JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i6
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 25 June 2026 | **Revised:** 31 Juli 2026 | **Accepted:** 15 Agustus 2026

Analisis *Customer Experience* Digital: Tingkat Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Produk Mobile Banking Syariah pada Nasabah BSI di Kota Surabaya

Sandra Merlina Putri[1], Fani Firmansyah[2]
[1]Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia, 19540104@student.uin-malang.ac.id
[2]Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia, fanifirmansyah@pbs.uin-malang.ac.id

Corresponding Author: Siti Nurmala Salsabillah, 19540104@student.uin-malang.ac.id[1]

Abstract: *This study aims to analyze the influence of digital customer experience consisting of ease of use and trust on the decision to use Islamic mobile banking among Bank Syariah Indonesia (BSI) customers in Surabaya. The study uses a quantitative approach with an explanatory research method. The study population is all BSI customers in Surabaya who use Islamic mobile banking services. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 120 respondents. Data collection was carried out through questionnaires, while data analysis used the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method. The results show that ease of use has a positive and significant effect on the decision to use BSI Mobile with a t-statistic value of 3.423 and a p-value of 0.001. Trust also has a positive and significant effect on the decision to use BSI Mobile with a t-statistic value of 7.847 and a p-value of 0.000. Simultaneously, ease of use and trust had a strong influence on the decision to use BSI Mobile, with an R-square value of 0.784, indicating that 78.4% of the variation in the decision to use can be explained by these two variables. Furthermore, trust proved to be the most dominant variable influencing the decision to use, with a path coefficient of 0.649, higher than ease of use of 0.291. This study concludes that ease of use and trust are important factors in driving customer decisions to use BSI Mobile, with trust being the most dominant factor. Therefore, Bank Syariah Indonesia needs to continue improving the ease of application operation, system security, data protection, and consistent implementation of Sharia principles to increase the adoption and sustainable use of Sharia mobile banking services.*

Keywords: *Digital Customer Experience, Sharia Mobile Banking, BSI Mobile*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer experience digital* yang terdiri atas kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah BSI di Kota Surabaya yang menggunakan layanan *mobile banking* syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah

sampel sebanyak 120 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile dengan nilai *t-statistics* sebesar 3,423 dan *p-value* sebesar 0,001. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile dengan nilai *t-statistics* sebesar 7,847 dan *p-value* sebesar 0,000. Secara simultan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile dengan nilai *R-square* sebesar 0,784, yang menunjukkan bahwa 78,4% variasi keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Selain itu, kepercayaan terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan penggunaan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,649, lebih tinggi dibandingkan kemudahan penggunaan yang sebesar 0,291. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile, dengan kepercayaan sebagai faktor yang paling dominan. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia perlu terus meningkatkan kemudahan operasional aplikasi, keamanan sistem, perlindungan data, serta konsistensi penerapan prinsip syariah guna meningkatkan adopsi dan penggunaan layanan *mobile banking* syariah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Customer Experience Digital*, *Mobile Banking* Syariah, BSI Mobile

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam sektor perbankan, salah satunya melalui hadirnya layanan *mobile banking* yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara cepat, mudah, dan efisien melalui perangkat seluler. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia turut memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperluas akses perbankan kepada masyarakat (Inayatulloh et al., 2022; Shalsabilah & Firmansyah, 2023). Pertumbuhan penggunaan *mobile banking* di Indonesia juga terus meningkat, ditandai dengan nilai transaksi *digital banking* yang mencapai Rp5.340,92 triliun pada April 2024 atau tumbuh 19,08% *year-on-year*. Kondisi ini menunjukkan semakin tingginya ketergantungan masyarakat terhadap layanan keuangan digital seiring meningkatnya penggunaan internet dan *smartphone* (Dedy et al., 2024).

Menurut Saraswati (2022), kualitas layanan merupakan kesesuaian antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima. Istiqomah et al. (2024) serta Amalia dan Firdaus (2024) menegaskan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Fahmi (2015) menjelaskan bahwa *service quality* diukur melalui perbandingan antara *perceived service* dan *expected service*. Oleh karena itu, kualitas layanan digital menjadi faktor penting dalam mempertahankan penggunaan layanan perbankan syariah.

Dalam mendukung transformasi digital, BSI menghadirkan BSI Mobile dan kemudian mengembangkan BYOND by BSI sebagai *super app* yang menyediakan lebih dari 130 fitur layanan finansial, sosial, dan spiritual. Pada Juni 2024, BSI mencatat 247,5 juta transaksi digital dengan nilai mencapai Rp299 triliun atau meningkat 45,02% dibandingkan bulan sebelumnya. Meskipun demikian, tingkat penggunaan *mobile banking* syariah masih belum optimal karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengalaman digital pengguna.

Customer experience digital merupakan keseluruhan pengalaman yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan layanan digital. Dalam konteks *mobile banking* syariah, pengalaman tersebut mencakup kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan kepercayaan (*trust*) terhadap sistem. Penelitian Islam, Hamzah, dan Mahmud (2020) menunjukkan bahwa

pengalaman pelanggan berkaitan erat dengan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pengalaman digital menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan layanan perbankan digital.

Meskipun perbankan syariah terus berkembang, berbagai tantangan masih dihadapi. Sebagian pengguna mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi karena kompleksitas fitur, tampilan yang kurang intuitif, serta minimnya edukasi penggunaan. Selain itu, isu keamanan dan privasi data, seperti *phishing*, *skimming*, dan pencurian data pribadi, masih menimbulkan keraguan dalam menggunakan layanan digital. Kondisi tersebut menjadikan kemudahan penggunaan dan kepercayaan sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan keputusan penggunaan *mobile banking* syariah.

Kota Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kota metropolitan dengan tingkat penggunaan teknologi digital yang tinggi. Penelitian Abraham Ivan Kurniawan et al. (2025) menunjukkan bahwa Surabaya memiliki populasi pengguna *digital banking* yang memadai sebagai objek penelitian. Selain itu, tingginya kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan syariah serta keberadaan berbagai lembaga keuangan syariah memberikan peluang besar bagi pertumbuhan pengguna BYOND by BSI. Namun, pengaruh *customer experience digital* terhadap keputusan penggunaan layanan tersebut masih perlu diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *customer experience digital*, khususnya kemudahan penggunaan dan kepercayaan, terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah BSI di Kota Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan penggunaan serta memberikan bukti empiris yang dapat digunakan oleh perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan digital dan memperluas adopsi *mobile banking* syariah..

Berdasarkan latar belkanag di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah BSI di Kota Surabaya. (2) Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah BSI di Kota Surabaya. (3) Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah BSI di Kota Surabaya. (4) Mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah BSI di Kota Surabaya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research* untuk menganalisis pengaruh *customer experience digital* yang terdiri atas kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Surabaya. Lokasi penelitian dipilih karena Surabaya memiliki tingkat penggunaan layanan perbankan digital yang tinggi sehingga dinilai relevan untuk mengkaji perilaku penggunaan *mobile banking* syariah.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah BSI di Kota Surabaya yang menggunakan layanan *mobile banking* syariah. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penelitian ini menggunakan kategori *infinite population*. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Responden yang dipilih merupakan nasabah aktif BSI, berdomisili atau beraktivitas di Surabaya, berusia minimal 17 tahun, menggunakan aplikasi BYOND by BSI, pernah melakukan transaksi melalui *mobile banking* BSI dalam tiga bulan terakhir, dan bersedia menjadi responden penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Hair et al. (2021), yaitu 10 kali jumlah indikator penelitian. Dengan 12 indikator yang digunakan, diperoleh sampel sebanyak 120 responden.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, sedangkan data

sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, laporan lembaga, dan berbagai sumber akademik yang relevan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan didukung oleh literatur yang relevan.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kemudahan penggunaan (X1) dan kepercayaan (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan penggunaan *mobile banking* syariah (Y). Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi variabel penelitian, sedangkan analisis inferensial menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel dan hipotesis penelitian.

Pengujian model dilakukan melalui *outer model* dan *inner model*. *Outer model* digunakan untuk menguji kualitas instrumen melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* di atas 0,5–0,6 dan nilai *cross-loading* minimal 0,7. Reliabilitas konstruk dinilai melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang harus melebihi 0,70. Sementara itu, *inner model* digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui nilai *R-Square* dan pengujian hipotesis. Hipotesis dinyatakan diterima apabila memiliki nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05. Melalui pendekatan SEM-PLS, penelitian ini mampu mengukur pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* syariah secara simultan maupun parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Dekripsi Responden Penelitian

Analisis deskriptif terhadap karakteristik responden dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai profil nasabah pengguna BSI Mobile di Kota Surabaya berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama penggunaan layanan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari total 120 responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan. Jumlah responden perempuan mencapai 66 orang atau sebesar 55%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 54 orang atau sebesar 45%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan BSI Mobile dalam penelitian ini relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan, meskipun kelompok perempuan memiliki proporsi yang lebih dominan.

Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 17–27 tahun dengan jumlah 74 orang atau sebesar 61,67% dari total responden. Kelompok usia ini menjadi segmen pengguna terbesar dalam penelitian, yang menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* syariah lebih banyak dimanfaatkan oleh kalangan usia muda yang umumnya memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi digital. Selanjutnya, kelompok usia 28–37 tahun berjumlah 26 responden atau sebesar 21,67%. Responden yang berusia 38–47 tahun tercatat sebanyak 13 orang atau sebesar 10,83%, sedangkan kelompok usia di atas 48 tahun merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu 7 responden atau sebesar 5,83%. Distribusi tersebut mengindikasikan bahwa pengguna BSI Mobile didominasi oleh generasi produktif yang lebih akrab dengan penggunaan teknologi dan layanan keuangan berbasis digital.

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah menunjukkan dominasi yang sangat kuat pada kelompok nasabah yang telah menggunakan layanan lebih dari satu tahun. Dari total 120 responden, sebanyak 108 orang atau 90% merupakan nasabah dengan masa penggunaan lebih dari satu tahun. Sementara itu, responden yang telah menjadi nasabah selama 6 bulan hingga 1 tahun berjumlah 10 orang atau sebesar 8,33%. Adapun nasabah dengan lama penggunaan kurang dari 6 bulan hanya berjumlah 2 orang atau sebesar 1,67%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup panjang dalam menggunakan layanan BSI Mobile, sehingga dinilai mampu memberikan penilaian yang

lebih akurat terkait kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan layanan *mobile banking* syariah. Secara keseluruhan, profil responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, berada pada rentang usia 17–27 tahun, serta telah menggunakan layanan BSI Mobile selama lebih dari satu tahun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pengguna aktif yang memiliki pengalaman dan pemahaman yang memadai terhadap layanan *mobile banking* syariah yang diteliti.

Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut merupakan paparan hasil dari variabel penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang telah di sistribusikan:

Tabel 1. Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan

Item	Hasil Kuesioner										
	STS (1)	%	TS (2)	%	N (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Rata-rata
X1.1	0	0	2	1.67	26	21.67	48	40	44	36.67	4.12
X1.2	0	0	2	1.67	24	20	45	37.5	49	40.83	4.18
X1.3	0	0	1	0.83	25	20.83	47	39.17	47	39.17	4.17
X1.4	0	0	3	2.5	21	17.5	55	45.83	41	34.17	4.12
X1.5	0	0	3	2.5	30	25	40	33.33	47	39.17	4.09
X1.6	0	0	1	0.83	27	22.5	46	38.33	46	38.33	4.14
X1.7	0	0	0	0	26	21.67	48	40	46	38.33	4.17
X1.8	0	0	1	0.83	31	25.83	43	35.83	45	37.5	4.1
X1.9	0	0	1	0.83	31	25.83	46	38.33	42	35	4.08
X1.10	0	0	2	1.67	26	21.67	49	40.83	43	35.83	4.11

Sumber: diolah peneliti, 2026

Analisis deskriptif terhadap variabel Kemudahan Penggunaan (X1) menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,13, yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa nasabah BSI di Kota Surabaya menilai aplikasi BSI Mobile sangat praktis dan mudah dioperasikan untuk kebutuhan transaksi sehari-hari. Skor tertinggi diperoleh item X1.2 (4,18) dengan total respons Setuju dan Sangat Setuju mencapai 78,33%, mengindikasikan bahwa indikator kejelasan informasi *(clear and understandable)* berupa struktur menu dan petunjuk transaksi pada aplikasi dinilai paling unggul karena sangat mudah dipahami. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada item X1.9 (4,08) dengan persentase jawaban Netral sebesar 25,83%, yang mengevaluasi bahwa aspek keluwesan interaksi sistem *(flexible)* masih dirasa sedikit kaku oleh sebagian nasabah.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Variabel Kepercayaan

Item	Hasil Kuesioner										
	STS (1)	%	TS (2)	%	N (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Rata-rata
X2.1	0	0	1	0.83	34	28.33	43	35.83	42	35.00	4.05
X2.2	0	0	2	1.67	31	25.83	50	41.67	37	30.83	4.02
X2.3	0	0	2	1.67	28	23.33	54	45.00	36	30.00	4.03
X2.4	0	0	4	3.33	31	25.83	45	37.50	40	33.33	4.01
X2.5	0	0	0	0.00	34	28.33	43	35.83	43	35.83	4.08
X2.6	0	0	4	3.33	22	18.33	57	47.50	37	30.83	4.06

Sumber: diolah peneliti, 2026

Analisis deskriptif terhadap variabel Kepercayaan (X2) menghasilkan nilai rata-rata keseluruhan *(grand mean)* sebesar 4,04, yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini membuktikan secara empiris bahwa nasabah BSI di Kota Surabaya memiliki keyakinan yang kuat terhadap integritas, aspek kepatuhan syariah *(sharia compliance)*, dan keandalan sistem keamanan digital yang diterapkan pada aplikasi BSI Mobile. Skor tertinggi diperoleh oleh item

X2.5 (4,08) dengan total respons kombinasi Setuju dan Sangat Setuju sebesar 71,66%, mengindikasikan bahwa nasabah memberikan apresiasi paling tinggi pada indikator niat baik *(intentions)*, khususnya terkait komitmen nyata BSI dalam mengutamakan kepentingan dan kenyamanan penggunanya. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada item X2.4 (4,01) dengan persentase respons Tidak Setuju sebesar 3,33%, yang memberikan catatan evaluatif bahwa sebagian kecil nasabah masih menaruh perhatian kritis terhadap jaminan keamanan data pribadi agar tidak disalahgunakan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan

Item	Hasil Kuesioner										
	STS (1)	%	TS (2)	%	N (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Rata-rata
Y1	0	0	4	3.33	34	28.33	44	36.67	38	31.67	3.97
Y2	0	0	1	0.83	28	23.33	54	45	37	30.83	4.06
Y3	0	0	0	0.00	24	20	54	45	42	35	4.15
Y4	0	0	1	0.83	27	22.5	51	42.5	41	34.17	4.1
Y5	0	0	1	0.83	27	22.5	54	45	38	31.67	4.08
Y6	0	0	0	0.00	32	26.67	45	37.5	43	35.83	4.09
Y7	0	0	2	1.67	29	24.17	44	36.67	45	37.5	4.1
Y8	0	0	3	2.50	27	22.5	51	42.5	39	32.5	4.05
Y9	0	0	2	1.67	35	29.17	41	34.17	42	35	4.03
Y10	0	0	1	0.83	30	25	51	42.5	38	31.67	4.05

Sumber: diolah peneliti, 2026

Analisis deskriptif terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y) menghasilkan nilai rata-rata keseluruhan *(grand mean)* sebesar 4,06, yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil empiris ini membuktikan bahwa nasabah BSI di Kota Surabaya memiliki komitmen dan ketetapan yang kuat untuk menjadikan aplikasi BSI Mobile sebagai instrumen utama dalam pemenuhan kebutuhan transaksi finansial mereka. Skor tertinggi diperoleh oleh item Y3 (4,15) dengan total respons kombinasi Setuju dan Sangat Setuju mencapai 80%, mengindikasikan bahwa indikator Waktu Penggunaan dinilai paling unggul oleh nasabah karena fleksibilitas aplikasi yang memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja di luar jam operasional bank fisik. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada item Y1 (3,97) dengan persentase respons Tidak Setuju sebesar 3,33%, yang menunjukkan bahwa aspek penentu awal dalam pemilihan produk/jasa digital masih disikapi secara lebih selektif oleh sebagian kecil nasabah.

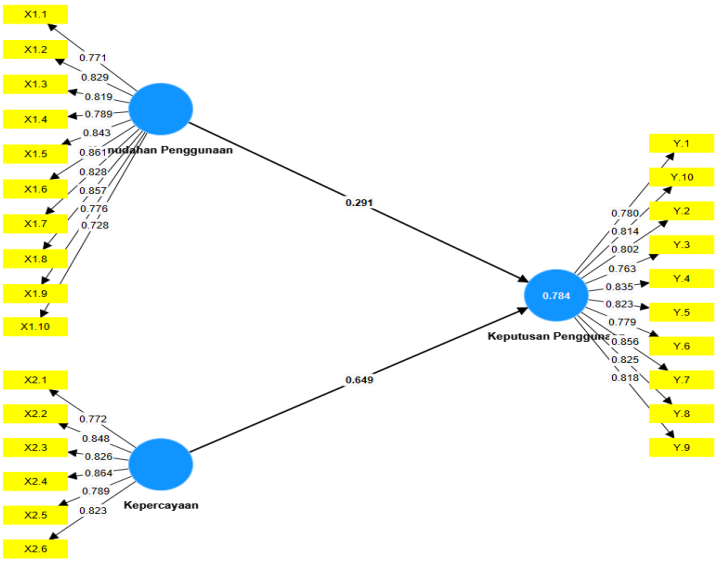
Hasil Analisis Data

1. Outer Model

Evaluasi terhadap model pengukuran (*measurement model* atau *outer model*) dilaksanakan dengan tujuan untuk menguji tingkat validitas serta reliabilitas dari setiap indikator yang merepresentasikan variabel laten dalam penelitian ini. Berdasarkan analisis data yang telah diproses menggunakan SmartPLS 4, berikut adalah rangkaian hasil pengujian *outer model* yang diperoleh

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen diukur dengan menggunakan *loading factor*. Nilai *loading factor* untuk setiap indikator harus > 0,7. Hasil *nilai loading* factor pada setiap indikator sebagai berikut ini:



Gambar 1. Hasil Output SmartPLS

Tabel 4. Nilai *Loading Factor*

	Kemudahan Penggunaan	Kepercayaan	Keputusan Penggunaan
X1.1	0.771		
X1.2	0.829		
X1.3	0.819		
X1.4	0.789		
X1.5	0.843		
X1.6	0.861		
X1.7	0.828		
X1.8	0.857		
X1.9	0.776		
X1.10	0.728		
X2.1		0.772	
X2.2		0.848	
X2.3		0.826	
X2.4		0.864	
X2.5		0.789	
X2.6		0.823	
Y.1			0.78
Y.2			0.802
Y.3			0.763
Y.4			0.835
Y.5			0.823
Y.6			0.779
Y.7			0.856
Y.8			0.825
Y.9			0.818
Y.10			0.814

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Berdasarkan data hasil estimasi model pengukuran pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh indikator untuk variabel Kemudahan Penggunaan (X1.1 sampai X1.10), Kepercayaan (X2.1 sampai X2.6), dan Keputusan Penggunaan (Y.1 sampai Y.10) menghasilkan nilai *loading factor* yang berada di atas ambang batas standar, yaitu lebih besar dari 0,7. Nilai muatan faktor terkecil tercatat pada indikator X1.10 sebesar 0,728, sedangkan nilai tertinggi dicapai oleh indikator X2.4 sebesar 0.864. Karena tidak ada satu pun indikator yang memiliki nilai di bawah 0,7, maka dapat disimpulkan secara empiris bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen *(convergent validity)* yang kuat. Dengan demikian, semua indikator tersebut dinyatakan valid dan layak dipertahankan dalam model untuk pengujian struktural tahap berikutnya.

b. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan ditujukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk atau variabel laten memiliki perbedaan yang jelas dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Berdasarkan ketentuan teoretis SEM-PLS, model memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai muatan silang *(cross loading)* sebuah indikator terhadap variabel latennya sendiri terbukti lebih besar dibandingkan dengan nilai muatannya terhadap variabel laten yang lain. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4, perolehan nilai *cross loading* untuk masing-masing indikator dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai *Cross Loading*

	Kemudahan Penggunaan	Kepercayaan	Keputusan Penggunaan
X1.1	0.771	0.547	0.68
X1.2	0.829	0.628	0.649
X1.3	0.819	0.584	0.594
X1.4	0.789	0.595	0.586
X1.5	0.843	0.577	0.584
X1.6	0.861	0.562	0.633
X1.7	0.828	0.675	0.651
X1.8	0.857	0.569	0.613
X1.9	0.776	0.626	0.59
X1.10	0.728	0.595	0.63
X2.1	0.699	0.772	0.618
X2.2	0.53	0.848	0.736
X2.3	0.604	0.826	0.681
X2.4	0.552	0.864	0.696
X2.5	0.635	0.789	0.762
X2.6	0.616	0.823	0.741
Y.1	0.576	0.787	0.78
Y.2	0.63	0.7	0.802
Y.3	0.644	0.63	0.763
Y.4	0.679	0.738	0.835
Y.5	0.703	0.672	0.823
Y.6	0.665	0.708	0.779
Y.7	0.578	0.677	0.856
Y.8	0.563	0.661	0.825
Y.9	0.583	0.695	0.818

Y.10	0.593	0.703	0.814

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Berdasarkan data matriks *cross loading* pada tabel di atas, dapat dicermati bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi prasyarat validitas diskriminan yang baik. Hal ini dibuktikan secara empiris oleh nilai muatan silang *(cross loading)* setiap indikator yang nilainya selalu paling besar pada kolom variabel laten yang ditujunya dibandingkan dengan nilai muatan pada kolom variabel lainnya. Dengan terpenuhinya kondisi di mana nilai muatan internal konstruk selalu lebih kuat daripada nilai muatan silang eksternalnya, maka dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk laten dalam studi ini bersifat unik, memiliki perbedaan yang jelas, dan sama sekali tidak tumpang tindih *(orthogonal)* dengan konstruk lainnya, sehingga model pengukuran ini valid dan siap dilanjutkan ke tahap analisis reliabilitas.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas indikator diuji menggunakan nilai Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha. Nilai CR dan Alpha > 0,7 dianggap reliabel. Hasil nilai Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha sebagai berikut ini:

Tabel 6. Nilai *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kemudahan Penggunaan	0.942	0.942	0.95	0.658
Kepercayaan	0.903	0.905	0.925	0.674
Keputusan Penggunaan	0.942	0.942	0.95	0.656

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Berdasarkan data hasil estimasi akhir model pengukuran pada tabel di atas, pengujian kualitas konstruk laten dievaluasi menggunakan parameter *Average Variance Extracted* (AVE) untuk validitas konvergen, serta *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (rho_a dan rho_c) untuk reliabilitas konstruk. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas yang sangat baik jika nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* berada di atas angka 0,70. Hasil olah data SmartPLS 4 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memiliki *Composite Reliability* (rho_c) sebesar 0,950, variabel Kepercayaan mencatatkan nilai *Composite Reliability* (rho_c) sebesar 0,925, dan variabel Keputusan Penggunaan menghasilkan nilai *Composite Reliability* (rho_c) sebesar 0,950. Karena seluruh konstruk penelitian secara konsisten menembus batas minimum nilai reliabilitas (>0,70), maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini memiliki tingkat keandalan yang tinggi *(highly reliable)* dan konsistensi internal yang kuat.

2. Inner Model

Pengujian Model Struktural (Structural Model) dilakukan dengan tujuan menguji hubungan antar variabel laten untuk menguji hipotesis. Hasil pengujian yang dilakukan pada inner model didapatkan hasil sebagai berikut ini:

a. *R-Square*

Apabila nilai R-Square sebesar 0,70 (kuat), 0,50 (moderate), 0,25(lemah). Hasil nilai R-Square sebagai berikut ini:

Tabel 7. Nilai *R-square*

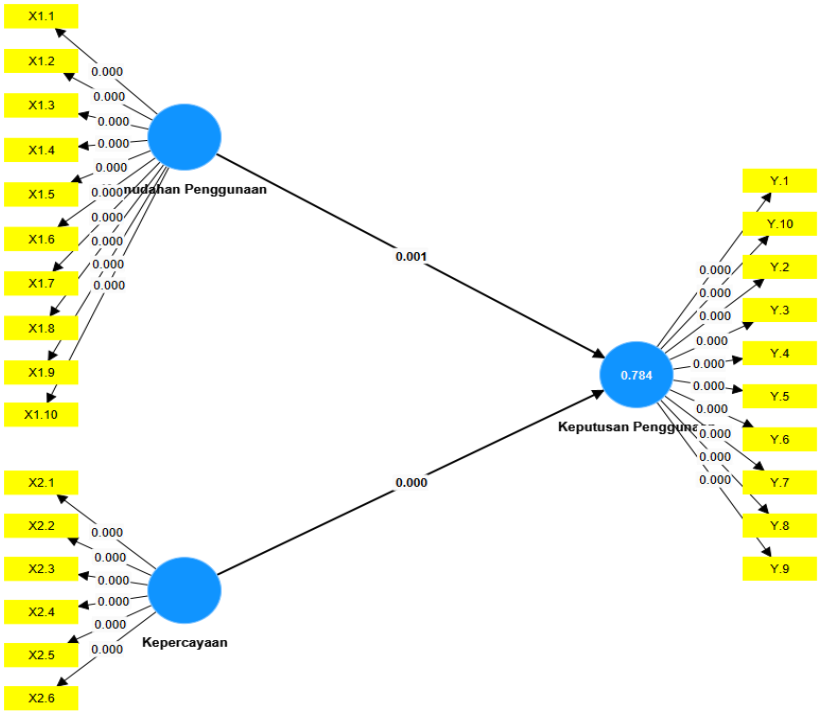
	R-square	R-square adjusted
Keputusan Penggunaan	0.784	0.781

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Berdasarkan data hasil pengujian model struktural *(inner model)* pada tabel di atas, diperoleh nilai R-squaruntuk variabel dependen Keputusan Penggunaan sebesar 0,784. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi atau pengaruh simultan yang diberikan oleh variabel independenyaitu Kemudahan Penggunaan (X1) dan Kepercayaan (X2)mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 78,4%. Sementara itu, sisa variasi sebesar 21,6% dijelaskan oleh variabel atau faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang tidak ikut diteliti. Merujuk pada kriteria teoretis yang menetapkan ambang batas 0,70 sebagai kategori kuat, maka capaian angka 0,784 (atau nilai *adjusted* sebesar 0,781) ini membuktikan secara empiris bahwa model struktural dalam penelitian ini memiliki tingkat prediksi yang kuat *(strong)*. Dengan kata lain, kombinasi antara kemudahan fitur teknologi dan rasa percaya nasabah merupakan faktor determinan yang sangat signifikan dalam menentukan keputusan masyarakat Kota Surabaya untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile secara berkelanjutan.

b. Uji Hipotesis

Dalam peneliyian ini menggunakan teknik *bootstrapping* untuk menghitung *t statistic* dari hubungan antar variabel. Hasil *bootstrapping* sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil *Bootstrapping*

Hasil uji menggunakan bantuan SmartPLS berdasarkan nilai *Path Coefficinets* adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Kemudahan Penggunaan ->	0.291	0.295	0.085	3.423	0.001

Keputusan Penggunaan					
Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.649	0.648	0.083	7.847	0.000

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur *(path coefficients)* melalui proses *bootstrapping* pada SmartPLS 4. Kriteria pengambilan keputusan menetapkan bahwa suatu hipotesis dinyatakan diterima dan memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai *t-statistics*> 1,96 dan nilai *p-values*< 0,05. Berdasarkan hasil komputasi pada tabel di atas, analisis pengaruh parsial antarvariabel dipaparkan sebagai berikut:

H1: Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics yang diperoleh adalah sebesar 3,423 (> 1,96) dan nilai *P-values* sebesar 0,001 (< 0,05). Hasil empiris ini membuktikan bahwa Hipotesis Pertama(H1) diterima, yang berarti Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile di Kota Surabaya.

H2: Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics yang diperoleh adalah sebesar 7,847 (> 1,96) dan nilai *P-values* sebesar 0,000 (< 0,05). Hasil empiris ini membuktikan bahwa Hipotesis Kedua (H2) diterima, yang berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile di Kota Surabaya.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah pada Nasabah BSI di Kota Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile di Kota Surabaya. Hal ini dibuktikan oleh nilai *t-statistics* sebesar 3,423 yang lebih tinggi dari nilai kritis 1,96 serta nilai *P-values* sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, sehingga semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan nasabah, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan BSI Mobile dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor penting yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Ketika aplikasi dianggap mudah dipahami, praktis digunakan, dan tidak menimbulkan kesulitan teknis, hambatan pengguna dalam mengadopsi teknologi akan berkurang sehingga mendorong terbentuknya keputusan penggunaan. Kondisi ini semakin relevan karena mayoritas responden penelitian berasal dari kelompok usia produktif yang termasuk *digital natives*, sehingga lebih mudah beradaptasi dengan teknologi digital dan memahami fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi BSI Mobile.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu. Neta (2024) menemukan bahwa kemudahan akses pada fitur pembukaan rekening secara daring menjadi faktor utama yang mendorong generasi Z menggunakan BSI Mobile. Selain itu, Fuad Hasyim et al. (2024) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan fitur transfer, *top-up* dompet digital, dan pembayaran *real-time* menjadi pendorong utama keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan perbankan digital syariah. Temuan tersebut diperkuat oleh Hanafi (2026) yang menjelaskan bahwa peningkatan adopsi *mobile banking* di Indonesia berkaitan erat dengan pengembangan aplikasi yang semakin ramah pengguna dan mampu meminimalkan kesalahan saat bertransaksi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI telah berhasil menghadirkan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat perkotaan, khususnya di Surabaya. Kemudahan dalam mengakses dan mengoperasikan berbagai fitur transaksi, seperti transfer, pembayaran, hingga layanan pendukung ibadah, terbukti mendorong nasabah untuk memanfaatkan BSI Mobile secara aktif. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan dapat dinyatakan sebagai salah satu faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan serta memperluas adopsi layanan perbankan digital syariah.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah pada Nasabah BSI di Kota Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile di Kota Surabaya. Temuan ini dibuktikan oleh nilai *t-statistics* sebesar 7,847 yang jauh lebih tinggi dibandingkan nilai kritis 1,96 serta nilai *P-values* sebesar 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima, sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap BSI Mobile, maka semakin kuat pula keputusan mereka untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan layanan tersebut.

Temuan ini mendukung *Trust-Commitment Theory* yang dikembangkan oleh Morgan dan Hunt (1994), yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor utama dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Dalam layanan keuangan digital, kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme pengurang ketidakpastian (*uncertainty reduction mechanism*). Ketika nasabah memiliki keyakinan terhadap reputasi bank, keamanan sistem, perlindungan data pribadi, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah (*sharia compliance*), maka kekhawatiran terhadap risiko finansial maupun penyalahgunaan data akan berkurang. Bagi masyarakat Surabaya yang memiliki karakter religius dan modern, penggunaan *mobile banking* syariah tidak hanya didasarkan pada pertimbangan efisiensi, tetapi juga pada aspek keamanan dan kesesuaian dengan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, keputusan penggunaan menjadi bagian dari *value-driven decision* yang mempertimbangkan manfaat fungsional sekaligus ketenangan spiritual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ghazizadeh et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan prasyarat utama sebelum konsumen mengadopsi layanan keuangan digital dalam aktivitas sehari-hari. Temuan ini juga mendukung penelitian Saraswati dan Pratama (2024) yang menemukan bahwa kepercayaan terhadap keamanan enkripsi data dan keandalan sistem *mobile banking* BSI berperan penting dalam mendorong keputusan penggunaan layanan perbankan syariah digital. Selain itu, Fathoni (2025) menegaskan bahwa reputasi bank dalam menjaga stabilitas sistem dan meminimalkan gangguan teknis (*downtime*) berpengaruh langsung terhadap loyalitas serta keberlanjutan penggunaan aplikasi keuangan digital oleh nasabah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia telah berhasil membangun kredibilitas dan citra yang kuat di mata masyarakat Surabaya. Kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap keamanan sistem, perlindungan data, dan konsistensi penerapan prinsip syariah terbukti mampu mendorong keputusan penggunaan BSI Mobile secara nyata. Oleh karena itu, kepercayaan dapat dinyatakan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk mengadopsi dan terus menggunakan BSI Mobile di tengah persaingan industri *financial technology* yang semakin ketat.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercaan Secara Simultan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah pada Nasabah BSI di Kota Surabaya

Berdasarkan hasil evaluasi *inner model*, diketahui bahwa variabel Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile pada nasabah di Kota Surabaya. Hal ini dibuktikan oleh

nilai koefisien determinasi (*R-square*) sebesar 0,784 yang menunjukkan bahwa sebesar 78,4% variasi keputusan penggunaan BSI Mobile dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut secara bersama-sama. Sementara itu, sebesar 21,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai *R-square* yang melebihi 0,70 menunjukkan bahwa model yang dibangun memiliki kemampuan prediksi yang kuat (*strong predictive power*) dalam menjelaskan perilaku penggunaan BSI Mobile.

Temuan ini mendukung integrasi *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) dan *Trust-Commitment Theory* yang dikembangkan oleh Morgan dan Hunt (1994). Dalam konteks perbankan digital syariah, kemudahan penggunaan dan kepercayaan merupakan dua faktor yang saling melengkapi. Kemudahan penggunaan berperan dalam mengurangi hambatan teknis sehingga aplikasi lebih mudah diakses dan dioperasikan, sedangkan kepercayaan berfungsi mengurangi persepsi risiko yang berkaitan dengan keamanan transaksi, perlindungan data, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Ketika kedua faktor tersebut hadir secara bersamaan, nasabah akan memperoleh pengalaman penggunaan yang lebih positif sehingga mendorong terbentuknya keputusan penggunaan yang lebih kuat dan berkelanjutan. Bagi masyarakat Surabaya, aplikasi yang *user-friendly*, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah menjadi kombinasi penting yang memengaruhi keputusan adopsi layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Pradana et al. (2024) yang menyatakan bahwa kombinasi antara manfaat sistem dan reputasi bank menjadi faktor utama dalam mendorong perkembangan perbankan digital syariah di Indonesia. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Fitriani (2025) yang menunjukkan bahwa keputusan masyarakat perkotaan dalam menggunakan layanan keuangan digital syariah sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi serta rasa aman terhadap kerahasiaan data pribadi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan BSI Mobile dalam menarik dan mempertahankan pengguna tidak hanya ditentukan oleh kemudahan fitur yang ditawarkan, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan, keandalan sistem, dan konsistensi penerapan nilai-nilai syariah. Kedua faktor tersebut secara bersama-sama menjadi pendorong utama dalam meningkatkan keputusan penggunaan BSI Mobile.

Variabel yang Berpengaruh Dominan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah pada Nasabah BSI di Kota Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Keputusan Penggunaan BSI Mobile pada nasabah di Kota Surabaya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,649 yang jauh lebih tinggi dibandingkan variabel Kemudahan Penggunaan yang hanya sebesar 0,291. Selain itu, nilai *t-statistics* Kepercayaan mencapai 7,847, sedangkan Kemudahan Penggunaan hanya sebesar 3,423. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan, perubahan pada tingkat kepercayaan nasabah memberikan dampak yang jauh lebih besar terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile.

Dominasi variabel Kepercayaan dapat dijelaskan melalui *Valence Framework* yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan transaksi digital dipengaruhi oleh pertimbangan antara manfaat yang diperoleh (*perceived benefit*) dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*). Dalam layanan *mobile banking* syariah, risiko yang dipertimbangkan nasabah tidak hanya berkaitan dengan keamanan finansial, seperti penipuan siber dan kegagalan sistem, tetapi juga menyangkut kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, kepercayaan berfungsi sebagai alat utama untuk mengurangi persepsi risiko (*primary risk-reduction tool*). Ketika nasabah meyakini bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki reputasi yang baik, sistem keamanan yang andal, transparansi layanan, serta konsistensi dalam menjalankan prinsip syariah, maka keraguan terhadap penggunaan layanan akan berkurang secara signifikan.

Meskipun kemudahan penggunaan, seperti tampilan aplikasi yang *user-friendly* dan navigasi yang sederhana, berperan penting dalam menarik minat pengguna, faktor tersebut tidak cukup untuk mendorong keputusan penggunaan apabila tidak disertai rasa percaya. Nasabah mungkin dapat dengan mudah mempelajari cara menggunakan aplikasi, tetapi mereka tidak akan bersedia melakukan transaksi dan menyimpan aset keuangan di dalamnya apabila masih meragukan keamanan serta kredibilitas sistem yang digunakan. Bagi masyarakat Surabaya yang memiliki karakteristik religius dan modern, jaminan keamanan transaksi serta kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah menjadi aspek yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang paling menentukan dalam keputusan penggunaan BSI Mobile. Kepercayaan tidak hanya memberikan rasa aman terhadap aspek teknis dan finansial, tetapi juga menciptakan ketenangan batin karena adanya keyakinan bahwa layanan yang digunakan telah sesuai dengan prinsip syariah. Oleh sebab itu, dibandingkan dengan kemudahan penggunaan, kepercayaan menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan BSI Mobile secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Customer Experience Digital* yang terdiri atas Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile pada nasabah di Kota Surabaya, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile. Semakin mudah aplikasi dipahami, dioperasikan, dan digunakan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk mengadopsi dan memanfaatkan layanan tersebut. Kemudahan penggunaan yang didukung oleh tampilan aplikasi yang *user-friendly* mampu mengurangi hambatan teknis serta meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan aktivitas perbankan digital.

Selain itu, Kepercayaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile. Kepercayaan nasabah terhadap reputasi Bank Syariah Indonesia, keamanan sistem, perlindungan data, serta konsistensi penerapan prinsip syariah menjadi faktor penting yang mendorong penggunaan layanan. Tingginya tingkat kepercayaan mampu mengurangi persepsi risiko dan ketidakpastian dalam transaksi digital, sehingga nasabah merasa lebih aman dan yakin dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile.

Secara simultan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan memberikan kontribusi yang sangat kuat terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile dengan kemampuan penjelasan model mencapai 78,4%. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis berupa kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh aspek psikologis berupa kepercayaan terhadap sistem dan penyedia layanan. Kombinasi kedua faktor tersebut menjadi elemen utama yang mendorong adopsi layanan perbankan digital syariah di kalangan masyarakat perkotaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan penggunaan BSI Mobile. Dibandingkan dengan Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa dalam layanan keuangan digital syariah, rasa aman terhadap transaksi, perlindungan aset finansial, keamanan data pribadi, serta keyakinan terhadap kepatuhan sistem pada prinsip syariah menjadi pertimbangan utama yang menentukan keputusan nasabah untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan BSI Mobile secara berkelanjutan.

REFERENSI

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Fahmi, A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Industri Perbankan (Studi Pada PT. BRI Cabang Selat Panjang). Jurnal Ekonomi, 2(1), 1–18. https://media.neliti.com/media/publications/32033-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-loyalitas-nasabah-industri-perbankan-studi.pdf

Fathoni, A. R. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas dan Keputusan Nasabah Menggunakan Digital Banking Syariah di Kota Besar. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 11(1), 45–59.

Fitriani, N. (2025). Integrasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Aspek Kepercayaan dalam Adopsi Layanan Keuangan Digital Syariah di Indonesia. Jurnal Perbankan dan Keuangan Kontemporer, 8(2), 142–156.

Fuad Hasyim, S., & Putri, D. R. (2023). Keputusan Penggunaan BSI Mobile Ditinjau dari Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan Fitur Layanan pada Generasi Milenial. Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi dan Perbankan Syariah, 8(1), 78–91.

Ghazizadeh, M., Khosravi, A., & Reihani, M. (2020). Trust and Its Impact on the Adoption of Digital Banking Services: A Structural Equation Modeling Approach. International Journal of Bank Marketing, 38(4), 813–832.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage Learning.

Hanafi, A. (2026). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah. Jurnal Manajemen dan Akuntansi (MAS), 15(2).

Islam, M. S., Hamzah, N., & Mahmud, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Unit Siwa Kabupaten Wajo. Governance, 7(2), 163–178. https://doi.org/10.52103/jtk.v11i2.153

Istiqomah, K., Hafiz, A. P., & Saputra, A. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi. Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah, 2(1), 268–286. https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i1.706

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing, 58(3), 20–38.

Muhammad Vadly Azhar Lubis., & Onan Marakali Siregar. (2021). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat. 1st E-Proceeding SENRIABDI 2021, 1(1), 874–881.

Neta, N. (2024). The Effect of Perceived Benefits, Ease of Use and Attitudes on Generation Z's Decision to Use BSI Mobile Online Account Opening Services (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang).

OJK. (2024). Statistik Perbankan Syariah. Otoritas Jasa Keuangan.

Pradana, A., Rahmawati, E., & Setiawan, B. (2024). Analisis Simultan Faktor Fungsionalitas dan Kepercayaan Terhadap Adopsi Aplikasi Keuangan Syariah pada Masyarakat Perkotaan. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB), 9(1), 89–104.

Saraswati, D. K., & Pratama, A. Y. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSI Mobile. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Syariah, 9(2), 112–126.

Saraswati, E. (2022). Market Orientation, Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Study on Sharia Banking in Indonesia. Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business, 2(1), 26–41. https://doi.org/10.52970/grmapb.v2i1.157

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.). Wiley & Sons.
Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.