

The Influence of Attitude, Perceived Ease of Use, and Islamic Service Features on the Decision to Use the Byond by BSI Among Generation Z

By Ahsanul Kamil

Abstract

The advancement of digital technology has changed financial practices, including Islamic banking. Bank Syariah Indonesia (BSI) responded to this trend by launching the Byond by BSI application. However, as a relatively new application, Byond by BSI faces many challenges that are technical in nature, user customization, and the like. The purpose of this study was to determine the effect of attitudes, perceived ease, and Islamic service features on the decision to use the Byond By BSI application on Generation Z in Jabodetabek. This study uses a quantitative method. Sampling was carried out using the purposive sampling method and the number of samples was 100 respondents from BSI Generation Z customers in Jabodetabek who had and actively used the Byond By BSI application. A Likert scale questionnaire was used as a data collection tool. The analysis technique used to determine the magnitude of the influence was multiple linear regression with the help of SPSS version 27. The results showed that the variables of attitudes and Islamic service features partially had a significant effect on the decision to use the Byond by BSI application on Generation Z in Jabodetabek, while the variable of perceived ease did not show a significant effect. Simultaneously, the three variables still have a significant influence on the decision to use. This finding is expected to be a reference for developers of Islamic financial applications, especially Byond by BSI, to emphasize more on strengthening aspects of positive user attitudes and developing Islamic features that are relevant to the values of the younger generation.

Keywords: *Attitude, Byond By BSI, Convenience, Features, Generation Z.*

Pengaruh Sikap, Persepsi Kemudahan, dan Fitur Layanan Islami terhadap Keputusan Penggunaan Byond By BSI Pada Generasi Z

Oleh Ahsanul Kamil

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah mengubah praktik keuangan, termasuk perbankan syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) merespon tren ini dengan meluncurkan aplikasi Byond by BSI. Namun, sebagai aplikasi yang relatif baru, Byond by BSI menghadapi banyak tantangan yang bersifat teknis, kustomisasi pengguna, dan sejenisnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap, persepsi kemudahan, dan fitur layanan Islami terhadap keputusan penggunaan aplikasi Byond By BSI pada Generasi Z di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 100 responden dari nasabah BSI Generasi Z di jabodetabek yang pernah dan aktif menggunakan aplikasi Byond By BSI. Kuesioner skala Likert digunakan sebagai alat pengumpulan data. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap dan fitur layanan Islami secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Byond by BSI pada Generasi Z di Jabodetabek, sedangkan variabel persepsi kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tetap memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi keuangan syariah, khususnya Byond by BSI, untuk lebih menekankan pada penguatan aspek sikap positif pengguna dan pengembangan fitur-fitur Islami yang relevan dengan nilai-nilai generasi muda.

Kata Kunci : *Byond By BSI*, Fitur, Generasi Z, Kemudahan, Sikap