

# Determinants of Intention to Use BYOND by BSI Mobile Banking: The Roles of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Service Features, and Perceived Risk

Zakiya Salsabila<sup>1</sup>, Nihayatu Aslamatis Solekah<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia<sup>1,2</sup>

[bilrsz24@gmail.com](mailto:bilrsz24@gmail.com), [aslamatis\\_1@pbs.uin-malang.ac.id](mailto:aslamatis_1@pbs.uin-malang.ac.id)

<https://doi.org/10.46367/jps.v7i1.2979>

Received: March 5, 2026 Revised: March 10, 2026 Accepted: Apr 18, 2026 Published: Apr 30, 2026

## Abstract

**Purpose** - This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, service features, and perceived risk on the intention to use BYOND by BSI mobile banking in Malang City. **Methodology** - This research employs a quantitative approach using a survey method, where primary data were collected through questionnaires distributed to 125 respondents who are active users of BYOND by BSI mobile banking in Malang City. The sample was selected using a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3, including outer model evaluation through Confirmatory Factor Analysis (CFA) and inner model analysis for hypothesis testing. **Findings** - The results indicate that perceived ease of use, perceived usefulness, and service features have a positive and significant effect on the intention to use BYOND by BSI mobile banking in Malang City. Meanwhile, perceived risk does not have a significant effect on usage intention. **Implications** - These findings suggest that enhancing ease of use, perceived benefits, and service feature quality plays an important role in increasing users' intention to adopt mobile banking services, while perceived risk is not a determining factor in this context.

**Keywords:** Mobile Banking, BYOND By BSI, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Service Features, Perceived Risk.

## Determinan Minat Menggunakan Mobile Banking BYOND by BSI: Peran Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Fitur Layanan, dan Persepsi Risiko

### Abstrak

**Tujuan** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang. **Metode** - Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 125 responden pengguna aplikasi BYOND by BSI di Kota Malang. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS 3, yang meliputi evaluasi outer model melalui Confirmatory Factor Analysis (CFA) serta inner model untuk pengujian hipotesis. **Temuan** - Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan fitur



layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang. Sementara itu, persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. **Implikasi** - Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kualitas fitur layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan mobile banking, sedangkan persepsi risiko tidak menjadi faktor utama dalam konteks penelitian ini.

**Kata Kunci:** Mobile Banking, BYOND By BSI, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Fitur Layanan, Persepsi Risiko.

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir (Wiryaningrum et al., 2022). Data APJII tahun 2025 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet telah mencapai 229,43 juta jiwa atau sekitar 80,66% dari total populasi, yang didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z. Kondisi ini mendorong digitalisasi di berbagai sektor, termasuk perbankan, di mana mobile banking menjadi solusi utama karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi (Haswinda, 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, perbankan syariah di Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Laporan OJK per Mei 2025 mencatat peningkatan aset dan pembiayaan dengan pertumbuhan mencapai 9,18%. Pertumbuhan ini didukung oleh inovasi digital yang memperluas layanan dan meningkatkan inklusi keuangan syariah, sehingga mobile banking menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat yang menginginkan layanan praktis dan sesuai prinsip Islam (Lainufar & Hana, 2025).

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia terus memperkuat transformasi digitalnya. Dengan jumlah nasabah yang mencapai lebih dari 35 juta pada pertengahan 2025, BSI mengembangkan layanan berbasis teknologi untuk menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi digital (Ayunita & Firdaus, 2024). Peningkatan penggunaan layanan digital juga tercermin dari pertumbuhan transaksi dan kepuasan nasabah (Hidayah et al., 2025).

Aplikasi BSI Mobile sebagai layanan digital utama sebelumnya menunjukkan pertumbuhan pengguna yang signifikan. Pada tahun 2021 jumlah pengguna mencapai lebih dari 2,7 juta dan terus meningkat menjadi 4,81 juta pada 2022 serta 6,3 juta pada 2023. Pada semester I 2024, jumlah pengguna mencapai 7,12 juta, menunjukkan tren peningkatan yang konsisten setiap tahun (Indotelko, 2021).

Transformasi digital BSI berlanjut dengan peluncuran BYOND by BSI pada November 2024 sebagai superapp yang mengintegrasikan layanan keuangan, investasi, dan gaya hidup dalam satu platform (Ramadhani, 2025). Jumlah pengguna BYOND by BSI meningkat pesat, dari sekitar 1 juta pada Desember 2024 menjadi lebih dari 3 juta pada Maret 2025 (BSI, 2025). Hal ini menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap inovasi digital perbankan syariah (Kurniawan et al., 2025).

Keputusan penggunaan aplikasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya persepsi kemudahan. Dalam model Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kemudahan menggambarkan sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem mudah digunakan tanpa usaha besar (Davis, 1989). Dalam konteks mobile banking, kemudahan tercermin dari tampilan sederhana, navigasi yang jelas, serta proses transaksi yang tidak rumit (Kamila, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam, di mana kemudahan berpengaruh signifikan (Rumuar & Nugroho, 2024), namun pada penelitian lain tidak berpengaruh langsung (Ratnasari, 2024).

Selain itu, persepsi kemanfaatan juga menjadi faktor penting dalam keputusan penggunaan. Persepsi ini berkaitan dengan sejauh mana teknologi memberikan manfaat seperti efisiensi waktu dan peningkatan produktivitas (Sulkarnain et al., 2022). Namun, hasil penelitian menunjukkan ketidakkonsistenan, di mana terdapat pengaruh signifikan (Sena & Tamam, 2025) dan tidak signifikan secara parsial (Elvina & Rahmani, 2023).

Fitur layanan juga berperan dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Kelengkapan fitur seperti pembayaran digital, transfer, dan investasi syariah menjadi nilai tambah dalam aplikasi mobile banking (Hidayah et al., 2025). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan (Aini et al., 2022) namun terdapat pula hasil yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan (Fahrudi et al., 2023), sehingga masih terdapat kesenjangan penelitian.

Selain faktor tersebut, persepsi risiko juga memengaruhi keputusan penggunaan. Persepsi risiko mencerminkan kekhawatiran pengguna terhadap keamanan data dan potensi kerugian dalam transaksi digital (Utomo & Rahman, 2024). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh signifikan (Kurniaputra, 2017), namun penelitian lain menemukan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Putri & Rahayu, 2024). Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh risiko masih perlu dikaji lebih lanjut.

## Telaah Literatur

### Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks perbankan digital, persepsi ini tercermin dari kemudahan pengguna dalam memahami, mempelajari, dan mengoperasikan aplikasi secara efisien melalui navigasi yang sederhana serta tampilan antarmuka yang jelas (Ratnasari, 2024). Kemudahan juga berkaitan dengan kelancaran penggunaan layanan dalam mendukung aktivitas transaksi sehari-hari secara cepat dan praktis (Kristanti & Pambudi, 2017). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna menerima dan terus menggunakan teknologi tersebut. Persepsi kemudahan ini dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu mudah dipelajari, dapat dikontrol, fleksibel, mudah digunakan, serta jelas dan mudah dipahami (Azizah, 2025).

### Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja serta memberikan manfaat nyata dalam aktivitasnya. Dalam konteks mobile banking, kemanfaatan tercermin dari kemampuan layanan dalam menghemat waktu, mempermudah transaksi, serta memberikan akses yang cepat dan efisien terhadap berbagai layanan keuangan (Sulkarnain et al., 2022). Selain itu, mobile banking juga dinilai memberikan nilai tambah dibandingkan layanan konvensional karena memungkinkan pengguna melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja dengan lebih praktis (Elvina & Rahmani, 2023). Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemanfaatan yang dirasakan, semakin besar kecenderungan pengguna untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Persepsi kemanfaatan ini dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu membantu mempercepat transaksi, meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, memberikan kemudahan dan kepraktisan tanpa harus ke bank, mempermudah akses layanan perbankan syariah, serta bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari.

## Fitur Layanan

Fitur layanan dalam konteks mobile banking menggambarkan kualitas dan kelengkapan fasilitas digital yang disediakan bank untuk memenuhi kebutuhan transaksi pengguna. Menurut (Jun & Palacios, 2016), fitur layanan merupakan dimensi penting dalam kualitas layanan mobile banking yang mencerminkan kemampuan sistem dalam memberikan kemudahan, keandalan, keamanan, serta keberagaman fungsi. Fitur yang lengkap dan mudah diakses dapat meningkatkan kenyamanan serta pengalaman pengguna dalam bertransaksi (Kristanti & Pambudi, 2017). Selain itu, fitur layanan juga menjadi faktor yang mendorong keputusan penggunaan karena memberikan nilai tambah bagi nasabah (Ratnasari, 2024), terlebih jika didukung oleh fitur berbasis syariah yang mampu meningkatkan kepercayaan pengguna (Aini et al., 2022). Semakin lengkap dan mudah digunakan fitur yang tersedia, semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut (Rumuar & Nugroho, 2024). Dengan demikian, fitur layanan dapat diartikan sebagai keseluruhan fasilitas dalam aplikasi mobile banking yang dirancang untuk memudahkan transaksi secara cepat, aman, dan sesuai kebutuhan pengguna. Pengukuran fitur layanan mencakup beberapa indikator, yaitu kelengkapan fitur transaksi, kemudahan penggunaan, kesesuaian dengan kebutuhan pengguna, tampilan yang menarik dan mudah diakses, serta keamanan dalam melindungi data dan transaksi pengguna.

## Persepsi Risiko

Persepsi risiko (*perceived risk*) merupakan keyakinan pengguna terhadap potensi kerugian atau ketidakpastian yang mungkin timbul dalam penggunaan suatu teknologi. Dalam konteks mobile banking, risiko yang dirasakan berkaitan dengan kemungkinan terjadinya kebocoran data, kesalahan sistem, maupun penipuan dalam transaksi digital (Utomo & Rahman, 2024). Persepsi ini menjadi faktor penting karena semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan, semakin rendah tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda, di mana risiko tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan karena pengguna lebih mempertimbangkan manfaat dan kemudahan (Kurniaputra, 2017). Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan, terutama terkait keamanan data dan privasi pengguna (Putri & Rahayu, 2024). Dengan demikian, persepsi risiko dapat diartikan sebagai tingkat kekhawatiran pengguna terhadap potensi kerugian dalam penggunaan mobile banking yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan. Persepsi risiko ini dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu risiko keamanan data, risiko kesalahan transaksi, risiko penyalahgunaan informasi pribadi, risiko kegagalan sistem, serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan aplikasi.

## Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan tahap akhir dalam proses individu menentukan pilihan untuk menggunakan suatu produk atau layanan, termasuk mobile banking. Keputusan ini terbentuk setelah pengguna mempertimbangkan berbagai aspek seperti kemudahan, manfaat, serta keandalan layanan yang ditawarkan (Ratnasari, 2024). Persepsi positif terhadap kualitas layanan dan kemudahan akses juga mendorong pengguna untuk memanfaatkan aplikasi secara berkelanjutan (Kamila, 2024). Selain itu, keputusan penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan dan kenyamanan saat bertransaksi (Aini et al., 2022). Keputusan ini semakin kuat ketika pengguna merasa fitur, keamanan, dan kinerja aplikasi mampu memenuhi kebutuhan finansial mereka secara efektif (Rumuar & Nugroho, 2024). Dengan demikian, keputusan penggunaan dapat diartikan sebagai tindakan nyata individu dalam memilih dan menggunakan layanan berdasarkan pertimbangan



manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan pengalaman. Dalam penelitian ini, keputusan penggunaan diukur melalui beberapa indikator, yaitu kepuasan penggunaan, konsistensi penggunaan, keinginan berkelanjutan, rekomendasi kepada orang lain, serta preferensi utama terhadap aplikasi (Andriana & Wahyuni, 2024).

### **Pengembangan Hipotesis**

Persepsi kemudahan merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan penggunaan mobile banking. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan (Kamila, 2024), meskipun terdapat temuan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu langsung, melainkan melalui variabel mediasi seperti minat menggunakan (Ratnasari, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk memanfaatkannya. H1: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang.

Persepsi kemanfaatan juga menjadi determinan penting dalam keputusan penggunaan mobile banking. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan (Antoni & Lukman, 2024), meskipun terdapat hasil yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan secara parsial namun tetap berpengaruh secara simultan (Elvina & Rahmani, 2023). Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk menggunakan aplikasi. H2: Persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang.

Fitur layanan merupakan aspek yang memengaruhi kenyamanan dan keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan (Firsty & Oktini, 2024), yang berarti semakin lengkap dan sesuai fitur yang tersedia, semakin tinggi keputusan pengguna. H3: Fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang.

Persepsi risiko menjadi faktor yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan, meskipun hasil penelitian sebelumnya masih beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Putri & Rahayu, 2024) sementara penelitian lain menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan (Antoni & Lukman, 2024), Hal ini menunjukkan bahwa tingkat risiko yang dirasakan dapat memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking. H4: Persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif yang bertujuan menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI. Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang pada periode November 2025 hingga Februari 2026. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi. Data yang digunakan meliputi data primer melalui kuesioner berbasis skala Likert 5 poin dan data sekunder dari berbagai sumber literatur. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 3 dengan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk pada model pengukuran (outer

model), serta analisis model struktural (inner model) untuk menguji hubungan antarvariabel melalui nilai path coefficient dan R-square dalam pengujian hipotesis.

## Hasil dan Pembahasan

### Karakteristik Responden

Tabel karakteristik responden ini menggambarkan profil 125 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik yang ditampilkan meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran per bulan, serta lama penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Informasi ini digunakan untuk memberikan gambaran umum responden serta memastikan bahwa sampel telah sesuai dengan kriteria penelitian yang ditetapkan. Berikut disajikan karakteristik responden penelitian.

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

Karakteristik	Informasi	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	35,20%
	Perempuan	80	64,80%
Usia	17-25 tahun	109	87,20%
	26-30 tahun	13	10,40%
	31-40 tahun	-	-
	41-50 tahun	2	1,60%
	>50 tahun	1	0,80%
	Pekerjaan	Wiraswasta	10
Swasta		8	6,40%
ASN/TNI/POLRI		5	4%
Pelajar/Mahasiswa		102	81,60%
Pengeluaran Per Bulan	<1.000.000	28	22,40%
	1.000.000-3.000.000	83	66,40%
	3.000.000-5.000.000	8	6,40%
	5.000.000-10.000.000	4	3,20%
	>10.000.000	2	1,60%
	Lama Penggunaan	<6 bulan	60
6 bulan		14	11,20%
>6 bulan		51	48,80%

### Hasil Analisis *Outer Model*

Analisis outer model digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dalam penelitian ini, yaitu dengan menguji hubungan antara indikator dan variabel laten. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk penelitian secara valid dan reliabel. Pengujian dilakukan melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) menggunakan SmartPLS 3 dengan melihat nilai validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Hasil pengujian outer model menjadi dasar kelayakan instrumen sebelum dilakukan analisis lebih lanjut pada model struktural.

**Tabel 2 Uji Loading Factor**

Variabel	Item	Outer Loading	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,777	Valid
	X1.2	0,779	Valid
	X1.3	0,767	Valid
	X1.4	0,765	Valid
	X1.5	0,775	Valid
Persepsi Kemanfaatan	X2.1	0,753	Valid
	X2.2	0,758	Valid
	X2.3	0,710	Valid
	X2.4	0,751	Valid
Fitur Layanan	X3.1	0,702	Valid
	X3.2	0,785	Valid
	X3.3	0,765	Valid
	X3.4	0,727	Valid
	X3.5	0,655	Valid
Persepsi Risiko	X4.1	0,956	Valid
	X4.2	0,753	Valid
	X4.3	0,736	Valid
	X4.4	0,559	Valid
	X4.5	0,653	Valid
Keputusan Penggunaan	Y1	0,765	Valid
	Y2	0,614	Valid
	Y3	0,880	Valid
	Y4	0,725	Valid
	Y5	0,755	Valid

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, persepsi risiko, dan keputusan penggunaan memiliki nilai outer loading di atas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan variabelnya masing-masing dengan baik, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lanjutan.

**Tabel 3 Uji Average Variance Extracted**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi Kemudahan	0,597
Persepsi Kemanfaatan	0,553
Fitur Layanan	0,530
Persepsi Risiko	0,552
Keputusan Penggunaan	0,566

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil pengujian AVE menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai di atas 0,50. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih



dari 50% varians indikatornya, sehingga seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik.

**Tabel 4 Uji HTMT**

	X1	X2	X3	X4	Y
X1					
X2	0.829				
X3	0.620	0.894			
X4	0.134	0.147	0.254		
Y	0.768	0.786	0.655	0.150	

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil pengujian HTMT menunjukkan bahwa seluruh nilai antar konstruk berada di bawah 0,90. Hal ini berarti setiap variabel dalam penelitian ini memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan.

**Tabel 5 Uji1 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi Kemudahan	0,831	0,881
Persepsi Kemanfaatan	0,733	0,832
Fitur Layanan	0,778	0,849
Persepsi Risiko	0,919	0,857
Keputusan Penggunaan	0,808	0,866

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70. Hal ini menandakan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

### Hasil Analisis Inner Model

Analisis inner model digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam model penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam penelitian. Pengujian dilakukan melalui analisis *path coefficient*, nilai *R-square*, *multicollinearity (VIF)*, dan *effect size (F-square)* menggunakan SmartPLS 3. Hasil dari pengujian inner model digunakan untuk melihat kekuatan hubungan antar variabel serta kemampuan model dalam menjelaskan variabel keputusan penggunaan BYOND by BSI.

**Tabel 5 Uji Multikolinearitas (Multicollinearity)**

Variabel	VIF
Persepsi Kemudahan	1,764
Persepsi Kemanfaatan	2,496
Fitur Layanan	2,064
Persepsi Risiko	1,144

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)



Hasil pengujian VIF menunjukkan bahwa seluruh variabel eksogen memiliki nilai dibawah 10. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model penelitian, sehingga setiap variabel eksogen dapat memberikan kontribusi yang independen dalam menjelaskan variabel dependen.

**Tabel 4. 2 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)**

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Penggunaan	0,535	0,520

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil uji R-Square menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, dan persepsi risiko mampu menjelaskan 53,5% variasi keputusan penggunaan. Nilai ini termasuk kategori moderat, yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik.

**Tabel 4. 3 Uji Effect Size (F-Square)**

	Keputusan Penggunaan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,164
Persepsi Kemanfaatan (X2)	0,051
Fitur Layanan (X3)	0,047
Persepsi Risiko (X4)	0,031
Keputusan Penggunaan (Y)	

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil uji F-Square menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan penggunaan dibanding variabel lainnya. Sementara itu, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, dan persepsi risiko memberikan kontribusi kecil namun tetap berperan dalam membentuk keputusan penggunaan secara keseluruhan.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang telah dirumuskan sebelumnya. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI di Kota Malang. Analisis dilakukan menggunakan SmartPLS 3 dengan melihat nilai *path coefficient* serta *t-statistic* atau *p-value* untuk menentukan tingkat signifikansi hubungan antar variabel. Hasil uji ini digunakan sebagai dasar dalam menerima atau menolak hipotesis penelitian.

**Tabel 4. 4 Uji Path Coefficient (Direct Effect)**

No	Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
1	H1 Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan <i>mobile banking</i> BYOND by BSI di Kota Malang	0,367	4,118	0,000	Diterima

No	Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
2	H2 Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan <i>mobile banking</i> BYOND by BSI di Kota Malang	0,243	2,684	0,008	Diterima
3	H3 Fitur Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan <i>mobile banking</i> BYOND by BSI di Kota Malang	0,212	2,079	0,038	Diterima
4	H4 Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan <i>mobile banking</i> BYOND by BSI di Kota Malang	0,129	1,245	0,214	Ditolak

Sumber: Output smart-pls diolah oleh peneliti, (2026)

Hasil uji *path coefficient* menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BYOND by BSI dengan koefisien 0,367 (t-statistic 4,118; p-value 0,000), sehingga H1 diterima. Persepsi kemanfaatan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,243 (t-statistic 2,684; p-value 0,008), sehingga H2 diterima. Fitur layanan turut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan koefisien 0,212 (t-statistic 2,079; p-value 0,038), sehingga H3 diterima. Sementara itu, persepsi risiko menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan koefisien 0,129 (t-statistic 1,245; p-value 0,214), sehingga H4 ditolak. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, kemanfaatan, dan fitur layanan berperan penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan, sedangkan persepsi risiko tidak menjadi faktor yang signifikan dalam model penelitian ini.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI di Kota Malang**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dengan nilai t-statistic 4,118 dan p-value 0,000 (<0,05) serta koefisien jalur 0,367 yang bernilai positif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula keputusan untuk menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Kemudahan tersebut tercermin dari kejelasan navigasi, kemudahan memahami fitur, serta kemampuan pengguna dalam mengontrol transaksi. Indikator yang paling dominan adalah kemudahan mengontrol transaksi yang menunjukkan bahwa rasa kendali penuh terhadap aktivitas perbankan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi kemudahan. Temuan ini sejalan dengan TAM (Davis, 1989) serta mendukung penelitian Kamila (2024) dan Rumuar & Nugroho (2024) yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi.

## **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dengan nilai t-statistic 2,684 dan p-value 0,008 (<0,05) serta koefisien jalur 0,243 yang bernilai positif. Hal ini berarti semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin besar keputusan untuk menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Kemanfaatan tersebut tercermin dari efisiensi waktu, kemudahan transaksi, serta peningkatan efektivitas pengelolaan keuangan. Indikator paling dominan adalah peningkatan efisiensi pengelolaan keuangan yang menunjukkan bahwa nilai guna praktis menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi manfaat. Hasil ini mendukung TAM (Davis, 1989) serta penelitian Antoni & Lukman (2024) dan Sena & Tamam (2025) yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

## **Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dengan nilai t-statistic 2,079 dan p-value 0,038 (<0,05) serta koefisien jalur 0,212 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan lengkap fitur layanan yang tersedia, maka semakin tinggi keputusan penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Fitur layanan yang dimaksud mencakup kelengkapan transaksi, kemudahan akses, serta keamanan sistem. Indikator paling dominan adalah kemudahan penggunaan fitur yang menunjukkan bahwa aspek kemudahan operasional fitur menjadi faktor penting dalam pengalaman pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ratnasari (2024), Rumuar & Nugroho (2024), serta Firsty & Oktini (2024) yang menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

## **Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dengan nilai t-statistic 1,245 dan p-value 0,214 (>0,05) meskipun koefisien jalur bernilai positif sebesar 0,129. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Pengguna cenderung lebih mempertimbangkan manfaat, kemudahan, dan fitur dibandingkan risiko yang bersifat potensial. Indikator paling dominan adalah kekhawatiran terhadap kerugian finansial akibat kesalahan sistem, namun kekhawatiran tersebut belum cukup kuat memengaruhi keputusan penggunaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Antoni & Lukman (2024) serta Azizah (2025) yang menunjukkan bahwa pengaruh persepsi risiko dapat bervariasi tergantung konteks dan pengalaman pengguna.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan SmartPLS, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BYOND by BSI di Kota Malang, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor yang memberikan nilai langsung bagi pengguna, seperti kemudahan operasional, manfaat yang dirasakan, serta kualitas fitur layanan yang tersedia dalam aplikasi.

Secara keseluruhan, variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan penggunaan adalah persepsi kemudahan, diikuti oleh persepsi kemanfaatan dan fitur layanan. Sementara itu, persepsi risiko tidak menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan penggunaan aplikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks pengguna BYOND by BSI di Kota Malang, faktor positif seperti kemudahan, manfaat, dan fitur layanan lebih menentukan dibandingkan faktor risiko dalam membentuk keputusan penggunaan mobile banking.

## Daftar Pustaka

- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- Andriana, S., & Wahyuni, S. (2024). *The Influence of Brand Image , Service Quality and Digital Promotion on Decisions and Loyalty to Use CIMB Niaga Credit Cards*. 3(6), 1165–1186.
- Antoni, G., & Lukman, H. (2024). Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(4), 3136–3147.
- Ayunita, & Firdaus, R. (2024). Peran Sistem Perbankan Syariah Indonesia Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 918–926. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Azizah, N. N. (2025). *Analisis Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Risiko, Nilai Pelanggan, Motivasi Hedonisme, dan Kepercayaan Pelaku Usaha Mikro Food and Beverage (FnB) di Kota Malang dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah*.
- BSI. (2025). *Pengguna BYOND by BSI Tumbuh Pesat Tembus 3,5 Juta User*. Bankbsi.Co.Id. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/pengguna-byond-by-bsi-tumbuh-pesat-tembus-35-juta-user>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elvina, A., & Rahmani, N. A. B. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2799–2805.
- Fahrudi, A. N. L. I., Rahimah, A., & Wahyuningtiyas, N. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 217–231. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Firsty, R. A. T., & Oktini, D. R. (2024). Pengaruh Fitur Layanan dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Penggunaan BJB Digi Mobile di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(2), 1034–1042. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i2.13431>
- Haswinda, H. (2023). *Relevansi Penggunaan Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BSI Parepare*. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/8230/%0Ahttps://repository.iainpare.ac.id/>



id/eprint/8230/1/18.2300.069.pdf

- Hidayah, F., Kunaifi, A., Amin, W., Abrar, H., Arifin, A., & Alan Nur Rifqi, M. (2025). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Digital Byond By Bsi Sidoarjo Gateway Dalam Mempermudah Transaksi. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 723–732. <https://doi.org/10.32806/ppsv.v4i1.760>
- Indotelko. (2021). *Transaksi mobile banking di BSI naik 97,4%*. Indotelko.Com. <https://www.indotelko.com/read/1629695226/transaksi-mobile-bsi>
- Jun, M., & Palacios, S. (2016). Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 307–326. <https://www.sciencedirect.com/org/science/article/abs/pii/S0265232316000685>
- Kamila, T. P. (2024). *Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank Syariah*.
- Kristanti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 65.
- Kurniaputra, A. Y. (2017). *Pengaruh Presepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI Di Surabaya*.
- Kurniawan, Sharunh, Saputra, & Shafrani. (2025). *Analisis kinerja PT Bank Syariah Indonesia Tbk melalui pendekatan Balanced Scorecard Perjalanan transformasi digital dan integrasi sektor keuangan syariah di Indonesia tahun 2021 , hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara . Sebagai institusi eksp.* 306–318.
- Lainufar, S., & Hana, K. F. (2025). Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia. ... *Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 284–303. <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/jariyah/article/view/3983%0Ahttps://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/jariyah/article/download/3983/1980>
- Putri, T., & Rahayu, Y. S. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Mahasiswa di Kota Malang. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 49–61. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v5i1.1740>
- Ramadhani, N. R. (2025). *Pengaruh Manfaat, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Aplikasi Byond by BSI sebagai Media Pembayaran Uang Kuliah Tunggal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*.
- Ratnasari, A. D. (2024). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Bsi Mobile Dengan Minat Menggunakan Sebagai Variabel Mediasi. In <Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/68874/>.
- Rumuar, A., & Nugroho, H. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Di Kalangan Generasi-Z. *Media Mahardhika*, 23(1), 190–201. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v23i1.1221>
- Sena, A. I., & Tamam. (2025). Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah BRI Persero Tbk Cabang Kalianda. *YUME : Journal of Management*, 8(1), 1103–1118.
- Sulkarnain, R., Dirwan, & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko

terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang SAM Ratulangi. *NMaR Nobel Management*, 3, 608–621. <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/NMaR>

Utomo, B. C., & Rahman, A. A. (2024). Analisis Kesadaran Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Wallet DANA. *JRST (Jurnal Riset Sains Dan Teknologi)*, 8(2), 155. <https://doi.org/10.30595/jrst.v8i2.21162>

Wiriany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242–252. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.8821>

