang ditampilkan selalu akurat dan dapat dipercaya				

C . Ketersediaan

5.	Aplikasi selalu bisa diakses kapan pun saya butuhkan				
6.	Fitur-fitur dalam aplikasi selalu berfungsi dengan baik				

X3. Fitur (Poon, 2008)

No	Pertanyaan	Tanggapan			
		1	2	3	4

A. Kemudahan Akses Informasi

1.	Informasi produk mudah ditemukan dalam aplikasi				
2.	Saya tidak kesulitan mencari informasi penting dalam aplikasi ini				

B. Keberagaman Fitur

3.	Aplikasi menyediakan banyak fitur yang saya butuhkan				
4.	Fitur yang tersedia sangat membantu dalam aktivitas saya				

C . Inovasi Produk

5.	Aplikasi ini memiliki fitur inovatif dibandingkan kompetitor				
6.	Saya merasa aplikasi ini terus mengalami pembaruan fitur				

Y. Kepuasan Pengguna (Tjiptono, 2006)

No	Pertanyaan	Tanggapan			
		1	2	3	4

A. Kesesuaian Nasabah

1.	Aplikasi ini sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna				
2.	Saya merasa aplikasi ini memang dirancang untuk saya				

B. Minat Menggunakan Ulang

3.	Saya ingin terus menggunakan aplikasi ini di masa depan				
4.	Saya berencana menggunakan aplikasi ini secara rutin				

C . Ketersediaan Merekomendasikan

5.	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi ini ke orang lain				
6.	Saya percaya orang lain juga akan puas dengan aplikasi ini				

Lampiran 3 : Data Responden

Deni	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	1-3 tahun
Dimas	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	1-3 tahun
Putri	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	1-3 tahun
Ridho Revano	Laki-laki	41-50 tahun	Sarjana	Semarang Timur	1-3 tahun
Ridho rhoma	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Selatan	1-3 tahun
Danu	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	1-3 tahun
Sara	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Timur	1-3 tahun
Yung	Perempuan	< 20 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	1-3 tahun
Cahaya	Perempuan	< 20 tahun	Diploma	Semarang Utara	1-3 tahun
Seli	Perempuan	41-50 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	3-4 tahun
Ayu	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Barat	1-3 tahun
Naya	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Timur	3-4 tahun
Radit	Laki-laki	41-50 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	1-3 tahun
Gavin	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Tengah	1-3 tahun
Farez	Laki-laki	21-30 tahun	Diploma	Semarang Timur	1-3 tahun
Kayla	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Timur	1-3 tahun
Tasya	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Selatan	1-3 tahun
Suliah	Perempuan	21-30 tahun	SMP/Sederajat	Semarang Selatan	3-4 tahun
Nazwa	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Utara	3-4 tahun
Indah	Perempuan	41-50 tahun	Sarjana	Semarang Barat	1-3 tahun
Auliya	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	1-3 tahun
Meeya	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Selatan	3-4 tahun
Arjuna	Laki-laki	21-30 tahun	Diploma	Semarang Utara	3-4 tahun
Dini	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	3-4 tahun
Cica	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	3-4 tahun

Susi	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	1-3 tahun
diniandra	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	1-3 tahun
amelia	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	1-3 tahun
rizky putra	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	3-4 tahun
dianassaputra	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Barat	1-3 tahun
maria ulfah	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Gayamsari	3-4 tahun
kartika limi	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Timur	1-3 tahun
Anastasya varasya	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Genuk	1-3 tahun
ulum	Perempuan	< 20 tahun	Diploma	Tugu	3-4 tahun
yaya	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Gayamsari	1-3 tahun
kiki Fatmawati	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Tengah	3-4 tahun
sunia	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Barat	1-3 tahun
Lulu Maharani	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Banyumanik	3-4 tahun
Fidelina Winahyu	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Utara	1-3 tahun
Pandu Satria	Laki-laki	41-50 tahun	Sarjana	Semarang Barat	> 6 tahun
Fajar Hermawan	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Ngaliyan	> 6 tahun
Elsa Lutfia Valeriena	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Tugu	1-3 tahun
Tyan Dirga Hartama	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Candisari	3-4 tahun
Pina Junita	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Barat	1-3 tahun
Dara Amanda	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Utara	1-3 tahun
Maura Aulia	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	1-3 tahun
Dira Rahayu	Perempuan	< 20 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	3-4 tahun
Bima Ardanu	Laki-laki	41-50 tahun	Diploma	Tembalang	> 6 tahun
Mira Maudya	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Tengah	1-3 tahun
Anindita Rahma	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Selatan	1-3 tahun
Chela Adriani	Perempuan	< 20 tahun	SMA/Sederajat	Genuk	< 1 tahun
Deera Ashanty	Perempuan	41-50 tahun	Diploma	Semarang Selatan	1-3 tahun

Asyhila Mirdad	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	1-3 tahun
Satria Nugraha	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Gajahmungkur	3-4 tahun
Adnan Nendra	Laki-laki	< 20 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara, Genuk	1-3 tahun
Ilham Syahrul	Laki-laki	41-50 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	1-3 tahun
Juna Arsyian	Laki-laki	< 20 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Barat	1-3 tahun
Zayyn	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	< 1 tahun
Angga	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	< 1 tahun
Andra	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	< 1 tahun
Amara	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	< 1 tahun
Mara	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	< 1 tahun
xiaobei	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Candisari	1-3 tahun
Tamara	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Selatan	< 1 tahun
zhang syaya	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Timur	1-3 tahun
tian weigong	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Tugu	3-4 tahun
dipa	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Selatan	3-4 tahun
azzwa	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Barat	> 6 tahun
adhitama	Laki-laki	< 20 tahun	Diploma	Semarang Barat	3-4 tahun
zlyzianprtama	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	3-4 tahun
adhityajontthan	Laki-laki	41-50 tahun	Sarjana	Semarang Timur	3-4 tahun
cciwa	Perempuan	21-30 tahun	SMP/Sederajat	Semarang Barat	> 6 tahun
eka	Laki-laki	41-50 tahun	Pascasarjana	Semarang Selatan	3-4 tahun
putri merlita	Perempuan	41-50 tahun	Diploma	Semarang Timur	3-4 tahun
kalea	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Semarang Timur	3-4 tahun
angelina	Perempuan	41-50 tahun	Sarjana	Semarang Timur	3-4 tahun
Zakia Hasna A	Perempuan	41-50 tahun	Diploma	Genuk	3-4 tahun
Abelia putri	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Tengah	1-3 tahun
Nabila Kirana	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	< 1 tahun

Rahma febrianti	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Barat	1-3 tahun
Muhammad fahri	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Barat, Genuk, Gajahmungkur	< 1 tahun
Yudha febrianto	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Timur	< 1 tahun
Citra amelia	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Utara	< 1 tahun
Aziz zayyin	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Selatan	< 1 tahun
Muhammad rio	Laki-laki	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Tengah	< 1 tahun
Salsabila nisrina	Perempuan	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Timur	< 1 tahun
Azki anita	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Utara	< 1 tahun
dhiajeng	Perempuan	21-30 tahun	SMA/Sederajat	Semarang Barat	1-3 tahun
amara loka	Perempuan	21-30 tahun	Diploma	Gayamsari	1-3 tahun
queen zalaras	Perempuan	21-30 tahun	SMP/Sederajat	Semarang Barat	3-4 tahun
Amerta queen	Perempuan	< 20 tahun	Sarjana	Semarang Utara, Genuk	1-3 tahun
bunga Laila	Perempuan	41-50 tahun	Sarjana	Semarang Selatan	1-3 tahun
bulan Biantara	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Utara	1-3 tahun
bumi aksara	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Timur	1-3 tahun
Rafly Alghiffari	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Semarang Barat	1-3 tahun
rizqulah Maulana	Laki-laki	21-30 tahun	Sarjana	Pedurungan	1-3 tahun

Lampiran 4 : Tabulasi Data

VARIABEL X1 (PENGALAMANPENGGUNA)

NoResponden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	4	3	3	3	4	4	21
2	3	3	3	4	4	4	21
3	4	4	3	4	3	3	21
4	4	4	3	4	3	4	22
5	4	4	3	4	3	3	21
6	4	4	3	4	3	3	21

7	4	4	3	4	4	3	22
8	4	4	3	4	3	4	22
9	4	4	3	4	3	3	21
10	3	3	4	3	4	4	21
11	4	4	3	4	3	4	22
12	4	3	4	4	3	4	22
13	3	3	4	3	3	4	20
14	4	3	4	4	3	4	22
15	4	3	4	4	3	4	22
16	4	4	3	4	3	3	21
17	4	4	3	4	4	3	22
18	4	4	3	4	4	4	23
19	4	4	4	3	3	4	22
20	4	3	4	3	4	3	21
21	4	4	3	4	3	4	22
22	4	4	3	3	4	3	21
23	4	4	3	4	3	4	22
24	3	3	4	3	4	4	21
25	3	3	3	4	4	3	20
26	3	3	4	4	3	4	21
27	2	2	4	3	3	4	18
28	3	2	4	3	3	2	17
29	3	3	4	2	4	3	19
30	4	3	4	3	2	3	19
31	3	4	3	4	4	3	21
32	3	4	4	3	4	4	22
33	3	4	4	3	3	4	21
34	4	3	4	4	3	3	21
35	3	3	4	3	4	4	21
36	4	3	3	4	3	4	21
37	3	4	4	3	4	4	22
38	3	4	4	3	4	4	22

39	4	4	3	3	4	4	22
40	4	4	3	4	3	3	21
41	4	3	3	4	4	3	21
42	4	4	3	3	4	4	22
43	4	4	3	3	4	3	21
44	3	2	3	3	2	3	16
45	4	2	4	4	2	4	20
46	3	4	4	4	4	4	23
47	3	3	3	3	4	3	19
48	4	4	3	4	4	4	23
49	4	4	4	4	4	3	23
50	3	3	4	4	4	4	22
51	4	4	3	4	4	3	22
52	3	3	3	4	4	4	21
53	3	3	3	3	4	4	20
54	3	4	3	3	4	4	21
55	3	3	4	4	4	4	22
56	3	4	4	3	3	4	21
57	3	4	3	3	3	4	20
58	4	2	3	4	3	4	20
59	4	3	3	4	3	3	20
60	3	3	4	3	3	3	19
61	4	3	4	2	3	2	18
62	3	4	3	3	3	3	19
63	3	4	4	3	3	4	21
64	3	4	3	2	4	2	18
65	3	4	3	3	3	3	19
66	3	4	3	4	3	4	21
67	3	4	3	4	3	4	21
68	3	4	3	4	3	3	20
69	4	3	3	4	3	4	21

70	4	3	4	3	4	4	22
71	3	4	4	4	3	4	22
72	3	4	3	4	3	4	21
73	3	4	3	4	3	4	21
74	3	4	3	4	3	4	21
75	3	4	3	4	3	3	20
76	3	4	3	4	3	4	21
77	4	3	4	3	4	3	21
78	3	3	4	4	3	4	21
79	4	3	4	4	3	4	22
80	4	4	4	3	4	3	22
81	4	3	3	4	3	4	21
82	3	4	3	4	3	4	21
83	4	3	4	4	3	4	22
84	4	3	4	4	3	4	22
85	4	4	3	4	3	3	21
86	4	3	3	4	3	4	21
87	4	4	4	3	4	3	22
88	4	4	4	4	3	2	21
89	4	4	3	3	4	2	20
90	4	3	2	4	2	4	19
91	3	3	3	4	3	3	19
92	4	3	3	4	3	4	21
93	3	3	4	4	4	3	21
94	4	3	3	3	3	4	20
95	4	4	3	3	3	3	20
96	3	4	4	3	4	3	21

VARIABEL X2 (KEAMANAN)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	3	3	4	3	3	4	20
2	3	4	3	4	4	3	21
3	3	3	4	3	4	4	21
4	4	4	3	4	4	3	22
5	3	4	4	4	3	4	22
6	4	3	3	4	4	3	21
7	4	3	4	4	3	4	22
8	4	4	3	4	3	4	22
9	4	3	3	3	4	4	21
10	3	3	4	3	3	4	20
11	3	4	3	4	4	4	22
12	4	3	4	4	3	3	21
13	4	3	3	4	3	4	21
14	3	4	4	4	3	3	21
15	3	4	4	3	4	3	21
16	4	4	3	4	4	4	23
17	4	4	4	3	4	4	23
18	3	3	4	3	4	4	21
19	4	3	4	4	3	3	21
20	4	4	3	4	3	4	22
21	4	4	3	3	4	4	22
22	4	4	3	3	4	3	21
23	4	4	3	4	3	3	21
24	3	3	4	3	4	4	21
25	3	3	4	3	4	4	21
26	3	4	3	3	4	4	21

27	3	3	4	2	2	1	15
28	3	4	3	4	2	3	19
29	4	3	3	4	2	2	18
30	2	3	3	4	2	4	18
31	3	4	4	3	4	4	22
32	3	4	3	4	3	4	21
33	3	4	3	4	3	4	21
34	3	4	4	3	3	4	21
35	3	3	4	4	3	4	21
36	4	3	4	4	4	3	22
37	4	3	3	4	3	4	21
38	4	4	4	3	3	4	22
39	4	3	3	4	3	4	21
40	4	4	4	4	4	3	23
41	4	3	3	4	4	3	21
42	4	4	3	4	3	3	21
43	4	3	4	3	3	4	21
44	3	3	3	4	4	4	21
45	3	4	3	4	4	3	21
46	3	4	3	3	3	4	20
47	4	3	3	3	4	3	20
48	3	3	2	3	4	4	19
49	4	3	3	4	4	4	22
50	3	3	3	4	4	4	21
51	4	3	4	4	3	4	22
52	3	3	3	3	3	3	18
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	3	4	4	3	22
55	3	3	3	4	3	3	19

56	3	3	4	4	3	3	20
57	4	3	3	3	3	3	19
58	3	4	3	4	3	3	20
59	4	4	2	3	2	4	19
60	4	4	3	4	3	3	21
61	4	3	3	3	4	2	19
62	2	2	1	3	4	2	14
63	3	3	4	4	4	3	21
64	3	3	3	4	2	1	16
65	3	3	4	3	4	3	20
66	4	4	4	3	3	3	21
67	3	4	3	4	3	4	21
68	4	3	4	3	4	3	21
69	4	3	1	4	3	4	19
70	3	4	1	4	3	4	19
71	4	4	1	4	3	4	20
72	3	4	1	4	3	3	18
73	3	4	1	2	4	3	17
74	4	3	4	3	4	4	22
75	4	3	2	4	3	4	20
76	4	3	1	4	3	4	19
77	3	4	2	3	4	3	19
78	4	4	4	3	3	4	22
79	4	3	4	4	4	3	22
80	4	4	3	4	3	3	21
81	4	3	4	4	3	4	22
82	4	3	3	4	3	4	21
83	3	4	4	4	3	4	22
84	4	3	4	4	3	4	22

85	4	3	3	4	3	4	21
86	4	4	4	3	4	3	22
87	4	4	3	4	4	4	23
88	4	4	4	3	4	3	22
89	3	4	3	3	3	3	19
90	4	4	4	4	4	2	22
91	4	4	4	4	3	3	22
92	4	4	4	4	4	3	23
93	3	4	4	4	4	3	22
94	4	3	4	4	4	3	22
95	3	4	4	3	4	3	21
96	4	4	2	3	2	4	19

VARIABEL X3 (FITUR)

NoResponden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
1	3	3	3	4	3	4	20
2	3	3	4	4	3	4	21
3	3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	3	4	3	4	22
5	4	4	3	3	4	4	22
6	3	3	4	4	3	4	21
7	4	4	3	4	3	4	22
8	4	3	4	4	4	3	22
9	3	3	4	3	4	3	20
10	3	3	4	3	4	4	21
11	3	4	4	3	4	4	22
12	4	4	3	3	4	3	21
13	3	3	4	3	4	4	21
14	4	4	3	3	4	4	22

15	4	4	3	4	3	4	22
16	3	4	4	4	3	4	22
17	4	4	3	4	3	4	22
18	3	3	4	3	4	4	21
19	4	4	4	3	4	4	23
20	4	3	4	3	4	4	22
21	4	3	4	4	3	4	22
22	4	4	3	4	4	3	22
23	4	4	3	3	4	3	21
24	4	3	3	4	4	3	21
25	3	3	4	4	3	3	20
26	3	4	4	3	3	4	21
27	3	2	3	3	3	2	16
28	3	4	4	3	2	4	20
29	3	3	3	4	4	4	21
30	3	3	2	4	3	4	19
31	4	3	3	4	3	4	21
32	4	3	3	3	4	4	21
33	4	3	4	3	3	4	21
34	4	4	3	3	4	4	22
35	3	3	4	4	4	3	21
36	4	3	4	4	3	4	22
37	4	3	4	3	4	3	21
38	4	4	3	3	4	3	21
39	4	4	3	3	4	3	21
40	4	2	3	3	4	3	19
41	4	4	3	4	3	3	21
42	4	4	3	4	4	3	22
43	4	3	4	4	4	3	22

44	3	3	4	3	3	3	19
45	3	3	3	4	4	4	21
46	4	3	3	3	4	4	21
47	3	3	3	4	3	4	20
48	3	4	4	3	4	3	21
49	3	3	3	4	4	3	20
50	3	3	3	4	4	4	21
51	3	4	4	4	3	4	22
52	4	4	4	4	3	3	22
53	3	3	3	3	3	3	18
54	4	3	4	4	3	3	21
55	4	3	3	4	4	4	22
56	3	4	4	3	4	3	21
57	4	3	3	3	4	4	21
58	3	4	2	3	4	4	20
59	4	4	3	4	3	3	21
60	3	4	4	3	4	3	21
61	3	3	3	4	4	2	19
62	3	4	3	4	3	4	21
63	3	4	4	3	3	4	21
64	3	3	4	2	3	4	19
65	3	4	4	3	3	4	21
66	4	4	4	4	4	3	23
67	4	4	3	4	3	3	21
68	3	4	3	4	3	4	21
69	4	3	4	3	4	3	21
70	3	4	3	4	3	3	20
71	3	4	3	4	3	4	21
72	3	4	3	4	3	4	21

73	3	4	3	4	3	4	21
74	4	1	3	3	3	4	18
75	4	3	4	3	4	3	21
76	4	3	4	3	4	3	21
77	3	4	3	4	3	4	21
78	3	4	3	4	4	4	22
79	3	4	4	3	4	3	21
80	2	3	3	4	3	4	19
81	4	3	4	4	3	4	22
82	4	3	4	3	4	4	22
83	4	4	3	4	4	3	22
84	4	4	3	4	3	3	21
85	4	3	4	4	3	4	22
86	4	4	3	4	3	4	22
87	3	4	4	4	3	4	22
88	4	3	3	3	3	3	19
89	4	3	3	3	2	3	18
90	4	3	4	4	4	3	22
91	3	2	4	4	4	3	20
92	3	4	4	3	4	3	21
93	4	3	3	4	4	3	21
94	3	3	4	4	4	3	21
95	3	4	4	4	3	3	21
96	3	3	3	4	3	4	20

VARIABEL Y (KEPUASAN NASABAH)

NoResponden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
1	3	3	4	4	3	4	21
2	4	3	3	3	4	4	21

3	3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	3	4	3	4	22
5	4	4	3	4	4	4	23
6	3	3	4	3	3	4	20
7	3	3	4	4	3	4	21
8	4	4	3	4	4	4	23
9	4	3	3	4	4	4	22
10	3	3	4	3	3	4	20
11	4	3	4	3	4	4	22
12	4	4	3	4	4	3	22
13	3	3	4	3	4	4	21
14	4	4	3	4	3	3	21
15	4	4	4	3	3	4	22
16	4	4	3	4	4	3	22
17	4	4	4	3	4	3	22
18	4	3	3	4	4	3	21
19	4	4	3	4	4	3	22
20	4	3	4	4	3	4	22
21	4	4	3	4	4	3	22
22	4	4	3	3	4	4	22
23	4	4	3	3	4	4	22
24	3	3	4	3	4	4	21
25	3	4	4	3	3	4	21
26	4	3	3	4	3	4	21
27	3	2	4	3	3	3	18
28	3	4	3	3	4	2	19
29	3	4	2	1	3	4	17
30	3	3	2	1	2	4	15
31	3	3	4	3	3	4	20

32	4	4	4	3	4	4	23
33	4	3	3	4	4	3	21
34	4	3	3	4	4	3	21
35	3	3	4	4	4	3	21
36	4	3	3	3	3	4	20
37	3	3	4	4	3	4	21
38	4	3	3	4	3	4	21
39	3	4	3	3	3	3	19
40	4	3	4	4	3	4	22
41	4	3	4	4	3	4	22
42	3	4	3	4	4	3	21
43	4	4	3	2	3	4	20
44	4	2	2	3	4	2	17
45	3	3	3	4	4	3	20
46	3	3	4	3	3	3	19
47	4	4	4	4	3	3	22
48	4	3	3	4	3	3	20
49	3	3	3	3	4	4	20
50	3	3	4	4	4	4	22
51	4	4	3	4	3	3	21
52	3	3	3	3	4	4	20
53	4	4	3	3	3	4	21
54	4	4	3	4	4	3	22
55	3	3	3	4	4	4	21
56	4	3	4	4	3	4	22
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	4	4	3	4	4	22
59	3	4	2	3	3	4	19
60	4	2	4	2	3	3	18

61	3	4	3	3	4	4	21
62	3	3	4	3	4	4	21
63	3	4	3	4	3	4	21
64	3	3	4	4	2	3	19
65	3	4	3	4	3	4	21
66	4	3	3	4	4	3	21
67	3	4	3	4	3	3	20
68	4	3	4	3	4	3	21
69	4	3	4	3	4	3	21
70	3	4	3	4	3	4	21
71	3	4	3	4	3	4	21
72	4	3	4	3	4	4	22
73	3	4	2	4	3	3	19
74	4	3	4	3	4	3	21
75	3	4	3	4	3	4	21
76	4	3	4	3	4	3	21
77	4	3	4	3	4	4	22
78	4	4	3	4	3	4	22
79	3	4	4	4	3	3	21
80	4	3	4	3	3	4	21
81	4	3	3	4	3	4	21
82	4	3	4	4	3	4	22
83	3	3	3	4	4	4	21
84	3	4	4	3	4	3	21
85	4	4	3	4	4	3	22
86	4	3	4	4	3	4	22
87	4	4	3	4	3	4	22
88	3	4	3	3	3	3	19
89	4	3	4	4	4	2	21

90	4	3	4	4	4	2	21
91	3	3	3	4	3	4	20
92	2	4	4	4	3	3	20
93	3	1	4	3	3	4	18
94	3	4	3	3	4	4	21
95	3	3	3	3	3	4	19
96	4	4	3	3	3	4	21

HASIL INPUT SPSS 26

UJI VALIDITAS

X1 (Pengalaman Pengguna)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Pengalaman Pengguna
X1.1	Pearson Correlation	1	,070	-,181	,208*	-,087	-,141	,358**
	Sig. (2-tailed)		,496	,078	,042	,400	,171	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	,070	1	-,282**	,067	,179	-,086	,455**
	Sig. (2-tailed)	,496		,005	,517	,081	,405	,333
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	-,181	-,282**	1	-,271**	,093	,049	,142
	Sig. (2-tailed)	,078	,005		,008	,368	,637	,168
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	,208*	,067	-,271**	1	-,273**	,245*	,443**
	Sig. (2-tailed)	,042	,517	,008		,007	,016	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	-,087	,179	,093	-,273**	1	-,076	,374**
	Sig. (2-tailed)	,400	,081	,368	,007		,462	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	-,141	-,086	,049	,245*	-,076	1	,466**
	Sig. (2-tailed)	,171	,405	,637	,016	,462		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Pengalaman Pengguna	Pearson Correlation	,358**	,455**	,333	,443**	,374**	,466**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,168	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

X2 (Keamanan)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Keamanan
X2.1	Pearson Correlation	1	,038	,085	,208*	,058	,048	,490**
	Sig. (2-tailed)		,711	,410	,042	,574	,640	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	,038	1	-,029	,041	,046	,043	,360**
	Sig. (2-tailed)	,711		,776	,690	,654	,680	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	,085	-,029	1	-,089	,125	-,017	,540**
	Sig. (2-tailed)	,410	,776		,388	,226	,868	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	,208*	,041	-,089	1	-,181	,089	,328**
	Sig. (2-tailed)	,042	,690	,388		,078	,389	,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	,058	,046	,125	-,181	1	,035	,419**
	Sig. (2-tailed)	,574	,654	,226	,078		,733	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	,048	,043	-,017	,089	,035	1	,470**
	Sig. (2-tailed)	,640	,680	,868	,389	,733		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Keamanan	Pearson Correlation	,490**	,360**	,540**	,328**	,419**	,470**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

X3 (Fitur)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Fitur
X3.1	Pearson Correlation	1	-,035	-,114	-,037	,166	-,147	,377**
	Sig. (2-tailed)		,733	,270	,723	,106	,152	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	-,035	1	-,075	,078	-,084	,102	,526**
	Sig. (2-tailed)	,733		,466	,449	,416	,321	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	-,114	-,075	1	-,215*	,050	-,066	,275**
	Sig. (2-tailed)	,270	,466		,036	,628	,521	,007
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	-,037	,078	-,215*	1	-,238*	,031	,280**
	Sig. (2-tailed)	,723	,449	,036		,019	,761	,006
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	,166	-,084	,050	-,238*	1	-,266**	,294**
	Sig. (2-tailed)	,106	,416	,628	,019		,009	,004
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.6	Pearson Correlation	-,147	,102	-,066	,031	-,266**	1	,318**
	Sig. (2-tailed)	,152	,321	,521	,761	,009		,002
	N	96	96	96	96	96	96	96
Fitur	Pearson Correlation	,377**	,526**	,275**	,280**	,294**	,318**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,007	,006	,004	,002	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Y(Kepuasan Pengguna)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Kepuasan Pengguna
Y.1	Pearson Correlation	1	-,026	-,011	,140	,246*	-,128	,469**
	Sig. (2-tailed)		,799	,918	,173	,016	,216	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	-,026	1	-,307**	,118	,031	,007	,366**
	Sig. (2-tailed)	,799		,002	,254	,761	,947	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	-,011	-,307**	1	,052	,018	,051	,340**
	Sig. (2-tailed)	,918	,002		,612	,865	,620	,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	,140	,118	,052	1	,058	-,139	,559**
	Sig. (2-tailed)	,173	,254	,612		,571	,177	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	,246*	,031	,018	,058	1	-,258*	,423**
	Sig. (2-tailed)	,016	,761	,865	,571		,011	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	-,128	,007	,051	-,139	-,258*	1	,296*
	Sig. (2-tailed)	,216	,947	,620	,177	,011		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Kepuasan Pengguna	Pearson Correlation	,469**	,366**	,340**	,559**	,423**	,296*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,027	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

UJI RELIABILITAS

X1 (Pengalaman pengguna)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha ^a	N of Items
,854	6

X2 (Keamanan)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,802	7

X3 (Fitur)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha ^a	N of Items
,887	6

Y (Kepuasan pengguna)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha ^a	N of Items
,799	8

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,20814644
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,079
	Negative	-,107
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,083 ^c

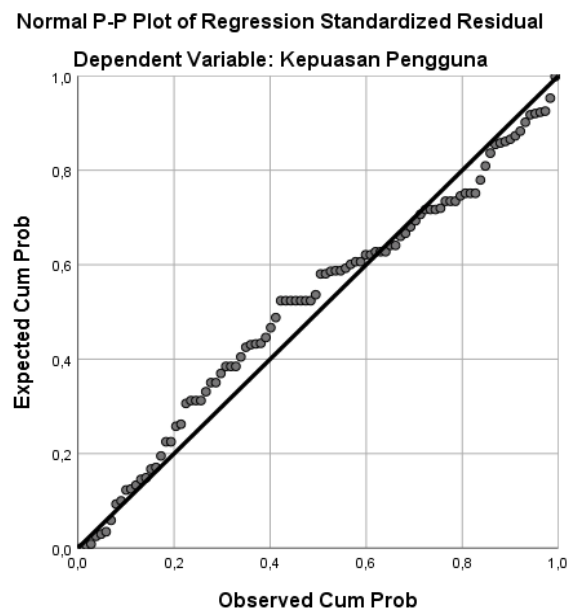
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

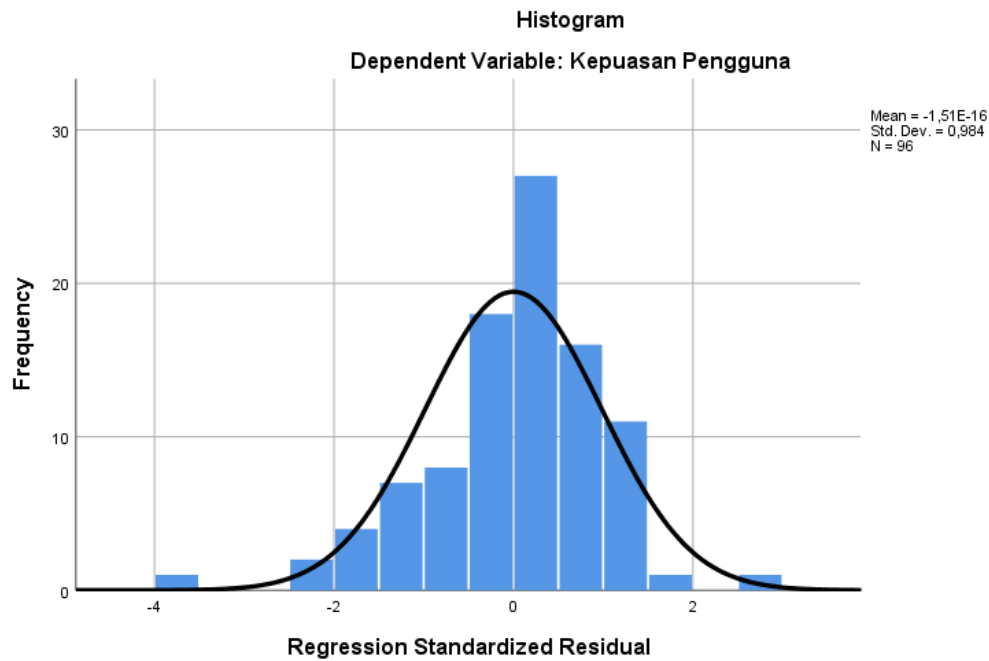
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 4.2

Hasil Uji Normal Probability Plot



Gambar 4.3
Hasil Uji Histogram



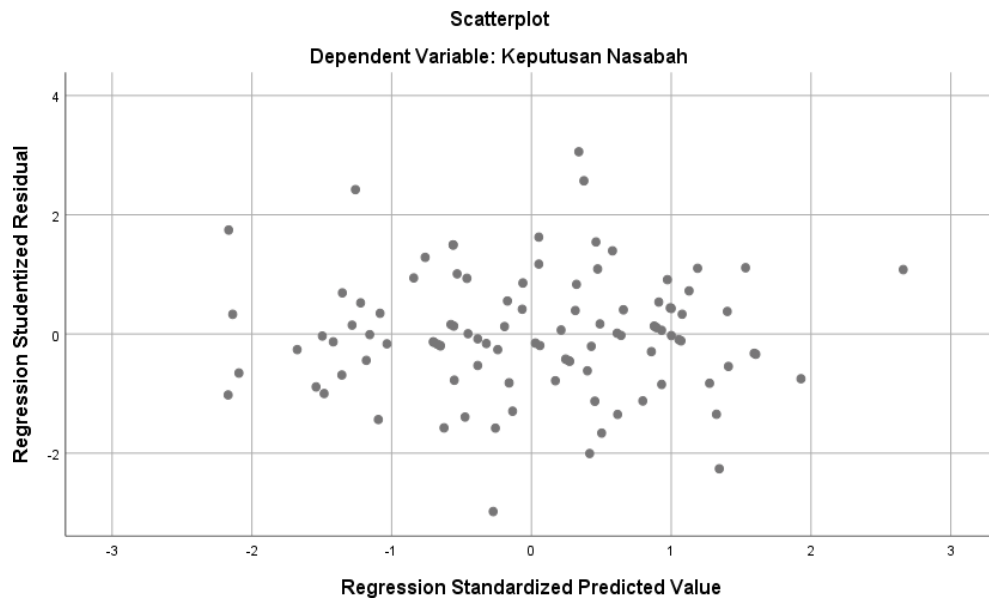
Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 26, 2025

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics		
Model		Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,004		
	Pengalaman Pengguna	,237	,716	1,396
	Keamanan	,237	,823	1,215
	Fitur	,609	,763	1,311

a. Dependent Variable: ABS_RE

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Metode Scatterplot



Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas
Metode Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,970	1,695		2,932	,004
	Pengalaman Pengguna	-,090	,076	,142	-1,190	,237
	Keamanan	,064	,054	,132	1,191	,237
	Fitur	,042	,081	,059	-,513	,609

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,970	1,695		,932	,425
Pengalaman Pengguna	,486	,076	,244	3,642	,000
Keamanan	,354	,054	,263	4,107	,000
Fitur	,377	,081	,218	3,770	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,970	1,695		,932	,425
Pengalaman Pengguna	,486	,076	,244	3,642	,000
Keamanan	,354	,054	,263	4,107	,000
Fitur	,377	,081	,218	3,770	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	44,670	3	14,890	9,879	,000 ^b
Residual	138,664	92	1,507		
Total	183,333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Fitur, Keamanan, Pengalaman Pengguna

Tabel 4.17

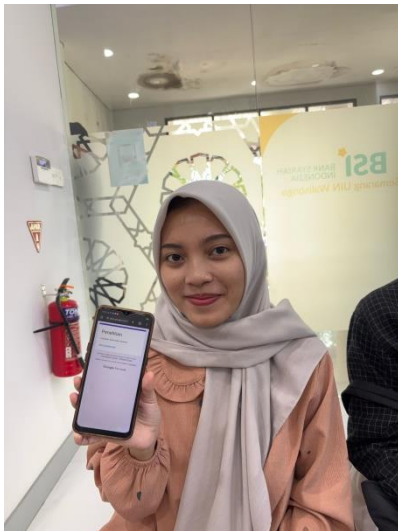
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

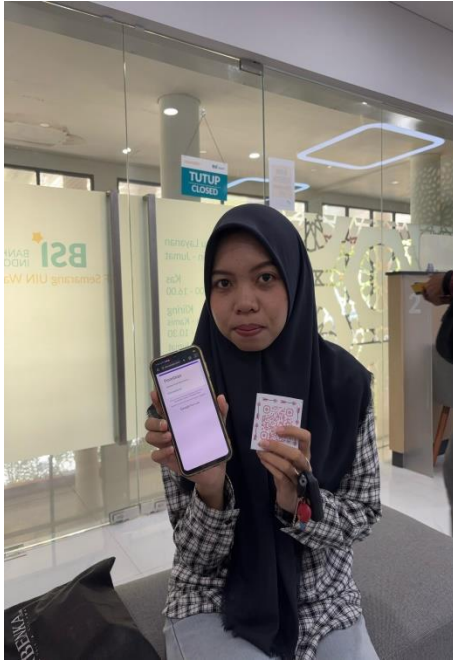
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,494 ^a	,644	,619	1,228	1,660

a. Predictors: (Constant), Fitur, Keamanan, Pengalaman Pengguna

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Lampiran 5: Dokumentasi Penyebaran Kuisioner





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Charir Da Taftia Chamuda
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 17 Maret 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jungsemi 02/01 Wedung Demak
Email : 2105036154@student.walisongo.ac.id
Institusi : UIN Walisongo Semarang
Orang Tua : Ayah : Mukhammad Alim
Ibu : Siti Asiyah



B. Pendidikan

1. TK Eka Bhakti Jungsemi	(2007-2009)
2. SDN Jungsemi	(2009-2015)
3. MTs. Darul Ulum Jepara	(2015-2018)
4. SMA NU Al-Ma'ruf Kudus	(2018-2021)

C. Pengalaman Organisasi

1. KoBi (Komunitas Bisnis) UIN Walisongo
2. OrDa IMADE (Ikatan Mahasiswa Demak)
3. KopMa Walisongo (Koperasi Mahasiswa)

D. Pengalaman Kerja

1. Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Semarang Ahmad Yani

Demikian daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana semestinya.