

Analisis Perbandingan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dan Byond By BSI Sebagai Inovasi Digital Dikalangan Mahasiswa Perbankan Syariah

Tenti Tri Apriani, Choirunnisak, Fadilla

Program Studi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah
(STEBIS) Indo Global Mandiri Palembang

Email: tenti2704@gmail.com

Abstract

This study examines the comparative use of the BSI Mobile and BYOND by BSI applications by students of the Sharia Banking Study Program at STEBIS IGM Palembang. To determine whether Sharia Banking students see differences in user experience, preferences, and satisfaction between the BSI Mobile and BYOND by BSI applications. Quantitative comparative analysis was used in this study. The data presented here are primary data, meaning that the researcher directly obtained data from students of STEBIS IGM Palembang, the Sharia Banking study program, through questionnaires and documentation. A paired t-test was used to evaluate this study. This test was assisted by the Statistical Package for Social Science, or SPSS, version 16 computer program. The results of the Paired t-Test showed a significant difference in user experience between BSI Mobile and BYOND by BSI (significance $0.011 < 0.05$), where BSI Mobile was considered superior in ease of use, convenience, appearance, and effectiveness. Although BYOND by BSI is starting to be known among students, BSI Mobile remains the primary choice. These findings are in line with UX theory according to ISO 9241-210, which emphasizes the importance of emotions, comfort, and trust in shaping user perceptions of digital products, and shows that trust, security, and environmental recommendations play a role in students' preferences for BSI Mobile.

Keywords: BSI Mobile, BYOND by BSI, Students, Comparison, Usage

Abstrak

Studi ini meneliti perbandingan penggunaan aplikasi BSI Mobile dan BYOND by BSI oleh mahasiswa STEBIS IGM Palembang Prodi Perbankan Syariah. Untuk mengetahui apakah mahasiswa Perbankan Syariah melihat perbedaan dalam pengalaman dan preferensi serta kepuasan pengguna antara aplikasi BSI Mobile dan BYOND by BSI. Analisis perbandingan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Data yang ditampilkan di sini adalah data primer, yang berarti bahwa peneliti langsung mendapatkan data dari mahasiswa STEBIS IGM Palembang, prodi perbankan syariah, melalui kuisioner, dan dokumentasi. Uji paired t-test digunakan untuk mengevaluasi penelitian ini. Uji ini dibantu oleh program komputer Statistical Package for Social Science, atau SPSS, versi 16. Hasil uji Paired t-Test menunjukkan adanya perbedaan

signifikan dalam pengalaman pengguna antara BSI Mobile dan BYOND by BSI (signifikansi $0,011 < 0,05$), di mana BSI Mobile dinilai lebih unggul dalam kemudahan penggunaan, kenyamanan, tampilan, dan efektivitas. Meskipun BYOND by BSI mulai dikenal di kalangan mahasiswa, BSI Mobile tetap menjadi pilihan utama. Temuan ini sejalan dengan teori UX menurut ISO 9241-210, yang menekankan pentingnya emosi, kenyamanan, dan kepercayaan dalam membentuk persepsi pengguna terhadap produk digital, serta menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, dan rekomendasi lingkungan berperan dalam preferensi mahasiswa terhadap BSI Mobile.

Kata Kunci: *BSI Mobile, BYOND by BSI, Mahasiswa, Perbandingan, Penggunaan*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi di sektor perbankan, termasuk perbankan syariah. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah hadirnya aplikasi *mobile banking*. Bank Syariah Indonesia (BSI) merespons kebutuhan ini dengan meluncurkan dua aplikasi andalannya: BSI *Mobile* dan BYOND by BSI, yang ditujukan untuk memberikan layanan keuangan *digital* yang efisien, praktis, serta bernilai syariah.(Fasya et al., 2025).

Bank Syariah Indonesia sebelumnya menggunakan BSI *Mobile* untuk menyediakan layanan perbankan *online* kepada nasabahnya (Somadi, et.al, 2021). Namun, sekarang BSI menawarkan *superapss* BYOND by BSI, yang dikembangkan oleh BSI, sebagai pengganti BSI *Mobile*, yang lebih mudah digunakan dan mencakup lebih banyak layanan perbankan. *Superapss* BYOND adalah aplikasi perbankan *mobile* yang menggabungkan layanan sosial, finansial, dan spiritual dalam satu *platform* yang dilindungi dengan baik. Salah satu karakteristik yang membedakan aplikasi bank lainnya adalah sifat spiritualnya (Fitriah et al., 2025).

BSI *Mobile*, aplikasi perbankan *mobile* utama BSI, memiliki berbagai fitur, seperti cek saldo, transfer, dan pembayaran tagihan, serta fitur syariah seperti kalkulator zakat dan sedekah *online*. Selain itu, BYOND by BSI adalah aplikasi digital banking berbasis gaya hidup (*lifestyle*) yang ditujukan untuk generasi muda, terutama Gen Z dan milenial. Kedua aplikasi ini adalah contoh inovasi digital BSI yang menangani tantangan teknologi dan perubahan kebutuhan pelanggan (Ghofur & Sofiah, 2025).

Mahasiswa Perbankan Syariah di STEBIS IGM Palembang merupakan bagian dari generasi digital yang melek teknologi sekaligus memahami konsep perbankan syariah secara teori dan praktik. Mereka menjadi segmen penting untuk menilai efektivitas dan preferensi terhadap dua aplikasi digital BSI tersebut. Data menunjukkan bahwa pengguna BSI *Mobile* terus meningkat hingga mencapai 7,12 juta pengguna pada 2025, sementara BYOND yang diluncurkan pada akhir 2024 telah mencapai 3,5 juta pengguna dalam waktu singkat.(Amelia, 2022). Oleh karena itu, evaluasi dan pengembangan aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND by BSI bergantung pada preferensi pengguna, persepsi, dan kepuasan

pengguna.

Data dari Program Studi Perbankan Syariah menunjukkan bahwa dalam empat tahun terakhir telah terdaftar 75 siswa. Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah mahasiswa STEBIS IGM Prodi Perbankan Syariah dari tahun 2021–2024. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi bagian penting dari adopsi teknologi perbankan digital seperti BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah

No	Tahun Masuk	Jumlah
1	2021	14
2	2022	25
3	2023	19
4	2024	17
Total		75

Sumber : STEBIS IGM

Karena jumlah siswa yang disebutkan di atas, sangat penting untuk mengetahui seberapa banyak aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI digunakan, karena keduanya merupakan inovasi digital dari Bank Syariah Indonesia, yang merupakan bank syariah terbesar di Indonesia.

Mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang adalah bagian dari generasi muda yang lahir dan tumbuh di era teknologi. Karena mereka tengah mempelajari konsep perbankan syariah secara teoritis dan praktis, mereka memiliki kemampuan untuk menilai kualitas layanan digital berdasarkan pengalaman langsung dengan fitur perbankan syariah berbasis aplikasi. Mahasiswa dengan literasi digital yang lebih baik cenderung lebih mudah menemukan fitur aplikasi, memahami manfaatnya, dan menilai kekurangannya. Oleh karena itu, perbandingan penggunaan BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI harus dilakukan dari sudut pandang literasi digital siswa, yang bervariasi tergantung pada latar belakang, kebiasaan, dan akses teknologi.

Ramadhani menemukan bahwa aplikasi BYOND *by* BSI, inovasi digital terbaru Bank Syariah Indonesia (BSI), lebih sedikit digunakan dibandingkan BSI *Mobile*. Ini menunjukkan bahwa, meskipun aplikasi ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan teknologi generasi saat ini, adopsi teknologinya kurang (Ramadhani, 2025). Berdasarkan temuannya, menarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang pengalaman dan preferensi pengguna, terutama di kalangan generasi muda, seperti mahasiswa STEBIS IGM Palembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa STEBIS IGM Palembang menggunakan aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI.

Meskipun BSI telah meluncurkan dua aplikasi digital, BYOND *by* BSI dan BSI *Mobile*, tidak jelas mana yang lebih diminati oleh mahasiswa perbankan syariah. Pemahaman siswa tentang perbedaan antara BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI, tingkat penggunaan kedua aplikasi, kepuasan pengguna dengan fitur dan layanan, kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna (*user experience*), antarmuka aplikasi, dan preferensi siswa terhadap aplikasi tertentu dan alasan

mereka memilihnya adalah beberapa faktor yang mungkin menentukan perbedaan ini (Ahsanul et al., 2025).

Perbedaan pengalaman pengguna (*user experience*) dengan kedua aplikasi menimbulkan masalah tambahan. Kedua aplikasi ini dibuat oleh BSI, tetapi masing-masing memiliki pendekatan, antarmuka, dan fitur yang berbeda. *BYOND by* BSI lebih ramah pengguna dan interaktif, sedangkan *BSI Mobile* lebih sederhana dan efisien. Perbedaan ini membuat pertanyaan tentang efektivitas dan daya tarik masing-masing aplikasi, terutama di kalangan mahasiswa perbankan syariah, yang akan menjadi pengguna potensial aplikasi digital perbankan syariah (Masrohatin et al., 2025).

Dengan menganalisis perbandingan *BSI Mobile* dan *BYOND by* BSI, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mahasiswa generasi digital menanggapi keberadaan dua aplikasi utama BSI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi dan membandingkan penggunaan aplikasi *BSI Mobile* dan *BYOND by* BSI di kalangan mahasiswa perbankan syariah.

Landasan Teori

a. *User Experience (UX)*

User Experience (UX) secara harfiah berarti "pengalaman pengguna" karena etimologinya berasal dari kata "*user*" (pengguna) dan "*experience*" (pengalaman). Secara sederhana, pengalaman pengguna saat menggunakan suatu produk disebut sebagai *user experience*. Istilah ini sangat luas dan dapat mencakup hal-hal seperti kemudahan penggunaan produk atau relevansi konten yang ditunjukkan (Binus University, 2023). Secara terminologi, semua pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan barang atau layanan disebut *User Experience (UX)*. Hassenzahl (2018) menyatakan bahwa "*desain UX bertujuan untuk membuat pengalaman pengguna yang positif dan memuaskan dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti kemudahan penggunaan dan aksesibilitas*".

Menurut definisi dari (ISO 9241-210,2021, dalam Ufaira et al., 2022), pengalaman pengguna, juga dikenal sebagai *user experience (UX)*, adalah bagaimana seseorang melihat dan menanggapi penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. Pengalaman pengguna mencakup semua emosi, keyakinan, dan preferensi pengguna sebelum, selama, dan setelah penggunaan produk atau jasa tersebut. Karena itu, dari berbagai definisi *user experience* diatas dapat disimpulkan bahwa *User Experience (UX)* atau disebut juga dengan pengalaman pengguna adalah perasaan yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk dan penilaian mereka tentang kemudahan, kenyamanan, ketertarikan, dan kesenangan yang dihasilkannya.

Adapun Faktor penting dalam *user experience (UX)* (Wijaya, 2024).

- 1) Kemudahan (*Accessibility*), untuk berinteraksi dan mengakses produk dan layanan;

- 2) Kemampuan (*Competence*), yaitu kompetensi yang mampu diberikan oleh perusahaan;
- 3) Persepsi Pelanggan (*Costumer Recognition*), yaitu perasaan yang konsumen rasakan bahwa mereka telah dihargai atau dikenali oleh perusahaan;
- 4) Bantuan (*Helpfulness*), yaitu kemudahan yang konsumen rasakan saat meminta bantuan;
- 5) Personalisasi (*Personalization*), adalah perasaan nyaman yang konsumen rasakan akan adanya perlakuan atau fasilitas yang perusahaan tawarkan.
- 6) Penyelesaian Masalah (*Problem Solving*), mendefinisikan perasaan pelanggan tentang masalah yang gagal diselesaikan oleh perusahaan.
- 7) Pemenuhan Janji (*Promise Fulfillment*), adalah perasaan pelanggan tentang janji yang telah dibuat oleh perusahaan.
- 8) Nilai Waktu (*Value For Time*), mendefinisikan perasaan pelanggan tentang jumlah waktu yang mereka miliki mampu untuk memberi manfaat kepada perusahaan.

User Experience (UX) atau disebut juga dengan pengalaman pengguna terdiri dari empat komponen: (Maulana, 2020)

- a. Kegunaan atau *usability*, pengguna atau pengguna dapat dengan mudah melakukan tugas yang diinginkan melalui produk tersebut. Misalkan orang hanya menekan tombol panggilan dan panggilan akan terjadi.
- b. Bernilai atau *valuable*, fitur produk menunjukkan kebutuhan pengguna, tetapi jika produk tidak memenuhi kebutuhan pengguna, itu tidak bernilai atau berharga.
- c. Kemudahan untuk mengakses atau *adoptability*, jika produk memiliki nilai dan berharga tetapi sulit didapat oleh pengguna, itu tidak dapat dianggap bernilai atau berharga. Produk harus mudah diakses, mudah diunduh, mudah dibeli, dan mudah dijangkau sehingga pelanggan dapat memulai menggunakannya.
- d. Kesukaan atau *desirability*, juga dikenal sebagai keingintahuan, terkait dengan daya tarik emosi pengguna. Pelanggan atau pengguna dapat mengalami pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan produk tersebut. Produk dianggap memiliki user experience atau UX yang baik jika memenuhi empat elemen di atas.

Dalam penelitian ini, User Experience (UX) menjadi kerangka utama untuk menilai seberapa efektif, efisien, dan menyenangkan mahasiswa STEBIS IGM Palembang Perbankan Syariah saat menggunakan aplikasi BSI Mobile dan BYOND by BSI. Ini didasarkan pada berbagai definisi, prinsip, dan dimensi yang dijelaskan tentang UX, yang memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan aplikasi digital, termasuk dalam sektor perbankan syariah.

b. Preferensi Pengguna Dalam Konteks Aplikasi Digital Perbankan

Pilihan pelanggan terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi

disebut preferensi pengguna. Tingkat kesukaan pelanggan terhadap berbagai pilihan produk yang ada ditunjukkan oleh preferensi mereka. Misalnya, jika pelanggan ingin membeli produk dengan sumber daya yang terbatas, mereka harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai tingkat optimal (Ikmanila et al., 2018).

Antarmuka aplikasi, kemudahan penggunaan, fitur syariah, dan reputasi bank sangat memengaruhi preferensi pengguna terhadap layanan perbankan digital, termasuk kecepatan transaksi, keamanan, dan fitur tambahan yang memenuhi kebutuhan mereka (Suriadi et al., 2024). Pilihan pengguna sering dipengaruhi oleh lingkungan sosial selain oleh fitur dan tampilan aplikasi. Misalnya, jika sebagian besar rekan kampus menggunakan BSI *Mobile* dan merasa puas, mahasiswa lain cenderung mengikutinya. Rekomendasi dari teman, guru, atau komunitas kampus dapat menyebabkan pandangan umum bahwa aplikasi lebih mudah digunakan atau mudah digunakan (Puteri et al., 2023).

Kebiasaan juga berperan penting dalam membentuk preferensi. Mahasiswa yang sudah terbiasa dengan satu aplikasi, seperti BSI *Mobile*, biasanya akan tetap menggunakannya meskipun ada aplikasi baru seperti *BYOND by BSI*, karena mereka sudah merasa nyaman dengan aplikasi tersebut, sudah hafal menunya, dan tidak ingin repot-repot mempelajari yang baru. Ini menunjukkan bahwa kebiasaan juga memengaruhi preferensi pengguna.

c. Kepuasan Pengguna Atau Nasabah

Menurut Indah Sari (2019:29, dalam Comission, 2021), kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan menilai secara sadar atau secara kognitif apakah kinerja produk relatif baik atau buruk, atau apakah produk bersangkutan sesuai atau tidak dengan tujuan atau pemakaiannya. Nasabah adalah orang atau organisasi yang memiliki rekening bank, apakah itu rekening simpanan atau pinjaman, dan biasanya berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggannya (Lestari, et.al, 2021).

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif, dimana data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan SPSS 16. waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025.

a. Ruang Lingkup

Lokasi yang dipilih sebagai lokasi penelitian disebut sebagai ruang lingkup penelitian. Studi ini berfokus pada Mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang di Universitas Indo Global Mandiri, yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman Km. 4 No. 629, Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian jenis ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode sistematis yang bertujuan untuk mengukur, menganalisis, dan memahami fenomena dengan data numerik. Secara komparatif, penelitian ini bertujuan

untuk membandingkan dua variabel utama: tingkat penggunaan aplikasi BSI *Mobile* dan *BYOND by* BSI di kalangan mahasiswa Perbankan Syariah. Selain itu, data kuantitatif yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner akan dikumpulkan atau dianalisis (Syafnidawaty, 2020).

Studi ini menggunakan dua sumber. Data primer, adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber penelitian utama, seperti eksperimen, kuisisioner, dokumentasi, dan sebagainya. Data primer biasanya spesifik karena disesuaikan dengan kebutuhan peneliti sendiri (Balaka, 2022). Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang sudah dikenal sebelumnya, seperti kuisisioner yang disebarkan langsung kepada siswa Perbankan Syariah (Abrori, 2018). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari internet, *e-book*, skripsi dari penelitian sebelumnya, dan jurnal, serta buku-buku dan laporan peneliti sebelumnya.

b. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020, dalam Asyraini, 2025), populasi mencakup semua sumber data penelitiannya. Penelitian ini melibatkan semua mahasiswa yang aktif dalam Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri, dari angkatan pertama hingga angkatan terakhir tahun akademik (2024/2025) yang berjumlah 75 mahasiswa.

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi . Pada penelitian ini, populasi yang diteliti adalah sejumlah mahasiswa STEBIS IGM Palembang dari Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021-2024, yang berjumlah 75 mahasiswa. Untuk memilih sampel, *metode purposive sampling* digunakan; standar yang relevan dengan tujuan penelitian digunakan saat memilih sampel (Hakim, 2025). Yang berarti memilih responden berdasarkan persyaratan tertentu, seperti: Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah yang aktif, pernah menggunakan aplikasi *BYOND* dan *BSI Mobile* setidaknya sekali, bersedia untuk mengisi kuesioner secara menyeluruh. Alasan memilih teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini karena tidak semua mahasiswa STEBIS IGM adalah pengguna aktif *BSI Mobile* dan *BYOND by* BSI. Berdasarkan pendekatan *purposive sampling*, penelitian ini menggunakan data dari 63 responden yang valid dari total 75 siswa yang terlibat dalam populasi.

Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas BSI *Mobile* (X1)

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	.777	.250	VALID
X1.2	.809	.250	VALID

X1.3	.802	.250	VALID
X1.4	.828	.250	VALID
X1.5	.902	.250	VALID
X1.6	.695	.250	VALID
X1.7	.669	.250	VALID

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2. seluruh item pada variabel X1 memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,250), dengan nilai berkisar antara 0,669 hingga 0,902. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item valid dan memiliki korelasi signifikan terhadap total skor variabel, sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut karena mampu mengukur aspek yang dimaksud secara akurat dan relevan.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas BYOND *by* BSI (X2)

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	.572	.250	VALID
X2.2	.811	.250	VALID
X2.3	.635	.250	VALID
X2.4	.803	.250	VALID
X2.5	.927	.250	VALID
X2.6	.710	.250	VALID
X2.7	.726	.250	VALID

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Hasil uji validitas variabel X2 (penggunaan aplikasi BYOND *by* BSI) menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,250), dengan nilai antara 0,572 hingga 0,927. Dengan jumlah responden 63 dan taraf signifikansi 5%, seluruh item dinyatakan valid. Ini membuktikan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen mampu mengukur persepsi mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi BYOND *by* BSI secara akurat dan relevan. Uji validitas ini dilakukan pada responden yang hanya menggunakan salah satu aplikasi. Untuk memperoleh hasil yang lebih menyeluruh, pengujian juga perlu dilakukan pada kelompok responden yang menggunakan kedua aplikasi, mengingat kemungkinan adanya perbedaan persepsi dan pengalaman antara pengguna tunggal dan pengguna ganda.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Responden Yang Menggunakan Kedua Aplikasi (BSI *Mobile* (X1) dan BYOND *by* BSI (X2))

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	.910	.250	VALID
X1.2	.658	.250	VALID
X1.3	.770	.250	VALID

X1.4	.923	.250	VALID
X1.5	.892	.250	VALID
X1.6	.917	.250	VALID
X1.7	.923	.250	VALID
X2.1	.666	.250	VALID
X2.2	.877	.250	VALID
X2.3	.926	.250	VALID
X2.4	.891	.250	VALID
X2.5	.704	.250	VALID
X2.6	.732	.250	VALID
X2.7	.846	.250	VALID

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Hasil uji validitas pada responden yang menggunakan kedua aplikasi (BSI *Mobile* dan *BYOND by* BSI) menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,250), sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian. Untuk variabel BSI *Mobile* (X1.1–X1.7), nilai r hitung berkisar antara 0,658 hingga 0,923, dengan nilai tertinggi pada X1.4 dan X1.7 (0,923), serta terendah pada X1.2 (0,658). Sementara itu, item variabel *BYOND by* BSI (X2.1–X2.7) menunjukkan nilai r hitung antara 0,666 hingga 0,926, tertinggi pada X2.3 dan terendah pada X2.1. Semua nilai tersebut mengindikasikan bahwa item-item kuesioner memiliki korelasi yang kuat terhadap total skor dan mampu mengukur konstruk secara tepat.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas BSI *Mobile* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	7

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan Tabel 5. variabel penggunaan aplikasi BSI *Mobile* memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,728, yang melebihi ambang batas minimum 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan konsistensi internal yang memadai. Dengan demikian, jawaban responden dinilai konsisten dan data yang diperoleh dapat dipercaya untuk analisis selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas *BYOND by* BSI (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	7

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan Tabel 6. variabel penggunaan aplikasi BYOND by BSI memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,714, melebihi ambang batas 0,60. Ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel, dengan konsistensi internal yang baik, sehingga mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Responden Yang Menggunakan Kedua Aplikasi (BSI *Mobile* (X1) dan BYOND by BSI (X2))

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	14

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan Tabel 7. hasil uji reliabilitas pada 14 item pernyataan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,795, yang jauh melebihi batas minimum 0,60. Ini menandakan bahwa instrumen memiliki reliabilitas tinggi dengan konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan pada responden pengguna kedua aplikasi dinyatakan layak dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Analisis Statistik

a. Uji Normalitas

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas BSI *Mobile* (X1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		36
Normal Parameters ^a	Mean	25.1111111
	Std. Deviation	5.0865245
Most Extreme Differences	Absolute	.219
	Positive	.139
	Negative	-.219
Kolmogorov-Smirnov Z		1.315
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan Tabel 8. nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,063 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa data dari responden pengguna aplikasi BSI *Mobile* berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi dan data layak dianalisis menggunakan metode statistik parametrik.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas BYOND *by* BSI (X2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		19
Normal Parameters ^a	Mean	23.1052632
	Std. Deviation	5.02100850
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.153
	Negative	-.139
Kolmogorov-Smirnov Z		.667
Asymp. Sig. (2-tailed)		.766

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Tabel 9. menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,766 ($> 0,05$), yang berarti data dari responden pengguna BYOND *by* BSI berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, data layak dianalisis menggunakan metode statistik parametrik.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas Responden Yang Menggunakan Kedua Aplikasi (BSI *Mobile* (X1) dan BYOND *by* BSI (X2))

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		8
Normal Parameters ^a	Mean	44.3750000
	Std. Deviation	14.84142369
Most Extreme Differences	Absolute	.234
	Positive	.162
	Negative	-.234
Kolmogorov-Smirnov Z		.661
Asymp. Sig. (2-tailed)		.775

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan Tabel 10. nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,775 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa data dari responden yang menggunakan kedua aplikasi berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, data ini layak dianalisis menggunakan metode statistik parametrik.

b. Uji Paired t-test

Hasil Uji Paired Sampel t-Test Responden Yang Menggunakan Kedua Aplikasi (BSI *Mobile* (X1) dan BYOND *by* BSI (X2))

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 BSI Mobile – BYOND by BSI	4.87500	4.01559	1.41973	1.51788	8.23212	3.434	7	.011

Sumber: Hasil Uji Pengolaan SPSS V 16

Berdasarkan hasil uji Paired Sample T-Test, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.011 ($p < 0.05$), yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara pengalaman penggunaan aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI di kalangan mahasiswa perbankan yang menggunakan keduanya. Rata-rata selisih penilaian sebesar 4.875 menunjukkan bahwa BSI *Mobile* lebih baik dibandingkan BYOND *by* BSI. Dengan demikian, persepsi pengguna terhadap kedua aplikasi menunjukkan ketimpangan yang bermakna secara statistik.

Pengujian hipotesis pada analisis perbandingan penggunaan aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI di kalangan Mahasiswa Perbankan Syariah menunjukkan bahwa, berdasarkan uji Paired T-Test terhadap tujuh indikator pengalaman pengguna (*User Experience*), hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini berarti terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara pengalaman pengguna aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI. Dengan nilai rata-rata selisih sebesar 4,875 poin, BSI *Mobile* dinilai lebih unggul secara keseluruhan dibandingkan BYOND *by* BSI oleh responden yang menggunakan kedua aplikasi.

Simpulan

Studi yang dilakukan terhadap mahasiswa perbankan STEBIS IGM tentang perbandingan penggunaan aplikasi BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI sebagai inovasi digital di bidang perbankan syariah menunjukkan beberapa hal berikut:

- 1) Hasil uji Paired t-Test menunjukkan nilai signifikansi 0,011 ($< 0,05$), yang berarti terdapat perbedaan signifikan dalam persepsi UX antara BSI *Mobile* dan BYOND *by* BSI. Responden mayoritas menilai BSI *Mobile* lebih unggul dalam kemudahan, kenyamanan, tampilan, dan efektivitas fungsi.
- 2) Meskipun BYOND *by* BSI mulai dikenal di kalangan mahasiswa, BSI *Mobile* masih lebih dominan digunakan. Inovasi BYOND belum mampu

- melampaui pengalaman pengguna yang ditawarkan oleh BSI *Mobile*, sehingga preferensi pengguna tetap condong ke BSI *Mobile*.
- 3) Secara teoritis, temuan ini mendukung konsep UX menurut ISO 9241-210, di mana kenyamanan, emosi, kemudahan, dan kepercayaan menjadi aspek utama dalam persepsi pengguna. Kepercayaan, persepsi keamanan, dan pengaruh lingkungan terbukti memengaruhi preferensi mahasiswa terhadap BSI *Mobile*.

Daftar Pustaka

- Abrori, H. (2018). Humas Sebagai Method of Commucation Dalam Membentuk Image Madrasah. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 161–166. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.397>
- Ahsanul, M., Efendi, E., Rachman, B., Ersaputri, A., & Khisbullah, W. (2025). *Impact Migrasi Aplikasi BSI Mobile Ke BYond By BSI: Untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jember Karimata*. 01(03), 424–428.
- Amelia, P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Z dalam Memanfaatkan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan). In *Skrpsi Fakultas AgamaIslamUniversitas*
- Asyraini, S. (2025). *Pengaruh Pengendalian Internal , Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai*. 8, 69–81.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Binus University. (2023). *User Experience : Definisi, Manfaat dan Cara Penerapan*. <https://binus.ac.id/bandung/2023/07/user-experience-ux-definisi-manfaat-dan-cara-penerapan>
- Comission, E. (2021). *Landasan Teori, Kepuasan Nasabah*. 4(1), 1–23.
- Fasya, M., Arbaien, N., Nurkaromah, S. R., Sutarman, S., & Apriyani, H. (2025). *Penerimaan dan Penggunaan SuperApp BYOND BSI : Ekstensi Teori Technology Acceptance Model*. 8(2), 90–103.
- Fitriah, Y., Hamdani, M., & Rhosyidy, M. D. (2025). *Pelayanan Kepada Nasabah Dalam Pengalihan BSI Mobile Ke BYOND Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Probolinggo Sudirman Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara*. 1, 184–186.
- Ghofur, D. F., & Sofiah. (2025). *Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond Untuk Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara*. 1, 358–364.
- Hakim, L. (2025). *Delapan Perbedaan Random Sampling dan Purposive Sampling*. <https://deepublishstore.com/blog/perbedaan-random-sampling-dan-purposive-sampling>

- Ikmanila, R., Mukson, & Setiyawan, H. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Teh Celup di Kota Semarang. *Jurnal Optimum*, 8(1), 1–14.
- Lestari, A., Aravik, H., & Faizal, M. (2021). Pengaruh Pelayanan Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Indonesia. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 2(2), 163-178.
- Masrohatin, S., Yunus, M., Maulana, F., & Hidayatullah, M. A. W. (2025). *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Melalui Mobile Banking BYOND BY BSI Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara*. 1(2), 465–472.
- Maulana, R. T. (2020). Perancangan User Interface User Experience Dengan Metode User Centered Design Pada Aplikasi Mobile Auctentik. *Informatics Engineering*, 60. <https://dspace.uui.ac.id/123456789/28891>
- Puteri, A. M., Inanda, I., Prasetio, R. B., & Sanjaya, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 421–427. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.659>
- Ramadhani, N. R. (2025). *Pengaruh Manfaat, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan aplikasi BYOND by BSI sebagai Media Pembayaran Uang Kuliah Tunggal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H saifuddin Zuhri Purwokerto)*. 1–23.
- Somadi, M., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2021). Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking Dan Atm Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Kc Palembang Simpang Patal. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 1(2, November).
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Syafnidawaty. (2020). Jenis data penelitian. *Universitas Raharja*, 10(1), 31–40. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- Ufaira, N., Dewi, R., & Az-Zahra, H. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Pembuatan Konten Tiktok untuk Marketing Produk UMKM menggunakan Metode Human-Centered Design. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(2), 899–908.
- Wijaya, J. (2024). *User Experience Adalah : Tujuan dan Tips Dalam Membuatnya*. <https://www.hashmicro.com/id/blog/user-experience-adalah/>