

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan institusi keuangan syariah terbesar di Tanah Air yang resmi terbentuk pada 1 Februari 2021 sebagai hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu BRI syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah. Proses integrasi ini disetujui serta diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam memperkuat struktur industri keuangan syariah nasional. Dengan dukungan modal inti yang kuat, aset yang signifikan, dan jaringan operasional yang luas, kepemilikan mayoritas BSI dimiliki oleh tiga bank BUMN utama: Bank Mandiri, BNI, dan BRI. Seluruh aktivitas perbankannya dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yakni mengedepankan sistem bagi hasil dan menghindari praktik riba, sehingga menjadikannya sebagai pilihan utama masyarakat dalam layanan perbankan syariah (BSI, 2024).

BSI memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui penguatan ekosistem ekonomi berbasis syariah. Dengan kapabilitas keuangan yang besar dan cakupan layanan yang menyeluruh, BSI aktif mendorong inklusi keuangan, terutama dalam pemberdayaan pelaku UMKM dan sektor korporasi yang berorientasi pada kegiatan ekonomi riil. Keberadaan BSI turut memperluas akses terhadap pembiayaan syariah produktif, memperkuat sektor keuangan formal, dan mendorong penciptaan

lapangan kerja, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Keberhasilan proses merger juga meningkatkan daya saing BSI di tingkat nasional maupun internasional, sehingga memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah global (BSI, 2025b).

Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki visi untuk menjadi salah satu dari lima bank syariah terkemuka di dunia. Dalam mewujudkan misinya, BSI berupaya memperluas akses layanan keuangan berbasis syariah di seluruh Indonesia, menjangkau lebih dari 20 juta nasabah, serta menargetkan posisi lima besar bank nasional dalam hal aset dan profitabilitas. Selain itu, BSI berfokus pada penciptaan nilai optimal bagi pemegang saham, memperkuat valuasi perusahaan, menjadi tempat kerja unggulan bagi talenta terbaik bangsa, dan memberdayakan masyarakat melalui budaya kerja berbasis kinerja dan pengembangan sumber daya manusia (BSI, 2025a).

2. Byond by BSI



Gambar 4. 1 Logo Byond by BSI

(Byond by BSI - Penelusuran Google, t.t.)

BYOND by BSI merupakan platform perbankan digital milik Bank Syariah Indonesia (BSI) yang dirancang untuk memberikan kemudahan akses

rekening bagi nasabah melalui perangkat seluler atau tablet. Aplikasi ini menyediakan beragam layanan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga investasi, serta dilengkapi fitur bernuansa Islami yang mendukung kebutuhan ibadah pengguna (BSI, 2024).

Byond by BSI memiliki beberapa fitur utama yaitu:

- a. Transfer Dana: Mengirim uang dengan cepat dan mudah ke sesama rekening BSI maupun ke bank lain.
- b. Pembayaran Tagihan: Melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, air, internet, telepon, dan lainnya.
- c. Pembelian Produk Digital: Menyediakan pembelian pulsa, paket data, token listrik, serta produk digital lainnya.
- d. Layanan Investasi: Memberikan akses ke berbagai instrumen investasi seperti reksadana dan obligasi berbasis syariah.
- e. Fitur Islami: Mendukung kegiatan ibadah melalui layanan donasi, zakat, infaq, pengingat waktu salat, dan Al-Qur'an digital.
- f. Pembayaran QRIS: Memungkinkan transaksi non-tunai melalui pemindaian kode QRIS di merchant yang bekerja sama.
- g. Isi Saldo Dompot Digital: Memfasilitasi top up e-wallet seperti GoPay, OVO, dan dompet digital lainnya.
- h. Layanan Pembiayaan: Menawarkan akses ke produk pembiayaan syariah, seperti pembiayaan multiguna dan lainnya.
- i. Keamanan Aplikasi: Dilengkapi fitur keamanan berlapis seperti verifikasi wajah dan sistem autentikasi untuk perlindungan transaksi.

Fitur-fitur tersebut menjadikan Byond by BSI sebagai aplikasi perbankan digital yang lengkap, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan finansial modern para nasabah (BSI, 2024).

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank BSI di wilayah Kota Bandung yang menggunakan aplikasi *mobile banking* Byond by BSI. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah	%	
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	31	31
		Perempuan	69	69
	Total	100	100	
2	Usia	18 tahun - 24 tahun	60	60
		25 tahun - 31 tahun	36	36
		32 tahun - 38 tahun	3	3
		> 38 tahun	1	1
	Total	100	100	
3	Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	52	52
		Karyawan	35	35
		Guru/Dosen	5	5
		Wiraswasta	8	8
	Total	100	100	
4	Pendidikan Terakhir	SMA	30	30
		Diploma 1-4	14	14
		S1	46	46
		S2	10	10
		S3	0	0
	Total	100	100	
5	Lama Menjadi Nasabah	< 1 tahun	23	23
		1 tahun - 2 tahun	28	28
		2 tahun - 3 tahun	30	30
		3 tahun - 4 tahun	19	19
	Total	100	100	
6	Domisili	Wilayah I	27	27
		Wilayah II	19	19
		Wilayah III	47	47
		Wilayah IV	7	7
	Total	100	100	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil penelitian data dari 100 responden, berikut ini adalah interpretasi dari masing-masing karakteristik:

1. Jenis Kelamin

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan jumlah 69 orang atau sebesar 69%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 31 orang atau 31%. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih dominan dalam pengisian kuesioner penelitian ini, yang mungkin mencerminkan tingginya minat atau keterlibatan perempuan dalam layanan yang diteliti.

2. Usia

Sebagian besar responden berada pada rentang usia 18–24 tahun, yaitu sebanyak 60 orang atau 60%. Kelompok usia 25–31 tahun menyusul sebanyak 36 orang (36%). Sisanya, kelompok usia 32–38 tahun hanya 3 orang (3%) dan di atas 38 tahun hanya 1 orang (1%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan usia muda, yang umumnya lebih aktif dalam penggunaan teknologi dan layanan digital seperti aplikasi perbankan.

3. Pekerjaan

Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden merupakan mahasiswa atau pelajar, sebanyak 52 orang (52%). Selanjutnya, responden yang berprofesi sebagai karyawan sebanyak 35 orang (35%), wiraswasta 8 orang (8%), dan guru/dosen 5 orang (5%). Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas

pengguna layanan yang diteliti adalah dari kalangan akademik atau usia produktif, terutama yang masih dalam tahap pendidikan.

4. Pendidikan Terakhir

Dari segi pendidikan terakhir, sebagian besar responden merupakan lulusan strata satu (S1), yaitu sebanyak 46 orang (46%). Diikuti oleh lulusan SMA sebanyak 30 orang (30%), dan lulusan diploma (D1–D4) sebanyak 14 orang (14%). Tidak ada responden yang berasal dari jenjang pendidikan S2 atau S3. Data ini memperkuat gambaran bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan berpendidikan menengah hingga tinggi.

5. Lama Menjadi Nasabah

Sebanyak 28 responden (28%) telah menjadi nasabah selama 1–2 tahun, disusul oleh 23 orang (23%) yang menjadi nasabah kurang dari 1 tahun. Kemudian, 30% responden telah menjadi nasabah selama 2–3 tahun, dan sisanya 19 orang (19%) telah menggunakan layanan selama 3–4 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan BSI secara menyeluruh.

6. Domisili

Berdasarkan wilayah domisili, responden dalam penelitian ini tersebar di empat wilayah utama Kota Bandung. Wilayah III (Bandung Timur) menjadi wilayah dengan jumlah responden terbanyak, yaitu sebanyak 47 orang atau (47%). Wilayah ini mencakup Kecamatan Antapani, Rancasari, Mandalajati, Arcamanik, Cinambo, Ujung Berung, Panyileukan, Gedebage, dan Cibiru. Hal

ini mengindikasikan bahwa layanan atau topik yang diteliti cukup diminati atau relevan bagi masyarakat di kawasan timur Bandung.

Selanjutnya, Wilayah I (Bandung Utara) diwakili oleh 27 responden atau sebesar (27%). Wilayah ini mencakup Kecamatan Sukasari, Cidadap, Sukajadi, Coblong, Bandung Wetan, Sumur Bandung, Cibeunying Kaler, dan Cibeunying Kidul. Wilayah ini dikenal sebagai kawasan pendidikan dan perdagangan, yang turut mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam layanan perbankan digital.

Wilayah II (Bandung Selatan) mencatatkan 19 responden atau 19%, terdiri atas Kecamatan Batununggal, Buah Batu, Kiara Condong, Lengkong, dan Bandung Kidul. Terakhir, Wilayah IV (Bandung Barat) diwakili oleh 7 responden atau hanya 7%, yang mencakup Kecamatan Cicendo, Andir, Astana Anyar, Bojongloa Kaler, Bojongloa Kidul, Regol, Babakan Ciparay, dan Bandung Kulon. Sebaran ini menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini mencakup representasi yang merata dari berbagai zona Kota Bandung.

C. Pengujian dan Hasi Analisis

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Untuk memperoleh gambaran umum mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, dilakukan analisis statistik deskriptif terhadap data yang diperoleh dari 100 responden. Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel, yaitu Fitur Layanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan

Kepuasan Nasabah (Y). Hasil ringkasan deskriptif ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fitur Layanan	100	15,00	26,00	20,8300	2,31837
Kemudahan Penggunaan	100	17,00	29,00	23,8000	2,42462
Kepuasan Nasabah	100	26,00	40,00	32,0400	2,71144
Valid N (listwise)	100				

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel Descriptive Statistics di atas, diperoleh informasi sebagai berikut:

- a. Fitur Layanan (X1) memiliki nilai minimum sebesar 15,00 dan maksimum sebesar 26,00. Rata-rata penilaian responden terhadap fitur layanan berada pada angka 20,83, yang berarti bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi Byond. Nilai standar deviasi sebesar 2,318 menunjukkan bahwa menunjukkan tingkat sebaran data responden yang relatif moderat terhadap rata-rata.
- b. Kemudahan Penggunaan (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar 17,00 dan nilai maksimum sebesar 29,00, dengan jumlah responden yang sama, yaitu 100 orang. Rata-rata skor pada variabel ini adalah 23,80, yang menggambarkan bahwa secara umum pengguna merasa aplikasi Byond mudah digunakan. Nilai standar deviasi sebesar

2,425 menandakan bahwa sebaran data yang cukup merata di sekitar nilai rata-rata., yang memperkuat indikasi bahwa mayoritas nasabah merasakan pengalaman penggunaan yang positif dan tidak mengalami kesulitan berarti.

- c. Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan nilai minimum yang diperoleh adalah 26,00 dan maksimum sebesar 40,00. Rata-rata skor berada pada angka 32,04, yang menunjukkan bahwa secara umum nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi Byond. Nilai standar deviasi sebesar 2,711 sedikit lebih tinggi dibandingkan dua variabel sebelumnya, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian tinggi terhadap tingkat kepuasan mereka.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif dari ketiga variabel utama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap fitur layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi Byond, serta merasakan tingkat kepuasan yang tinggi. Nilai rata-rata yang tinggi dan standar deviasi yang relatif rendah menunjukkan bahwa data ini cukup stabil dan representatif. Temuan ini mendukung kelayakan untuk dilakukan analisis lanjutan, seperti uji regresi linier berganda, guna mengetahui pengaruh signifikan dari fitur layanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah.

1. Hasil Uji Kualitas Data (Uji Instrumen)

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan atau mengukur data dari variabel yang sedang diteliti. Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner memiliki tingkat validitas, yaitu kemampuan mengukur apa yang seharusnya diukur, dan reliabilitas, yakni konsistensi hasil pengukuran jika digunakan secara berulang (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, pengujian instrumen dilakukan terhadap 30 responden uji coba yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian utama. Langkah ini bertujuan untuk menilai apakah setiap butir pertanyaan dapat dipahami dengan jelas dan memberikan data yang akurat sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama. Jumlah responden uji coba sebanyak 30 orang merujuk pada anjuran yang menyatakan bahwa pada ukuran tersebut, distribusi data umumnya mendekati normal. Oleh karena itu, pemisahan antara responden uji coba dan responden penelitian inti dilakukan untuk menjaga keandalan serta keabsahan instrumen, sekaligus mencegah bias akibat pengujian berulang pada sampel yang sama (Sugiyono, 2016).

a. Hasil Uji Validitas

Untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang dimaksud secara tepat, dilakukan uji validitas menggunakan korelasi Pearson (r hitung). Nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% ($N = 30$; r tabel = 0,361). Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Fitur Layanan	X1.1	0,485	0,361	Valid
2		X1.2	0,553	0,361	Valid
3		X1.3	0,495	0,361	Valid
4		X1.4	0,545	0,361	Valid
5		X1.5	0,522	0,361	Valid
6		X1.6	0,731	0,361	Valid
7		X1.7	0,670	0,361	Valid
8	Kemudahan Penggunaan	X2.1	0,791	0,361	Valid
9		X2.2	0,661	0,361	Valid
10		X2.3	0,540	0,361	Valid
11		X2.4	0,749	0,361	Valid
12		X2.5	0,571	0,361	Valid
13		X2.6	0,729	0,361	Valid
14		X2.7	0,527	0,361	Valid
15		X2.8	0,489	0,361	Valid
16	Kepuasan Nasabah	Y1.1	0,472	0,361	Valid
17		Y1.2	0,427	0,361	Valid
18		Y1.3	0,473	0,361	Valid
19		Y1.4	0,488	0,361	Valid
20		Y1.5	0,623	0,361	Valid
21		Y1.6	0,528	0,361	Valid
22		Y1.7	0,676	0,361	Valid
23		Y1.8	0,553	0,361	Valid
24		Y1.9	0,387	0,361	Valid
25		Y1.10	0,384	0,361	Valid

Sumber; (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel, yaitu Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Nasabah memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel

(0,361), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur (kuesioner) memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam pengukuran yang berulang. Dalam penelitian ini, reliabilitas dianalisis menggunakan metode Cronbach's Alpha, di mana nilai $\geq 0,60$ dianggap sudah memenuhi syarat sebagai instrumen yang reliabel (Ghozali, 2016). Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Fitur Layanan	0,656	7	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,781	8	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,657	10	Reliabel

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu Fitur Layanan ($\alpha = 0,656$), Kemudahan Penggunaan ($\alpha = 0,781$), dan Kepuasan Nasabah ($\alpha = 0,657$), memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh instrumen yang digunakan tergolong reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian selanjutnya.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen maupun dependen dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik memerlukan distribusi data yang normal atau mendekati normal. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) dari uji tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 5 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,74499766
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,054
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance. e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan

bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini yang menguji pengaruh fitur layanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah aplikasi Byond by Bank Syariah Indonesia memenuhi salah satu syarat penting dalam analisis regresi, yaitu normalitas residual. Ini memperkuat validitas model untuk digunakan dalam pengujian hipotesis dan interpretasi hasil regresi. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa antar variabel independen dalam model regresi tidak memiliki hubungan yang kuat satu sama lain. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya korelasi tinggi antar variabel bebas. Multikolinearitas dianggap terjadi jika nilai tolerance kurang dari 0,10 atau nilai VIF melebihi 10. Apabila seluruh nilai VIF berada di bawah angka tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model bebas dari gejala multikolinearitas, atau multikolinearitas yang ada tidak mengganggu validitas model (Hernandez & David, 2022).

Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	3,315	2,459		1,348	,181		
Fitur Layanan	,643	,077	,550	8,386	<,001	,994	1,006
Kemudahan Penggunaan	,644	,073	,576	8,793	<,001	,994	1,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

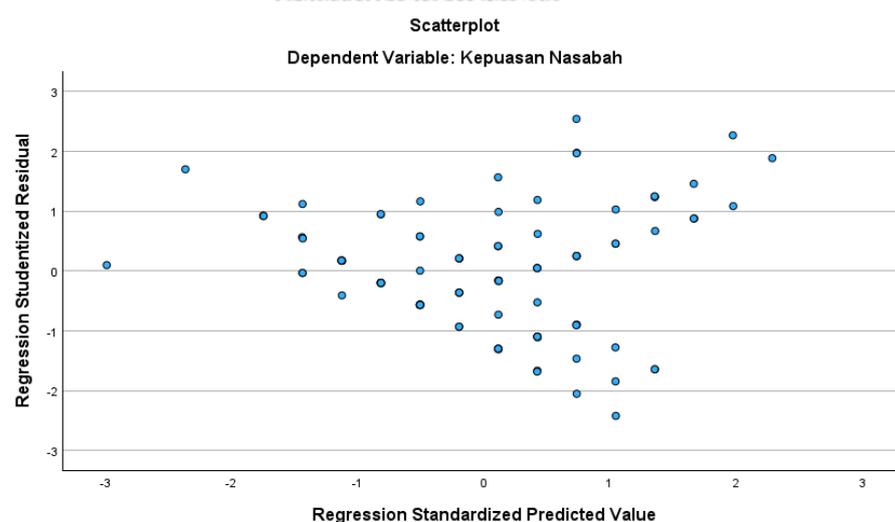
Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Pada tabel 4.6, nilai Tolerance untuk variabel Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan adalah sebesar 0,994, sedangkan nilai VIF masing-masing sebesar 1,006. Karena nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini. Artinya, kedua variabel independen tersebut tidak memiliki hubungan linear yang kuat satu sama lain, sehingga keduanya dapat digunakan secara simultan dalam model regresi untuk menjelaskan variabel Kepuasan Nasabah secara valid.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 4. 7 Uji Heteroskedastisitas



Sumber; (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan grafik scatterplot yang memperlihatkan hubungan antara *Regression Standardized Predicted Value* dan *Regression Studentized Residual*, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu seperti mengerucut atau menyebar secara sistematis. Penyebaran titik juga tampak merata di atas dan di bawah garis horizontal nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi linear berganda yang digunakan. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi, yang berarti bahwa variasi residual adalah konstan di seluruh nilai prediksi. Ini memperkuat validitas model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel Fitur Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Proses pengolahan data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda, dan hasil analisis dalam penelitian ini disajikan sebagaimana berikut:

Tabel 4. 8 Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,315	2,459		1,348	,181
Fitur Layanan	,643	,077	,550	8,386	<,001
Kemudahan Penggunaan	,644	,073	,576	8,793	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

$$Y = 3,315 + 0,643X_1 + 0,644X_2 + e$$

- a. Konstanta (α) sebesar 3,315 menunjukkan bahwa jika fitur layanan (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) dianggap tidak berpengaruh (nilai X_1 dan $X_2 = 0$), maka nilai kepuasan nasabah (Y) diperkirakan sebesar 3,315. Walaupun nilai ini tidak signifikan secara statistik (Sig. = 0,181 > 0,05), konstanta tetap digunakan dalam membentuk model prediktif.
 - b. Koefisien X_1 (Fitur Layanan) = 0,643 menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang berarti bahwa setiap peningkatan satuan fitur layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,643 satuan, dengan asumsi variabel kemudahan penggunaan tetap.
 - c. Koefisien X_2 (Kemudahan Penggunaan) = 0,644 menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang berarti bahwa setiap peningkatan satuan kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,644 satuan, dengan asumsi fitur layanan tetap.
5. Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan atau memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4. 9 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,586	,577	1,76290

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan output pada tabel 4.9 di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,586, yang berarti bahwa 58,6% variasi variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen Fitur Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2). Sementara sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,577 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor dalam model, kontribusi Fitur Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) tetap cukup kuat. Selain itu, nilai R sebesar 0,765 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y secara simultan.

6. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menilai tingkat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap perubahan pada variabel terikat.

Tabel 4. 10 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,315	2,459		1,348	,181	
Fitur Layanan	,643	,077	,550	8,386	<,001	
Kemudahan Penggunaan	,644	,073	,576	8,793	<,001	

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil output tabel 4.10, diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh Fitur Layanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Fitur Layanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 8,386, sedangkan t tabel sebesar 1,985. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($8,386 > 1,985$) dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik fitur layanan yang disediakan oleh bank, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

2) Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Untuk variabel Kemudahan Penggunaan (X2), diperoleh nilai t hitung sebesar 8,793 dengan nilai t tabel sebesar 1,985. Karena t hitung $> t$ tabel ($8,793 > 1,985$) dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan juga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Artinya, kemudahan dalam menggunakan layanan perbankan atau aplikasi secara langsung memberikan kontribusi penting dalam membentuk tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil uji t, kedua variabel independen, yaitu Fitur Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2), terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah (Y), karena nilai t hitung masing-masing lebih besar dari t tabel (1,985) dan nilai signifikansi $< 0,05$.

b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi sebesar 5%. Adapun hasil analisis uji F dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 11 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	426,383	2	213,192	68,599	<,001 ^b
Residual	301,457	97	3,108		
Total	727,840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan

Sumber: (IBM SPSS diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 68,599 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, model regresi yang dibangun dalam

penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan dalam memprediksi tingkat kepuasan nasabah berdasarkan kedua variabel independen tersebut.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Fitur Layanan (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Nilai koefisien regresi untuk fitur layanan adalah sebesar 0,643, dengan nilai t hitung = 8,386 dan nilai signifikansi = $< 0,001$, yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dan lebih besar dari t tabel = 1,985. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fitur layanan yang diberikan oleh aplikasi Byond BSI dengan tingkat kepuasan nasabah. Hal ini berarti setiap peningkatan penilaian nasabah terhadap fitur layanan yang dimiliki aplikasi Byond seperti kemudahan mengakses informasi, keberagaman layanan transaksi, keanekaragaman fitur, dan inovasi produk—akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti secara statistik.

Temuan tersebut selaras dengan Teori Perilaku Konsumen, yang menjelaskan bahwa penilaian konsumen terhadap nilai dan kualitas suatu layanan sangat memengaruhi sikap dan keputusan mereka, termasuk dalam merasakan kepuasan. Dalam konteks ini, fitur layanan yang memudahkan nasabah dalam mengakses produk dan jasa perbankan digital, serta menyediakan berbagai pilihan transaksi yang relevan dan inovatif, memberikan nilai tambah bagi pengguna aplikasi. Semakin lengkap dan mudah fitur yang

ditawarkan, semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menguatkan bahwa kepuasan nasabah dibentuk dari penilaian positif terhadap fitur layanan yang mampu memenuhi kebutuhan, harapan, dan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan layanan digital perbankan syariah.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan fitur layanan terhadap kepuasan nasabah sejalan dengan penelitian Nurul Hidayah dkk, (2022) yang juga menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Keduanya menegaskan bahwa keberagaman fitur, inovasi produk, dan akses informasi digital merupakan faktor penting dalam membentuk pengalaman positif nasabah terhadap platform perbankan digital.

Namun, terdapat pula penelitian yang tidak mendukung temuan serupa, penelitian oleh Fadhilah Oktariani (2024) menyimpulkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, meskipun berpengaruh terhadap kepercayaan. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan SEM dengan sampel pengguna BSI mobile dan menemukan bahwa aspek fitur layanan saja tidak cukup meningkatkan kepuasan tanpa adanya dukungan faktor kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa validitas pengaruh fitur layanan bisa dipengaruhi oleh variabel mediasi atau konteks platform yang berbeda, memperlihatkan pentingnya pengukuran konteks spesifik aplikasi dalam menganalisis pengaruh fitur layanan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Byond BSI. Temuan ini memperkuat teori perilaku konsumen dan meskipun ada penelitian lain yang menyatakan sebaliknya, layanan Byond membuktikan bahwa fitur yang lengkap dan inovatif tetap menjadi faktor utama pembentuk kepuasan. Dengan demikian, rumusan masalah pertama terjawab secara empiris.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X₂) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Koefisien regresi variabel ini sebesar 0,644, dengan nilai t hitung = 8,793, yang jauh melampaui t tabel = 1,985, dan nilai signifikansi < 0,001. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan aplikasi Byond—dalam aspek seperti mudah dipelajari, tidak membutuhkan upaya berlebih, mudah dioperasikan, serta desain yang sederhana dan fleksibel—semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian, hipotesis kedua penelitian ini terbukti secara empiris.

Temuan selaras dengan Teori Perilaku Konsumen sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), Setiadi (2019), dan Irwansyah dkk. (2021). Secara psikologis, kemudahan penggunaan memengaruhi cara konsumen menilai dan merespons suatu layanan. Ketika aplikasi Byond dinilai mudah dipelajari, fleksibel, serta tidak menuntut upaya yang berlebihan, konsumen akan merasa lebih nyaman dan puas dalam menggunakannya. Ini

juga terkait dengan aspek psikologis dalam teori perilaku konsumen, seperti motivasi, yang sangat menentukan bagaimana konsumen memahami manfaat dan pengalaman dalam menggunakan layanan digital. Ditinjau dari teori hierarki kebutuhan Maslow, kemudahan penggunaan aplikasi dapat memenuhi kebutuhan dasar, rasa aman, hingga aktualisasi diri nasabah, terutama dalam mengelola keuangannya secara mandiri dan efisien. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa kemudahan dalam bertransaksi menjadi salah satu kunci terciptanya kepuasan nasabah dalam konteks layanan *mobile banking* syariah.

Hasil penelitian ini sejalan oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Salah satunya adalah penelitian pada pengguna *Mobile Banking* BCA oleh Komang & Ariasih (2025) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking* BCA. Sebaliknya, studi oleh Feby Widia Putri (2022) pada pengguna BSI[®] Mobile menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini memberikan bukti empiris yang lebih kuat dalam konteks aplikasi Byond, dan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan tergantung pada desain, konteks penggunaan, serta kebutuhan pengguna spesifik platform.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat dirumuskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

nasabah pengguna Byond by BSI. Temuan ini didukung oleh teori perilaku konsumen dan hierarki kebutuhan Maslow yang menekankan pentingnya aspek psikologis dan kenyamanan dalam menggunakan layanan digital. Meskipun ada penelitian sebelumnya yang menyatakan sebaliknya, konteks aplikasi Byond menunjukkan bahwa kemudahan navigasi, efisiensi penggunaan, dan fleksibilitas layanan menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan. Oleh karena itu, rumusan masalah kedua terjawab secara empiris.

3. Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 68,599, yang jauh lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 pada tingkat signifikansi 5%. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $< 0,001$, yang berarti jauh di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, Fitur Layanan (X_1) dan Kemudahan Penggunaan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Dengan kata lain, meskipun masing-masing variabel telah terbukti signifikan secara parsial, namun jika diuji bersama-sama, keduanya mampu membentuk model yang secara statistik kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas fitur layanan dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi memiliki kontribusi yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pengguna secara menyeluruh.

Temuan ini mendukung kuat gagasan dalam Teori Perilaku Konsumen dan hierarki kebutuhan Maslow, bahwa pengalaman konsumen terhadap

layanan digital terbentuk dari penilaian atas nilai fungsional dan kemudahan penggunaan. Ketika aplikasi menyediakan fitur yang lengkap dan interfacenya mudah digunakan seperti aplikasi Byond yang informatif, intuitif, dan efisien nasabah merasakan kenyamanan, aman, dan tercapai aktualisasi diri dalam pengelolaan keuangan. Dengan kombinasi kedua aspek tersebut, konsumen membentuk penilaian positif yang berujung pada kepuasan tinggi. Teori berpegang pada prinsip bahwa kualitas fitur dan proses penggunaan tanpa hambatan menjadi pendorong utama kepuasan konsumen.

Penelitian ini diperkuat oleh beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa fitur layanan dan kemudahan penggunaan dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, meskipun hasilnya tidak selalu konsisten antar platform. Penelitian oleh Dewi & Nugroho (2023) terhadap pengguna BRImo menunjukkan bahwa fitur layanan seperti kelengkapan transaksi, keamanan, dan kecepatan sistem memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, studi Komang & Ariasih (2025) pada *Mobile Banking* BCA juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif karena tampilan yang sederhana dan navigasi yang mudah. Sebaliknya, hasil berbeda ditemukan oleh Putri & Hidayat (2022) yang meneliti pengguna aplikasi BSI Mobile dan menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang kemungkinan disebabkan oleh pengalaman pengguna yang kurang konsisten dan kompleksitas menu. Selain itu, penelitian oleh Ananda & Prasetyo (2021) juga menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan,

tergantung pada nilai guna dan kebutuhan nasabah. Perbedaan ini menegaskan bahwa pengaruh kedua variabel sangat bergantung pada kualitas implementasi teknologi, preferensi pengguna, serta kesesuaian fitur dengan harapan nasabah di masing-masing platform layanan digital.

