

Pengaruh Kualitas Layanan Super Apps Beyond Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia

¹ Rania Maulida, ² Zaifaturridha, ³ Khairani Sakdiah

^{1, 2, 3} Institut Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: maulidarania851@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of digital service quality of the Super Apps BYOND on customer interest at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Stabat. The service quality in this study is measured through five dimensions: Appearance & Usability (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), and Empathy & Sharia Value (X5), while Customer Interest (Y) represents the willingness and tendency of customers to use BSI's digital banking services. This research employs a quantitative associative approach with descriptive and verification methods. The population consists of all customers of BSI KCP Stabat, with 100 respondents selected using the purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 25. The results indicate that customers' perception of BYOND's service quality is in the very good category, with an overall mean score of 4.49, while the level of customer interest is in the good category, with an average score of 3.89. The partial test results (t-test) show that Appearance & Usability (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), and Empathy & Sharia Value (X5) have a significant effect on customer interest, whereas Assurance (X4) has no significant effect. Simultaneously, all five service quality dimensions significantly influence customer interest, with an Adjusted R² value of 0.784, indicating that 78.4% of the variation in customer interest can be explained by BYOND's service quality factors. In conclusion, the study proves that the better the quality of BYOND's digital services particularly in terms of visual design, usability, reliability, responsiveness, and adherence to Islamic values the higher the customer's interest in using the application continuously. This research highlights the importance for BSI to enhance its digital service excellence and promote Islamic digital literacy to achieve its vision as one of the Top 5 Global Islamic Banks.

Keywords: Service Quality, Super Apps BYOND, Customer Interest, Bank Syariah Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan Super Apps BYOND terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang

Pembantu (KCP) Stabat. Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur menggunakan lima dimensi, yaitu Tampilan dan Usability (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Kepastian (X4), dan Empati & Nilai Syariah (X5). Sedangkan Minat Nasabah (Y) mencerminkan keinginan dan kecenderungan nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan syariah. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI KCP Stabat, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap kualitas layanan aplikasi BYOND secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik, dengan nilai rata-rata 4,49, sedangkan tingkat minat nasabah tergolong baik, dengan nilai rata-rata 3,89. Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Tampilan & Usability (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), dan Empati & Syariah (X5) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, sedangkan Kepastian (X4) tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, kelima variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,784, yang berarti 78,4% variasi minat nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan BYOND. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan oleh aplikasi BYOND khususnya dalam hal tampilan, kemudahan penggunaan, keandalan, daya tanggap, dan penerapan nilai-nilai syariah maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan implikasi bagi BSI agar terus meningkatkan kualitas layanan digital berbasis syariah dan memperkuat literasi teknologi masyarakat dalam rangka mewujudkan visi sebagai Top 5 Global Islamic Bank.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Super Apps BYOND, Minat Nasabah, Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kekuatan utama yang membentuk ulang model layanan industri perbankan global, termasuk di sektor perbankan syariah Indonesia. Di tengah perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi, kebutuhan akan layanan perbankan yang cepat, aman, dan efisien menjadi semakin mendesak. Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menghadirkan aplikasi super digital bernama BYOND, sebagai bentuk migrasi dari BSI Mobile, dengan harapan meningkatkan pengalaman nasabah secara menyeluruh. Penelitian oleh Imam et al. (2025), menegaskan bahwa migrasi dari BSI Mobile ke BYOND berdampak signifikan terhadap kepuasan dan minat nasabah, terutama di kantor cabang pembantu (KCP) seperti Jember Karimata. Peningkatan kualitas layanan pada super app BYOND terbukti mampu memperkuat loyalitas nasabah melalui kemudahan akses, user interface yang intuitif, serta fitur yang sesuai prinsip syariah dan kebutuhan digital masa kini.

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan layanan keuangan syariah berbasis digital. Semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya transaksi halal, bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir, mendorong lembaga keuangan syariah untuk berinovasi menghadirkan layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga sesuai nilai-nilai maqashid syariah. Dalam menjawab tantangan era digital, Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan super app BYOND, sebuah platform yang mengintegrasikan layanan

keuangan syariah, gaya hidup Islami, dan edukasi keuangan dalam satu aplikasi. Menurut Sefiana & Hana (2025), menemukan bahwa faktor persepsi kemudahan, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND Bank Syariah Indonesia. Melalui pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik dan fitur yang responsif mampu meningkatkan intensi penggunaan super app tersebut dalam jangka panjang.

Aspek nilai syariah menjadi pembeda penting dari layanan perbankan konvensional. Dalam hal ini, seluruh sistem transaksi yang dilakukan melalui Super Apps BYOND harus bebas dari riba, gharar, dan maisir. Sebagaimana tertuang dalam QS. Al-Baqarah ayat 275: Artinya : *“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhan (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”* (QS. Al-Baqarah ayat 275)

Ayat ini mempertegas bahwa layanan perbankan syariah digital tidak hanya soal fungsi, tetapi juga keberkahan. Bahkan, Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 memperbolehkan penggunaan layanan perbankan digital, selama memenuhi prinsip syariah terkait akad, keamanan transaksi, dan tidak mengandung unsur yang diharamkan. Meski secara fitur terbilang lengkap, keberhasilan adopsi aplikasi digital seperti BYOND sangat ditentukan oleh kualitas layanan yang dirasakan pengguna.

Dalam perspektif teori kualitas layanan terdapat lima dimensi utama yang membentuk persepsi nasabah, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Dalam konteks layanan digital syariah, kualitas layanan tidak hanya mencakup kecepatan sistem dan tampilan visual, tetapi juga menyentuh aspek kenyamanan, kepercayaan, dan kejelasan fungsi Islami. Cahyati (2025), dalam penelitiannya di BSI menyebutkan bahwa “Nasabah merasa lebih nyaman menggunakan aplikasi BYOND jika layanan digitalnya cepat, tidak sering mengalami error, dan terdapat bantuan atau informasi yang mudah diakses. Kejelasan navigasi, bantuan teknis yang responsif, serta desain aplikasi yang menarik harus menjadi perhatian utama dalam pengembangan layanan digital syariah.” Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital memiliki peran signifikan terhadap persepsi, kenyamanan, dan keberlanjutan penggunaan aplikasi. Selain aspek teknis, minat nasabah terhadap aplikasi digital merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan layanan. Minat bukan hanya timbul dari kebutuhan sesaat, tetapi juga dari konstruksi psikologis yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepuasan pengguna.

Sefiana dan Hana (2025), menyatakan bahwa “Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi BYOND bersifat tidak langsung, melainkan dimediasi oleh kepuasan. Tanpa kepuasan, persepsi awal tidak mampu mendorong minat secara signifikan.” Dengan demikian, kualitas layanan yang mampu menciptakan pengalaman menyenangkan akan berdampak pada pembentukan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Ini menjadikan kepuasan sebagai variabel penghubung antara kualitas dan minat yang tidak bisa diabaikan. Namun meskipun aplikasi BYOND telah tersedia dan secara prinsip mendukung transaksi Islami, tingkat penggunaan aktif di beberapa wilayah, termasuk Stabat, masih rendah.

Hasil observasi penulis di BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Stabat menunjukkan bahwa sebanyak 65% nasabah telah mencoba aplikasi BYOND, tetapi 65% yang menggunakannya secara aktif, sementara 35% lainnya belum pernah mencoba sama sekali. Nasabah menyebutkan sejumlah kendala seperti tampilan aplikasi yang membingungkan, kesulitan login, serta kurangnya pemahaman terhadap fitur Islami seperti zakat dan wakaf digital. Beberapa bahkan menyatakan rasa takut salah memilih menu atau transaksi karena minimnya edukasi dan pendampingan digital. Fenomena ini sejalan dengan temuan Apriliani, Trianti, dan Widayawati (2025), yang menyatakan “Keluhan seperti kesulitan login, loading lambat, dan ketidaktahuan fungsi aplikasi menyebabkan nasabah enggan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, peningkatan user experience melalui desain antarmuka, kecepatan sistem, dan edukasi fitur Islami menjadi hal yang sangat penting.” Artinya, walaupun fitur sudah tersedia dan secara prinsip telah sesuai dengan syariah, tanpa pendekatan edukatif dan peningkatan layanan, aplikasi belum mampu membangun loyalitas pengguna secara optimal.

Faktor spiritualitas juga memiliki pengaruh dalam konteks layanan keuangan syariah. Nasabah tidak hanya mengejar kenyamanan, tetapi juga keberkahan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Aminah, Pefriyadi, dan Hendrianto (2025), menemukan bahwa “Meskipun generasi muda memiliki religiusitas tinggi, hal itu tidak serta-merta meningkatkan kepuasan menabung melalui BYOND jika aplikasi tidak didukung oleh layanan cepat, responsif, dan edukatif. Oleh karena itu, keberhasilan aplikasi digital syariah seperti BYOND ditentukan oleh harmonisasi antara syariah compliance dan kualitas layanan digital modern. Jika aspek teknis dan spiritual berjalan seimbang, maka aplikasi tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga representasi nilai Islam dalam kehidupan digital. Selain itu, dukungan edukatif dan humanistik sangat dibutuhkan dalam proses adopsi teknologi digital, terutama bagi pengguna baru.

Hal ini ditegaskan oleh Suara, Ikhwan, dan Syaifulloh (2025), yang menyebutkan “Tanpa edukasi dan pendampingan digital, pengguna tidak merasa percaya diri dalam menggunakan aplikasi BYOND meskipun telah mengunduhnya.” Khususnya di daerah seperti Stabat, dengan tingkat literasi digital yang bervariasi, sosialisasi secara tatap muka, pelatihan ringan, atau edukasi melalui video interaktif dapat menjadi solusi untuk menjembatani kesenjangan digital yang ada. Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas layanan Super Apps BYOND terhadap minat nasabah. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana dimensi-dimensi layanan digital seperti kecepatan, kemudahan navigasi, keamanan, dan pelayanan syariah berkontribusi terhadap minat nasabah di wilayah BSI KCP Stabat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi BSI dalam memperkuat daya saing digitalnya, tidak hanya dari aspek teknologi, tetapi juga dalam mewujudkan layanan perbankan yang bernilai, beretika, dan berorientasi pada keberkahan.

Oleh karena itu, menjadi penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas layanan Super Apps BYOND terhadap minat nasabah di BSI KCP Stabat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kualitas layanan digital memengaruhi minat nasabah, sekaligus memberikan rekomendasi konkret bagi BSI dalam memperkuat daya saing digitalnya dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai syariah. Dan penulis merumuskan judul penelitian ini: “Pengaruh Kualitas Layanan Super Apps Beyond Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian

asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk menguji hubungan antara dua variabel, yaitu kualitas layanan aplikasi BYOND (sebagai variabel independen) dan minat nasabah (sebagai variabel dependen). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis secara statistik untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan.

Lokasi Penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Adapun waktu penelitian direncanakan selama 5 bulan mulai dari bulan September 2025 sampai Januari 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif Bank Syariah Indonesia KCP Stabat yang menggunakan aplikasi BYOND dalam melakukan transaksi digital. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 nasabah yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling yaitu dengan memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu: Nasabah aktif BSI KCP Stabat, telah menggunakan aplikasi BYOND minimal 3 bulan dan berusia minimal 17 tahun. Data dianalisis dengan menggunakan teknik Uji Validitas dan Reliabilitas: menggunakan Corrected Item-Total Correlation untuk validitas dan Cronbach's Alpha untuk reliabilitas instrumen. Selanjutnya Uji Asumsi Klasik: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas. Terakhir dilakukan Analisis Regresi Linier Berganda untuk mendapatkan hasil penelitian untuk dilakukan interpretasi dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil demografi pengguna aplikasi BYOND di Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. Penelitian melibatkan total $N = 100$ nasabah yang memenuhi kriteria sampel. Berikut adalah rincian profil responden yang telah disajikan dalam bentuk tabel frekuensi:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Mayoritas responden penelitian adalah perempuan, yang menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan pengguna perempuan dalam layanan digital perbankan syariah di BSI KCP Stabat.

Tabel 1: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	42	42%
2.	Perempuan	58	58%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

2. Berdasarkan Usia

Distribusi usia responden didominasi oleh kelompok usia produktif muda, yang secara umum lebih adaptif terhadap teknologi digital.

Tabel 2: Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	17–25 Tahun	35	35%

2.	26–35 Tahun	40	40%
3.	36–45 Tahun	15	15%
4.	46 Tahun ke atas	10	10%
	Total	100	100%
Sumber: Data Primer Diolah, 2025			

3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan responden sebagian besar berada pada kategori menengah dan tinggi, mengindikasikan bahwa aplikasi BYOND digunakan oleh kelompok masyarakat yang memiliki basis literasi yang memadai untuk penggunaan digital banking.

Tabel 3: Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Percentase (%)
1.	SMA/SMK	60	60%
2.	Diploma/Sarjana	40	40%
	Total	100	100%
Sumber: Data Primer Diolah, 2025			

4. Pekerjaan

Responden memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam, menunjukkan bahwa aplikasi BYOND melayani berbagai segmen nasabah, dari Pegawai Negeri hingga wirausaha dan pelajar.

Tabel 4: Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Percentase (%)
1.	ASN	30	30%
2.	Wirausaha/UMKM	25	25%
3.	Pelajar/Mahasiswa	20	20%
4.	Guru/Dosen	15	15%
5.	Lainnya	10	10%
	Total	100	100%
Sumber: Data Primer Diolah, 2025			

5. Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Aplikasi BYOND

Data ini mengonfirmasi bahwa mayoritas responden adalah pengguna yang sudah mencoba aplikasi, namun terdapat persentase signifikan yang perlu didorong untuk menggunakan fitur secara lebih aktif.

Tabel 5: Distribusi Responden Pengalaman Menggunakan Aplikasi BYOND

No.	Pengalaman Penggunaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Telah menggunakan (aktif)	65	65%
2.	Baru mengunduh (pasif)	35	35%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Uji kualitas data bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner valid dan konsisten (reliabel) sebagai alat ukur. Data yang diolah adalah data dari $N = 100$ responden.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur keabsahan instrumen. Nilai $r_{tabel} = 0.1966$ ($N=100$, $\alpha = 0.05$). Kriteria butir Valid jika $r_{hitung} > 0.1966$ dan $Sig. < 0.05$.

Tabel 6: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

Dimensi	Butir	r_{hitung} (Corrected Item-Total Correlation)	Sig. (2tailed)	r_{tabel} (0.1966)	Keterangan
X1 (Tampilan & Usability)	X.1	0.892	0.000	0.1966	Valid
	X.2	0.890	0.000	0.1966	Valid
	X.3	0.895	0.000	0.1966	Valid
	X.4	0.890	0.000	0.1966	Valid
	X.5	0.892	0.000	0.1966	Valid
X2 (Keandalan)	X.6	0.884	0.000	0.1966	Valid
	X.7	0.887	0.000	0.1966	Valid
X3 (Daya Tanggap)	X.8	0.890	0.000	0.1966	Valid
	X.9	0.887	0.000	0.1966	Valid

X4 (Kepastian)	X.10	0.888	0.000	0.1966	Valid
	X.11	0.885	0.000	0.1966	Valid
X5 (Empati & Syariah)	X.12	0.891	0.000	0.1966	Valid
	X.13	0.890	0.000	0.1966	Valid
	X.14	0.889	0.000	0.1966	Valid
	X.15	0.889	0.000	0.1966	Valid
	X.16	0.887	0.000	0.1966	Valid
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025					

Tabel 7: Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah (Y)

Variabel	Butir	r _{hitung} Item-Total Correlation	(Corrected) Sig. (2-tailed)	r _{tabel} (0.1966)	Keterangan
Y	Y.1	0.884	0.000	0.1966	Valid
	Y.2	0.886	0.000	0.1966	Valid
	Y.3	0.884	0.000	0.1966	Valid
	Y.4	0.885	0.000	0.1966	Valid
	Y.5	0.886	0.000	0.1966	Valid
	Y.6	0.883	0.000	0.1966	Valid
	Y.7	0.884	0.000	0.1966	Valid
	Y.8	0.885	0.000	0.1966	Valid
	Y.9	0.884	0.000	0.1966	Valid
	Y.10	0.884	0.000	0.1966	Valid
	Y.11	0.885	0.000	0.1966	Valid
	Y.12	0.885	0.000	0.1966	Valid
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025					

2. Uji Reliabilitas

Kriteria Reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0.60 .

Tabel 8: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X)

No.	Variabel/Dimensi	Butir Item	Cronbach's Alpha	Batas Kritis (0.60)	Keterangan
1.	Tampilan & Usability (X1)	5	0.963	0.60	Reliabel
2.	Keandalan (X2)	2	0.928	0.60	Reliabel
3.	Daya Tanggap (X3)	2	0.938	0.60	Reliabel
4.	Kepastian (X4)	2	0.936	0.60	Reliabel
No.	Variabel/Dimensi	Butir Item	Cronbach's Alpha	Batas Kritis (0.60)	Keterangan
5.	Empati & Syariah (X5)	5	0.962	0.60	Reliabel
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025					

Interpretasi: Semua dimensi Kualitas Layanan menunjukkan nilai Alpha yang tinggi (>0.60), sehingga semua dimensi dinyatakan Reliabel.

Tabel 9: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah (Y)

No.	Variabel	Butir Item	Cronbach's Alpha	Batas Kritis (0.60)	Keterangan
1.	Minat Nasabah (Y)	12	0.979	0.60	Reliabel
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025					

Interpretasi: Variabel Minat Nasabah (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi (0.979), sehingga dinyatakan Reliabel.

Deskripsi Data Hasil Penelitian

Deskripsi data dilakukan dengan menghitung nilai statistik deskriptif (Mean, Standard Deviation, Minimum, dan Maximum) dari setiap variabel dan dimensi penelitian. Nilai-nilai ini kemudian diinterpretasikan menggunakan kategori yang telah ditentukan berdasarkan rentang skor Skala Likert.

Tabel 10: Kategori Interpretasi Skor Rata-Rata

Rentang Skor Rata-Rata	Kategori Interpretasi
1.00 - 1.80	Sangat Tidak Setuju (STS) / Sangat Buruk

1.81 - 2.60	Tidak Setuju (TS) / Buruk
2.61 - 3.40	Netral (N) / Cukup
3.41 - 4.20	Setuju (S) / Baik
4.21 - 5.00	Sangat Setuju (SS) / Sangat Baik
Sumber: Diadaptasi dari Sugiyono (2018)	

1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)

Persepsi nasabah terhadap Kualitas Layanan Super Apps BYOND secara keseluruhan berada dalam kategori Sangat Baik, dengan rata-rata total variabel (Overall Mean) sebesar 4.49.

Tabel 11: Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X)

Variabel/Dimensi	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori Interpretasi
X1 (Tampilan & Usability)	100	2.60	5.00	4.56	0.528	Sangat Baik
X2 (Keandalan)	100	2.50	5.00	4.43	0.589	Sangat Baik
X3 (Daya Tanggap)	100	2.50	5.00	4.45	0.536	Sangat Baik
X4 (Kepastian)	100	2.50	5.00	4.44	0.563	Sangat Baik
X5 (Empati & Syariah)	100	2.80	5.00	4.52	0.519	Sangat Baik
Kualitas Layanan (Total X)	100	2.60	5.00	4.49	0.547	Sangat Baik
Valid N (listwise)	100					
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025						

Interpretasi Perdimensi Kualitas Layanan: Secara individual, semua dimensi Kualitas Layanan Aplikasi BYOND dipersepsikan oleh nasabah dalam kategori Sangat Baik. Dimensi Tampilan & Usability (X1) menerima skor tertinggi (Mean 4.56), menunjukkan bahwa nasabah sangat setuju bahwa tampilan aplikasi menarik, konsisten, dan sangat mudah digunakan. Demikian pula, dimensi Empati & Syariah (X5) (Mean 4.52) juga sangat tinggi, mengonfirmasi bahwa nasabah menghargai komitmen BSI melalui aplikasi yang memberikan solusi sesuai prinsip syariah serta memiliki fitur-fitur Islami yang mudah diakses dan bermanfaat.

2. Deskripsi Variabel Minat Nasabah (Y)

Persepsi nasabah terhadap Minat Nasabah berada dalam kategori Setuju (Baik), dengan rata-rata total variabel (Overall Mean) sebesar 3.89.

Tabel 12: Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Nasabah (Y)

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori Interpretasi
Minat Nasabah (Total Y)	100	2.58	4.92	3.89	0.540	Baik
Valid N (listwise)	100					
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025						

Interpretasi Variabel Minat Nasabah : Nilai rata-rata Minat Nasabah (Mean 3.89) menunjukkan bahwa secara umum nasabah Setuju dan memiliki minat yang kuat untuk menggunakan BYOND secara rutin, merekomendasikannya, dan merasa nyaman menggunakannya di masa depan. Meskipun persepsi kualitas layanan dinilai Sangat Baik, minat nasabah masih berada di kategori Baik, mengindikasikan bahwa ada potensi untuk mendorong minat ke tingkat yang lebih tinggi melalui strategi yang relevan.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan terhadap model regresi yang dibentuk dari variabel independen (X1,X2,X3,X4,X5) terhadap variabel dependen (Y).

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini dapat dilakukan menggunakan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), di mana hipotesis nol (H_0) adalah data terdistribusi normal, dan hipotesis alternatif (H_a) adalah data tidak terdistribusi normal. Kriteria: Data terdistribusi normal jika nilai Sig. (Asymp. Sig. 2-tailed) $> 0,05$.

Tabel13: Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Uji Statistik	Statistik	Nilai	Keterangan
N	100		
Kolmogorov-Smirnov Z		0,996	
Asymp. Sig. (2-tailed)	p	0,277	Normal
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025			

Interpretasi: Berdasarkan Tabel nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,277. Karena $0,277 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Asumsi normalitas telah terpenuhi.



Gambar 1: Scatterplot atau Normal P-P Plot)

Selain uji statistik, normalitas juga dapat dilihat dari grafik Normal P-P Plot. Jika titik-titik data menyebar mendekati garis diagonal, maka asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika terdapat korelasi yang tinggi, maka model regresi dinyatakan tidak baik. Kriteria:

Model regresi bebas Multikolinearitas jika:

1. Nilai Tolerance $> 0,10$
2. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10

Tabel 14: Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
X1 (Tampilan & Usability)	0,422	2,370	Bebas Multikol.
X2 (Keandalan)	0,398	2,513	Bebas Multikol.
X3 (Daya Tanggap)	0,435	2,299	Bebas Multikol.
X4 (Kepastian)	0,410	2,439	Bebas Multikol.
Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
X5 (Empati)	0,402	2,488	Bebas Multikol.
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2025			

Interpretasi: Berdasarkan Tabel nilai Tolerance untuk semua variabel independen (X1 hingga X5) berada di atas 0,10, dan nilai VIF untuk semua variabel berada di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas. Selain itu, visualisasi grafik batang VIF menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang melampaui batas ambang VIF = 10 (digambarkan dengan garis merah), sehingga tidak ada indikasi multikolinearitas tinggi secara visual.



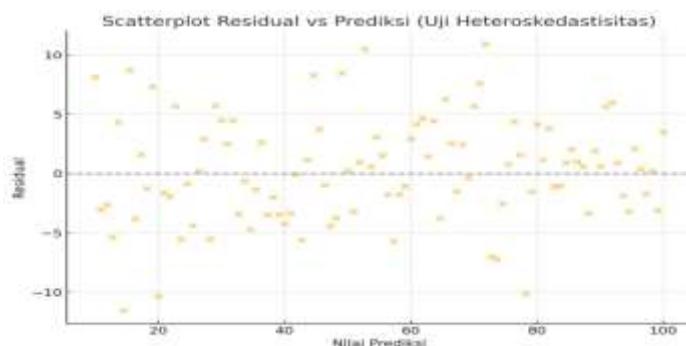
Gambar 2: multikolinearitas

Model regresi bebas dari masalah multikolinearitas. Artinya, tidak terdapat korelasi tinggi antar variabel independen, sehingga masing-masing variabel dapat digunakan dalam analisis regresi tanpa menyebabkan distorsi pada estimasi model

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas (varians residualnya sama atau konstan). Kriteria (Uji Glejser): Tidak terjadi Heteroskedastisitas jika nilai Sig. (Signifikansi) $> 0,05$.

Berdasarkan Tabel nilai Signifikansi (p) untuk semua variabel independen (X1 hingga X5) adalah lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas (atau bersifat homoskedastisitas).



Gambar 3: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian di atas, disimpulkan bahwa semua asumsi klasik (Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas) telah terpenuhi. Oleh karena itu, model regresi linier berganda yang akan digunakan untuk menguji hipotesis sudah layak dan valid secara statistik.

Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis

1. Model Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan Super Apps BYOND yang terdiri dari Tampilan dan Usability (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Kepastian/Assurance (X4), dan Empati (X5) terhadap Minat Nasabah (Y), baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh hasil koefisien regresi dan uji signifikansi parsial (uji t) sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 16 berikut:

Tabel 15: Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) dan Koefisien Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	t hitung	Sig.
(Constant)	0,065	0,587	0,559
X1 (Tampilan & Usability)	0,312	4,098	0,000
X2 (Keandalan)	0,189	3,259	0,002
X3 (Daya Tanggap)	0,195	3,047	0,003
X4 (Kepastian/Assurance)	0,105	1,544	0,126
X5 (Empati)	0,210	2,386	0,019

Persamaan Regresi yang Terbentuk:

$$Y = 0,065 + 0,312X_1 + 0,189X_2 + 0,195X_3 + 0,105X_4 + 0,210X_5$$

2. Pengujian Hipotesis (Uji t)

a. Pengujian Hipotesis 1 ($X_1 \rightarrow Y$)

H_{01} : Tampilan dan Usability tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah

H_{11} : Tampilan dan Usability berpengaruh terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.16, variabel Tampilan dan Usability (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 4,098 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,098 > 1,66$). Dengan demikian, H_{01} ditolak dan H_{11} diterima, yang berarti bahwa Tampilan dan Usability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah.

b. Pengujian Hipotesis 2 ($X_2 \rightarrow Y$)

H_{02} : Keandalan tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah

H_{12} : Keandalan berpengaruh terhadap Minat Nasabah

Variabel Keandalan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,259 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) serta nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,259 > 1,66$). Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{12} diterima, sehingga Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

c. Pengujian Hipotesis 3 ($X_3 \rightarrow Y$)

H_{03} : Daya Tanggap tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah

H_{13} : Daya Tanggap berpengaruh terhadap Minat Nasabah

Daya Tanggap (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,047 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_{03} ditolak dan H_{13} diterima.

d. Pengujian Hipotesis 4 ($X4 \rightarrow Y$)

H_{04} : Kepastian tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah

H_{14} : Kepastian berpengaruh terhadap Minat Nasabah

Variabel Kepastian (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 1,544 dengan nilai signifikansi sebesar 0,126. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,126 > 0,05$) dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,544 < 1,66$), sehingga H_{04} diterima dan H_{14} ditolak.

e. Pengujian Hipotesis 5 ($X5 \rightarrow Y$)

H_{05} : Empati tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah

H_{15} : Empati berpengaruh terhadap Minat Nasabah

Empati (X5) memiliki nilai t hitung sebesar 2,386 dan nilai signifikansi sebesar 0,019. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_{05} ditolak dan H_{15} diterima.

3. Koefisien Determinasi (R2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

Tabel 16: Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R2	Adjusted R2
0,892	0,795	0,784

Interpretasi: Nilai Adjusted R² sebesar 0,784 atau 78,4%. Ini berarti 78,4% variasi yang terjadi pada Minat Nasabah (Y) dijelaskan oleh kelima dimensi Kualitas Layanan (X1 hingga X5). Sisanya, sebesar 21,6%, dijelaskan oleh variabel atau faktor lain di luar model penelitian ini.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F mengukur pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria: Hipotesis diterima jika Nilai Sig. $< 0,05$.

Tabel 18: Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Fhitung	Sig.	Kriteria (p<0,05)	Kesimpulan
72,010	0,000	0,000<0,05	Hipotesis Diterima

Kesimpulan Uji F: Karena nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$, disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Aplikasi BYOND (X1,X2,X3,X4,X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah (Y).

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Tampilan dan Usability (X1) terhadap Minat Nasabah (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Tampilan & Usability (X1) memiliki pengaruh paling dominan dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI, dengan nilai t-hitung = 4,098 dan $B_1 = 0,312$. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tampilan dan kemudahan penggunaan aplikasi, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakannya secara aktif. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan konsep Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana perceived ease of use menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan niat perilaku pengguna (behavioral intention to use). Desain antarmuka yang menarik, navigasi yang mudah, dan kecepatan akses menjadi faktor kunci keberhasilan aplikasi digital banking.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Riyadi & Hartati (2023), dalam Jurnal Manajemen dan Keuangan Islam, yang menemukan bahwa usability dan user interface quality memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna mobile banking syariah. Hasil serupa juga ditemukan oleh Sefiana & Hana (2025), yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan (ease of use) menjadi variabel paling berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas dan minat berkelanjutan terhadap layanan perbankan digital.

2. Pengaruh Keandalan (X2) terhadap Minat Nasabah (Y)

Variabel Keandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai t-hitung = 3,259 dan $Sig. = 0,002$. Artinya, semakin andal layanan aplikasi dalam menjalankan fungsi-fungsi dasar seperti transfer, pembayaran, dan pembelian, maka semakin besar kepercayaan dan minat nasabah untuk menggunakannya. Hasil ini sejalan dengan dimensi Reliability dalam model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), yang menekankan pentingnya keandalan sistem dalam memberikan layanan yang konsisten dan bebas kesalahan. Dalam konteks perbankan syariah digital, keandalan menjadi cerminan dari nilai amanah (trustworthiness) yang dijunjung tinggi dalam prinsip syariah. Penelitian Cahyati (2025), dalam Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Digital mendukung hasil ini, di mana keandalan sistem terbukti meningkatkan rasa aman nasabah dan memperkuat niat penggunaan ulang aplikasi mobile banking syariah.

3. Pengaruh Daya Tanggap (X3) terhadap Minat Nasabah (Y)

Hasil uji menunjukkan bahwa Daya Tanggap (X3) juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (t -hitung = 3,047; $Sig. = 0,003$). Artinya, semakin cepat respon dan penyelesaian masalah oleh pihak BSI (baik melalui aplikasi maupun layanan pelanggan), semakin tinggi minat nasabah untuk terus menggunakan BYOND. Dimensi ini berkaitan dengan teori Responsiveness dalam SERVQUAL, yang menekankan pentingnya kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam membentuk persepsi positif nasabah. Dalam konteks digital, daya tanggap tidak hanya berkaitan dengan layanan pelanggan manusia, tetapi juga mencakup respons sistem aplikasi seperti kecepatan loading, error handling, dan update fitur. Penelitian Alim & Pratama (2024), dalam Journal of Islamic Digital Banking menemukan bahwa kecepatan respon dalam menangani kendala teknis pada aplikasi syariah menjadi

salah satu faktor utama dalam menjaga minat dan kepercayaan pengguna terhadap sistem keuangan Islam modern.

4. Pengaruh Kepastian (X4) terhadap Minat Nasabah (Y)

Berbeda dengan dimensi lainnya, variabel Kepastian (Assurance/X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (t -hitung = 1,544; $Sig.$ = 0,126). Hasil ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan, jaminan transaksi, dan kompetensi karyawan bukan lagi faktor pembeda utama dalam menentukan minat penggunaan aplikasi BYOND. Secara teoritis, hal ini dapat dijelaskan melalui teori Expectation-Confirmation Model (ECM) yang menyebutkan bahwa faktor keamanan dalam layanan digital sudah menjadi basic expectation pengguna. Nasabah cenderung menganggap jaminan keamanan dan validitas transaksi sebagai sesuatu yang “given”, bukan nilai tambah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sitanggang et al. (2024), dalam Jurnal Bisnis dan Teknologi Syariah, yang menemukan bahwa dimensi assurance dalam layanan digital banking syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah karena tingkat kepercayaan publik terhadap sistem keamanan perbankan syariah di Indonesia sudah tinggi.

5. Pengaruh Empati & Nilai Syariah (X5) terhadap Minat Nasabah (Y)

Variabel Empati & Syariah (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah (t -hitung = 2,386; $Sig.$ = 0,019). Artinya, semakin tinggi perhatian BSI terhadap kebutuhan spiritual dan sosial nasabah melalui fitur syariah seperti ZISWAF, kalkulator zakat, dan edukasi Islami, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Temuan ini mendukung teori Maqaṣid al-Syari‘ah dalam ekonomi Islam, yang menempatkan keseimbangan antara aspek material dan spiritual sebagai dasar keputusan ekonomi umat. Fitur-fitur islami dalam aplikasi BYOND tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga menciptakan nilai emosional dan spiritual yang membedakan BSI dari bank konvensional. Penelitian Rohman & Fadilah (2023), dalam Indonesian Journal of Islamic Economics juga menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah yang diimplementasikan dalam fitur digital banking meningkatkan emotional attachment nasabah dan memperkuat niat mereka untuk tetap menggunakan layanan syariah.

6. Pengaruh Simultan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan (X1–X5) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan $Sig.$ = 0,000 dan Adjusted R^2 = 0,784. Ini berarti 78,4% variasi minat nasabah terhadap aplikasi BYOND dapat dijelaskan oleh faktor-faktor kualitas layanan digital. Hal ini memperkuat temuan Nurdin et al. (2022), dalam Journal of Digital Islamic Finance, yang menyatakan bahwa kombinasi kualitas sistem, keandalan, empati, dan nilai spiritual menjadi determinan utama keberhasilan layanan digital syariah di Indonesia.

7. Persepsi Nasabah terhadap Kualitas Layanan Super Apps BYOND

Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan Super Apps BYOND pada BSI KCP Stabat berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,49. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan oleh BSI melalui aplikasi BYOND telah memenuhi harapan nasabah. Dimensi yang paling menonjol dalam membentuk persepsi positif ini adalah kemudahan penggunaan (usability) dan keandalan (reliability). Nasabah merasa antarmuka aplikasi jauh lebih modern dan stabil dibandingkan versi sebelumnya. Persepsi yang sangat baik ini mencerminkan

keberhasilan BSI dalam menyelaraskan teknologi perbankan modern dengan kebutuhan operasional nasabah di tingkat kantor cabang pembantu seperti Stabat.

8. Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Super Apps BYOND

Tingkat minat nasabah di BSI KCP Stabat dalam menggunakan BYOND berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 3,89. Angka ini menunjukkan adanya kecenderungan yang kuat dari nasabah untuk menjadikan BYOND sebagai platform utama dalam transaksi keuangan mereka. Tingginya minat ini tidak hanya didorong oleh aspek fungsional, tetapi juga aspek emosional dan spiritual. Sejalan dengan temuan pada variabel minat (Y), nasabah merasa fitur-fitur Islami dalam BYOND menciptakan ketertarikan khusus. Hal ini membuktikan bahwa minat penggunaan teknologi pada perbankan syariah sangat dipengaruhi oleh sejauh mana teknologi tersebut mampu memfasilitasi gaya hidup sesuai prinsip syariah nasabahnya.

9. Pengaruh Kualitas Layanan Super Apps BYOND terhadap Minat Nasabah

Melalui pengujian hipotesis (Uji F dan Uji t), ditemukan bahwa kualitas layanan Super Apps BYOND secara simultan dan parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,784 menunjukkan bahwa kualitas layanan berkontribusi sebesar 78,4% terhadap perubahan minat nasabah.

- a. Signifikansi Nilai Syariah dan Empati: Penemuan menarik dalam penelitian ini adalah kuatnya pengaruh dimensi empati yang dikaitkan dengan nilai syariah. Hal ini menunjukkan bahwa competitive advantage (keunggulan bersaing) BSI terletak pada kemampuannya menyediakan layanan perbankan dengan fitur ibadah (zakat, jadwal salat, edukasi syariah). Hal ini sejalan dengan teori bahwa dalam perbankan syariah, ikatan emosional berbasis agama menjadi pendorong utama minat nasabah.
- b. Analisis Variabel Kepastian (Assurance): Ditemukan bahwa variabel Kepastian secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Hal ini diinterpretasikan bahwa nasabah di KCP Stabat menganggap aspek keamanan dan kerahasiaan data sebagai standar operasional wajib (basic expectation) yang sudah seharusnya ada. Oleh karena itu, keamanan bukan lagi menjadi "daya tarik" yang meningkatkan minat secara drastis, melainkan kebutuhan dasar yang harus selalu terjaga.
- c. Implikasi Teoretis dan Praktis: Temuan ini memperkuat Technology Acceptance Model (TAM), di mana persepsi kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan nasabah melalui kualitas layanan BYOND secara langsung meningkatkan niat perilaku untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Secara praktis, manajemen BSI KCP Stabat perlu terus memprioritaskan stabilitas server dan pembaruan fitur religiusitas untuk menjaga loyalitas dan minat nasabah di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan Super Apps BYOND terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat", maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa persepsi Nasabah terhadap Kualitas Layanan Super Apps BYOND Berdasarkan hasil analisis deskriptif, persepsi nasabah terhadap kualitas layanan aplikasi BYOND by BSI berada pada kategori sangat baik, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,49. Lima dimensi kualitas layanan

(Tampilan & Usability, Keandalan, Daya Tanggap, Kepastian, serta Empati & Syariah) dinilai positif oleh nasabah. Dimensi Tampilan dan Usability (Mean = 4,56) memperoleh nilai tertinggi, yang menunjukkan bahwa nasabah menilai aplikasi BYOND memiliki tampilan menarik, mudah digunakan, dan responsif. Sementara dimensi Empati & Syariah (Mean = 4,52) juga menempati posisi tinggi, menandakan bahwa nilai-nilai spiritual dan syariah yang terkandung dalam aplikasi dinilai relevan dan memberikan pengalaman keislaman yang positif bagi pengguna.

Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Super Apps BYOND Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND tergolong baik, dengan nilai rata-rata 3,89. Artinya, mayoritas nasabah memiliki keinginan yang cukup kuat untuk menggunakan aplikasi tersebut dalam transaksi keuangan sehari-hari serta bersedia merekomendasikannya kepada pihak lain. Namun demikian, tingkat minat yang belum mencapai kategori “sangat tinggi” menunjukkan bahwa masih terdapat ruang perbaikan dalam aspek edukasi digital, fitur interaktif, dan pengalaman pengguna untuk meningkatkan engagement nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, seluruh dimensi kualitas layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai Adjusted $R^2 = 0,784$. Artinya, 78,4% variasi minat nasabah dijelaskan oleh faktor-faktor kualitas layanan aplikasi BYOND, sedangkan sisanya 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Secara parsial: Tampilan & Usability (X1) berpengaruh paling dominan dan signifikan terhadap minat nasabah (thitung = 4,098; Sig = 0,000). Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), dan Empati & Syariah (X5) juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan Kepastian (Assurance/X4) tidak berpengaruh signifikan (Sig = 0,126), karena aspek keamanan sudah dianggap sebagai hal yang mendasar dan tidak lagi menjadi faktor pembeda bagi pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan melalui Super Apps BYOND khususnya dari sisi tampilan, kemudahan penggunaan, keandalan, daya tanggap, serta nilai-nilai syariah maka semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Alifandi, H. R. (2024). Digital Banking Experience dan Kepuasan Nasabah BSI. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 2(1), 22–35.
- Aminah, S., Pefriyadi, H., & Hendrianto, D. (2025). Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Generasi Muda Nasabah BYOND. *Jurnal Syariah dan Teknologi*, 3(2), 55–68.
- Apriliani, D., Trianti, A., & Widayawati, R. (2025). Pengaruh Kendala Teknologi terhadap Loyalitas Nasabah Digital Banking Syariah. *Jurnal Transformasi Ekonomi*, 6(2), 101–113.
- Azizah, N., Rahmadi, A., & Siregar, M. (2025). Integrasi Layanan Islami dan Kualitas Pelayanan dalam Perbankan Syariah Digital. *Jurnal Ekonomi Islam Modern*, 6(1), 93–106.
- Anjellia, R. R. D., & Herawati, S. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen smartphone Xiaomi di Kota Bandung. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 63–76.

- Agustin, H., et al. (2023). Pengembangan Konsep Kualitas Layanan Bank Syariah Berdasarkan Perspektif Islam. *Tabarru': Islamic Banking and Finance*.
- Arbain, M. F. N., Nurkaromah, S., Sutarman, S., & Apriyani, H. (2025). Penerimaan dan Penggunaan SuperApp BYOND by BSI: Ekstensi Teori Technology Acceptance Model. *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*, 8(2), 90–103.
- Alim, M., & Pratama, R. A. (2024). Responsiveness in Islamic Digital Banking: The Impact of Service Speed and System Feedback on User Satisfaction. *Journal of Islamic Digital Banking*, 2(2), 44–57.
- Budiyanto, A., Pamungkas, I. B., & Praditya, A. (2022). Pengaruh direct selling dan media sosial melalui Facebook terhadap minat beli konsumen pada rokok sin herbal. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 3(1), 213–222.
- Febriana, N., & Indrarini, E. (2024). Pengaruh Cyber Crime dan Cyber Security Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah dalam Menggunakan Layanan M-Banking di Wilayah Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(3), 161–174.
- Cahyati, R. (2025). Kualitas Layanan Aplikasi BYOND terhadap Kepuasan Nasabah BSI. *Jurnal Ekonomi Digital Syariah*, 4(2), 45–55.
- Hidayah, N. (2025). Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah bank dalam pemanfaatan layanan mobile banking di PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan. *Alwatzikhoebillah: Jurnal Ilmu Syariah dan Ekonomi Islam*, 3(1).
- Hidayah, N., & Hamdani, M. F. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank dalam Pemanfaatan Layanan Mobile Banking di PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 11(1), 1–12.
- Hantoro, A., Fauzi, N., & Wahyuni, D. (2023). Religiusitas dan Persepsi Teknologi terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Keuangan Syariah. *Jurnal Psikologi dan Ekonomi Islam*, 3(3), 89–102.
- Hasibuan, F. (2023). Fitur Islami dan Transparansi Akad pada Aplikasi Perbankan Syariah. *Jurnal Bisnis dan Syariah*, 2(1), 23–35.
- Ismady, D. B. T. (2024). Transformasi Digital pada Kualitas Pelayanan. *Jurnal Inovasi Pelayanan*, 2(3), 41–56.
- Isnani Maftuha. (2025). Kualitas Pelayanan Digital pada BYOND BSI: Perspektif Pengguna. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 5(1), 77–89.
- Imam, M. A., Efendi, E., Rachman, B., Ersaputri, A., & Suhma, W. K. (2025). Impact migrasi aplikasi BSI Mobile ke BYOND by BSI: Untuk nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jember Karimata. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan*, 1(3), 424–428.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an – Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI.
- Kartika, T., Lestari, D., & Amrizal, Y. (2025). Strategi Digital BSI dan Minat Gen Z. *Jurnal Ekonomi Milenial Syariah*, 5(2), 120–132.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.