

Analisis Penerimaan Byond By Bsi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus: Super Apps Byond By Bsi) Wilayah Kota Malang

Analysis of Byond by BSI Adoption Using the Technology Acceptance Model (TAM): A Case Study of the Byond Super App in Malang City

Gigih Wicaksana¹, M. Syauqi Haris², Ahsanun Naseh Khudori³

^{1,2,3}Program Studi S1 Informatika, Institut Teknologi Sains dan Kesehatan Rs. dr. Soepraoen Malang

*e-mail: gigihberkuliah@gmail.com

Received:
10.09.2025

Revised:
22.09.2025

Accepted:
11.10.2025

Available online:
20.10.2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI di Kota Malang dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang berfokus pada variabel Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Attitude Toward Using (ATU). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan survei terhadap 145 responden, di mana instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya serta memenuhi kriteria yang dipersyaratkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan persepsi kegunaan dan secara langsung mendorong sikap positif terhadap aplikasi, sementara manfaat yang dirasakan juga memperkuat sikap positif pengguna. Temuan ini menegaskan relevansi TAM dalam konteks perbankan syariah Indonesia, yang masih terbatas dieksplorasi, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengembang mobile banking untuk merancang fitur yang sederhana, fungsional, dan berorientasi pada pengalaman pengguna guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas.

Kata kunci: Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Mobile Banking, Byond by BSI

Abstract: This study aims to analyze user acceptance of the Byond by BSI application in Malang City using the Technology Acceptance Model (TAM) framework, focusing on the variables Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), and Attitude Toward Using (ATU). The research employed a quantitative approach through a survey of 145 respondents, with research instruments tested for validity and reliability and found to meet the required criteria. The findings indicate that ease of use enhances perceived usefulness and directly fosters a positive attitude toward the application, while perceived usefulness further strengthens users' positive attitudes. These results reaffirm the relevance of TAM in the context of Islamic banking in Indonesia, which has been relatively underexplored, while also providing practical implications for mobile banking developers to design features that are simple, functional, and user-oriented in order to improve customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Mobile Banking, Byond by BSI

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern karena mampu meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan mobilitas dalam mengakses informasi maupun layanan (Ferdira et al., 2019). Salah satu inovasi teknologi yang paling berpengaruh adalah internet, yang telah dimanfaatkan secara luas di berbagai sektor, mulai dari kesehatan, pendidikan, bisnis, hingga pelayanan publik (Sitohang, 2020). Organisasi dan perusahaan juga mengadopsi internet sebagai bagian dari inovasi digital untuk meningkatkan kinerja dan mengubah proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka menjadi virtual (Faizah et al., 2022; Oktapiani et al., 2020). Perkembangan ini sejalan dengan peningkatan penggunaan smartphone yang dilengkapi fitur internet, aplikasi, dan platform digital yang mendukung konektivitas serta efisiensi dalam aktivitas sehari-hari (Fahlevi & Dewi, 2019).

Digitalisasi telah merubah pola hidup dan cara berbisnis masyarakat, termasuk di sektor perbankan yang kini mengadopsi layanan berbasis digital secara masif (Syawali et al., 2023). Teknologi juga terbukti mampu meringankan beban kerja staf di berbagai organisasi, baik yang berorientasi profit maupun pelayanan publik (Nugroho, 2021). Banyak perusahaan menerapkan digitalisasi sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Sektor perbankan menjadi contoh nyata implementasi ini, di mana layanan seperti antrean, transaksi, hingga konsultasi beralih ke sistem digital yang lebih cepat dan efisien. Digitalisasi juga merambah sektor kesehatan, mempercepat proses

pendaftaran dan diagnosis pasien, mengefisienkan pemanfaatan ruang rawat, serta menyesuaikan kapasitas layanan dengan kebutuhan pasien (Novira et al., 2020). Selain itu, teknologi berkontribusi dalam meminimalkan risiko kesalahan dan memperkuat sistem pengendalian internal organisasi (Andikaputra et al., 2022). Bahkan di skala usaha kecil, seperti UMKM, digitalisasi meningkatkan daya saing melalui kemudahan akses pasar dan efisiensi operasional (Rahman et al., 2020). Dengan demikian, kemajuan teknologi digital bukan sekadar penunjang, melainkan kebutuhan mendasar dalam pengembangan layanan modern, khususnya di industri perbankan.

Salah satu layanan digital yang berkembang pesat adalah mobile banking. Berdasarkan survei SharingVision (2024), lebih dari 75% dari 9.646 responden menyatakan mobile banking sebagai layanan perbankan yang paling sering digunakan, melampaui internet banking, kartu kredit, kunjungan cabang, dan SMS banking. Dalam periode 2021–2023, pengguna yang mengakses mobile banking lebih dari 10 kali per bulan meningkat, dengan frekuensi empat kali lebih tinggi dibanding kanal lainnya. Sementara itu, penggunaan internet banking menurun sebesar 4% pada 2023 dibanding tahun sebelumnya. Tren ini menandakan masyarakat mengutamakan efisiensi dan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan mobile banking.

Transformasi digital di sektor perbankan tidak hanya mencakup layanan konvensional (Azkia & Jatnika, 2025), tetapi juga berkembang menjadi platform terpadu yang dikenal sebagai super apps. Aplikasi ini mengintegrasikan berbagai fitur keuangan dan non-keuangan ke dalam satu ekosistem digital (Fauzia, 2025). Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai institusi keuangan syariah terbesar di Indonesia, merespons tren ini dengan meluncurkan Byond by BSI. Inovasi digital ini bertujuan memperluas layanan keuangan syariah secara modern dan terintegrasi, serta menjawab perubahan ekspektasi nasabah terhadap layanan yang praktis, aman, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja (Azkia & Jatnika, 2025). Sebelumnya, BSI meluncurkan aplikasi BSI Mobile pada 2021 sebagai layanan mobile banking pertamanya. Menyusul kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang lebih komprehensif, BSI merilis aplikasi SuperApp Byond by BSI pada 9 November 2024. Dalam dua bulan peluncuran, sekitar 85,7% atau 3,5 juta pengguna BSI Mobile beralih ke Byond by BSI (Bank Syariah Indonesia, 2025).

Byond by BSI menyediakan layanan perbankan digital dasar seperti pembukaan rekening, transfer, dan pembayaran, serta fitur gaya hidup halal, edukasi keuangan syariah, informasi ZISWAF (zakat, infaq, shadaqah, wakaf), marketplace halal, dan fitur sosial lainnya. Dengan slogan "Beyond Banking," aplikasi ini menyasar generasi digital native yang membutuhkan transaksi praktis, cepat, dan sesuai nilai syariah. Kehadiran Byond by BSI merepresentasikan upaya BSI menyelaraskan prinsip keuangan syariah dengan kemajuan teknologi informasi dalam ekosistem digital inklusif (A'yun & Ulfah, 2025).

Namun, penerimaan masyarakat terhadap Byond by BSI di beberapa wilayah, khususnya Kota Malang, belum optimal. Kota Malang dikenal sebagai kota pendidikan dan digital dengan populasi mahasiswa, pelaku UMKM, dan generasi muda yang merupakan pengguna potensial aplikasi mobile banking modern. Hasil observasi awal dan survei pendahuluan menunjukkan masih banyak masyarakat yang belum mengunduh atau menggunakan Byond by BSI secara aktif. Keluhan utama terkait efisiensi dan kemudahan penggunaan aplikasi yang membingungkan berdampak negatif pada pengalaman pengguna (Azkia & Jatnika, 2025). Sebagian responden juga menilai manfaat aplikasi ini belum signifikan dibandingkan aplikasi perbankan lain. Kondisi ini menunjukkan adanya hambatan persepsi dan pengalaman pengguna yang menjadi tantangan utama dalam penerimaan teknologi ini.

Untuk memahami fenomena tersebut, diperlukan kerangka teoritis yang menjelaskan perilaku individu dalam menerima teknologi informasi. Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 merupakan model yang banyak digunakan untuk menjelaskan proses adopsi teknologi berdasarkan dua konstruk utama, yaitu Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU), yang secara langsung memengaruhi Behavioral Intention (BI) pengguna dalam menggunakan suatu sistem (Fitriati et al., 2024; Pibriana, 2020). Model ini telah terbukti efektif dalam menjelaskan perilaku adopsi pada berbagai konteks, seperti mobile banking, e-commerce, e-learning, dan sistem informasi lainnya (Supriyati & Cholil, 2017). Beberapa penelitian terdahulu juga telah menerapkan TAM dalam konteks perbankan syariah di Indonesia, namun sebagian besar berfokus pada aplikasi BSI Mobile atau layanan digital konvensional, bukan pada konsep super apps yang memiliki ekosistem fitur yang lebih kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki posisi

penting dalam mengisi kesenjangan literatur dengan menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI sebagai SuperApp Syariah pertama di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada analisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI di Kota Malang menggunakan kerangka TAM. Permasalahan penelitian terletak pada rendahnya tingkat adopsi aplikasi, keluhan terkait kemudahan penggunaan, serta keraguan pengguna terhadap manfaat yang diberikan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap penerimaan layanan Byond by BSI menggunakan kerangka TAM, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembang dan pihak bank dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

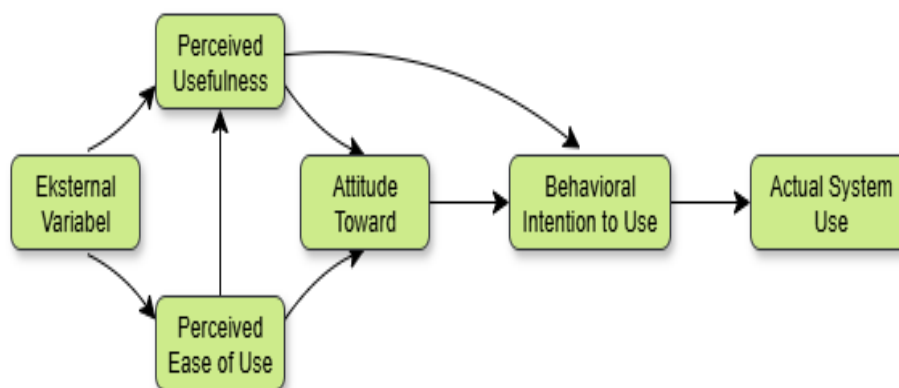
Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang secara khusus dikembangkan untuk menjelaskan dan memahami proses adopsi teknologi informasi oleh pengguna. Model ini berfokus pada dua aspek utama, yaitu Perceived Usefulness (manfaat yang dirasakan) dan Perceived Ease of Use (kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan), yang secara kolektif memengaruhi Attitude Toward Using (sikap serta niat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem teknologi) (Karomi & Purwanto, 2024).

TAM pertama kali dikembangkan oleh Fred Davis (1989) sebagai bagian dari teori perilaku yang bertujuan menjelaskan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi. Model ini menjelaskan perilaku individu dalam menggunakan teknologi komputer untuk mencapai tujuan tertentu (Davis & Bagozzi, 1989). Dalam pengembangannya, Davis dan Bagozzi (1989) mengemukakan bahwa terdapat enam konstruk utama dalam TAM, yaitu: variabel eksternal, persepsi terhadap kemudahan penggunaan (perceived ease of use), persepsi terhadap kegunaan (perceived usefulness), sikap terhadap penggunaan (attitude toward using), niat untuk menggunakan (behavioral intention to use), serta penggunaan aktual (actual system use). Keenam konstruk ini saling berkaitan sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna.

Variabel eksternal dalam TAM juga memegang peran penting, karena mencakup faktor-faktor seperti pengalaman pengguna, desain antarmuka, dukungan organisasi, hingga faktor sosial budaya yang dapat memengaruhi bagaimana seseorang menilai kemudahan maupun kegunaan suatu sistem. Dengan demikian, meskipun PU dan PEOU menjadi inti dari TAM, faktor eksternal seringkali menjadi pemicu awal yang mendorong pengguna untuk mencoba atau menolak suatu teknologi.

Model Technology Acceptance Model (TAM) memiliki beberapa kelebihan yang menjadikannya relevan dalam berbagai penelitian terkait penerimaan teknologi. Pratiwi et al. (2020) menyatakan bahwa TAM mampu menjawab permasalahan ketika sistem tidak memenuhi harapan pengguna, sehingga dapat menjadi acuan dalam mengidentifikasi penyebab rendahnya minat terhadap suatu sistem informasi. Selain itu, TAM juga dianggap sebagai kerangka teori yang kuat dan telah banyak diuji dalam berbagai riset, dengan hasil yang konsisten menunjukkan dampak positifnya. Keunggulan lain dari TAM adalah sifatnya yang sederhana namun tetap valid dan reliabel, sehingga dapat dengan mudah diadaptasi pada berbagai konteks, baik dalam bidang pendidikan, perbankan, kesehatan, maupun e-commerce.

Dalam konteks penelitian perbankan syariah, TAM telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi terhadap layanan digital seperti mobile banking dan super apps. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek fungsional sistem tanpa mengaitkan secara mendalam faktor sosial dan religiusitas pengguna (Fahlevi & Dewi, 2019; Karomi & Purwanto, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini mencoba memberikan kontribusi dengan menguji kembali relevansi konstruk TAM dalam konteks aplikasi Byond by BSI sebagai super app perbankan syariah, guna memperkuat pemahaman tentang penerimaan teknologi pada layanan keuangan berbasis prinsip Islam di Indonesia. Pendekatan TAM dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Technology Acceptance Model

2.1.1. Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*)

Perceived Ease of Use (PEOU) atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tidak akan membutuhkan banyak usaha atau terasa bebas dari kesulitan (Faizah et al., 2022). Konsep ini menekankan bahwa teknologi yang mudah digunakan akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk menerima dan terus menggunakannya (Karomi & Purwanto, 2024). Sejalan dengan itu, Minan (2021) menjelaskan bahwa PEOU mencakup keyakinan diri (self-belief) bahwa sistem informasi yang digunakan tidak akan merepotkan dan mudah dijalankan. Lebih lanjut, Wibasuri et al. (2022) membagi PEOU ke dalam beberapa dimensi penting, yaitu: (1) interaksi yang jelas dan mudah dimengerti antara individu dengan sistem, (2) tidak membutuhkan banyak usaha dalam pengoperasian, (3) sistem yang mudah digunakan, dan (4) pengoperasian yang mudah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Berdasarkan hal ini, persepsi kemudahan memainkan peran penting dalam mendorong niat seseorang untuk terus menggunakan aplikasi perbankan digital seperti Byond by BSI, karena kemudahan penggunaan merupakan faktor awal yang membentuk kepercayaan dan kenyamanan pengguna.

2.1.2. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness atau persepsi kegunaan merupakan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja atau prestasi kerjanya (Minan, 2021). Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, yang mendefinisikannya Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai “*The degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*”, yang berarti sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem atau teknologi tertentu dapat membantu meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya (Faizah et al., 2022). Pandangan ini sejalan dengan pendapat beberapa peneliti lain, yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan mencerminkan keyakinan individu terhadap manfaat penggunaan teknologi informasi dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja (Pibriana, 2020). Dalam konteks perbankan digital, persepsi terhadap manfaat aplikasi seperti kemudahan transaksi, kecepatan layanan, dan fitur islami terpadu dapat memperkuat keyakinan nasabah bahwa aplikasi tersebut memberikan nilai tambah nyata terhadap aktivitas keuangan mereka.

2.1.3. Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Towards Using*)

Attitude Toward Using atau sikap terhadap penggunaan merupakan persepsi individu yang mencerminkan kecenderungan menerima atau menolak suatu teknologi berdasarkan keyakinan dan penilaiannya terhadap manfaat dan kemudahan dari sistem tersebut (Faizah et al., 2022; Karomi & Purwanto, 2024). Sikap ini didasari oleh evaluasi kognitif, afektif, dan perilaku yang terbentuk dari pengalaman atau harapan individu dalam menggunakan teknologi, dan berperan penting dalam menentukan niat serta tindakan pengguna terhadap sistem (Minan, 2021). Brantley (2022) menegaskan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap teknologi, semakin besar kemungkinan untuk mengadopsinya secara berkelanjutan. Dalam penelitian ini, sikap terhadap penggunaan dianggap sebagai variabel mediasi penting yang menjembatani hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan niat penggunaan aplikasi Byond by BSI.

2.2. Aplikasi Perbankan Digital (Mobile Banking)

Aplikasi perbankan digital atau *mobile banking apps* merupakan saluran perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi finansial seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga pembukaan rekening melalui perangkat seluler (smartphone atau tablet) kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu mengunjungi cabang bank fisik (Amirkhalili & Wong, 2025; Ho et al., 2025). Aplikasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas, tetapi juga mendukung keamanan transaksi melalui fitur seperti autentikasi biometrik dan enkripsi data (Ho et al., 2025). Studi terkini dari Jalani & Easwaramoorthy (2024) menunjukkan bahwa keamanan, kualitas layanan, faktor teknologi, dan kemudahan penggunaan merupakan aspek utama yang memengaruhi penggunaan mobile banking oleh konsumen. Dalam konteks perbankan syariah, inovasi ini berkembang menjadi super apps, seperti Byond by BSI, yang mengintegrasikan layanan keuangan, investasi, gaya hidup, dan fitur islami dalam satu platform. Menurut Bank Syariah Indonesia (2024), kehadiran Byond by BSI menandai transisi dari layanan digital sederhana menuju ekosistem finansial terpadu yang tidak hanya efisien, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah.

Dengan demikian, pembahasan mengenai TAM dan aplikasi Byond by BSI menjadi relevan karena memberikan kerangka untuk memahami bagaimana persepsi kegunaan, kemudahan, dan sikap pengguna membentuk tingkat penerimaan terhadap teknologi digital di sektor perbankan syariah Indonesia.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai strategi pengumpulan data. Penelitian dilakukan di Kota Malang pada periode Februari hingga Agustus 2025. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form, yang disusun berdasarkan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) dengan variabel Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), dan Attitude Toward Using (ATU) (Namora et al., 2025).

Responden dalam penelitian ini berjumlah 145 orang pengguna aplikasi Byond by BSI di Kota Malang. Penentuan jumlah tersebut didasarkan pada pedoman Hair et al. (2010), yang merekomendasikan ukuran sampel minimal lima hingga sepuluh kali jumlah indikator penelitian. Dengan jumlah indikator sekitar lima belas, ukuran sampel ini telah memenuhi kriteria kelayakan untuk analisis korelasi non-parametrik dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga dapat dianggap representatif terhadap populasi pengguna aktif aplikasi Byond by BSI. Responden berasal dari beragam latar belakang pekerjaan, antara lain pelajar atau mahasiswa, pegawai BSI, pegawai swasta, pegawai BUMN, aparatur sipil negara, wiraswasta, serta ibu rumah tangga. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria bahwa responden merupakan pengguna aktif aplikasi Byond by BSI (Turner, 2022).

Instrumen kuesioner dikembangkan berdasarkan konstruk model Technology Acceptance Model (TAM) dan diukur menggunakan skala Likert 5 poin (Putra & Hardiyanti, 2021). Skala penilaian disusun mengikuti arah konvensional, yaitu 1 menunjukkan tanggapan paling negatif (sangat tidak setuju atau sangat sulit), sedangkan 5 menunjukkan tanggapan paling positif (sangat setuju atau sangat mudah). Penyesuaian ini dilakukan untuk menjaga konsistensi interpretasi antarvariabel Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Attitude Toward Using (ATU).

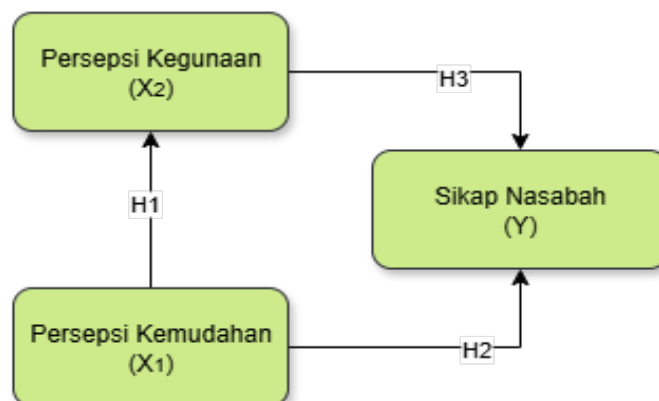
Untuk menjamin kualitas instrumen, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas secara ringkas. Uji validitas dilakukan melalui analisis korelasi item-total untuk memastikan setiap butir pernyataan memiliki keterkaitan yang memadai dengan konstruk yang diukur, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi internal instrumen. Hasil kedua uji ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memenuhi kriteria valid dan reliabel (Diana & Anggreani, 2020; Maulana, 2022).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik inferensial non-parametrik, yaitu uji korelasi *Spearman's rank*. Pemilihan metode ini disesuaikan dengan karakteristik data yang tidak memenuhi asumsi normalitas serta tujuan penelitian untuk menguji hubungan antarvariabel dalam model TAM (Quraisy & Hasni, 2021). Uji Spearman digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antarvariabel dengan skala ordinal atau interval tanpa memerlukan asumsi linearitas.

Sebelum analisis dilakukan, akan dilakukan pemeriksaan prasyarat yang relevan, seperti memastikan skala pengukuran sesuai dan hubungan antarvariabel bersifat monoton, guna menjamin keakuratan hasil analisis. Penelitian ini mengajukan tiga hipotesis berdasarkan model Technology Acceptance Model (TAM), yaitu:

- H1: Persepsi kemudahan (PEOU) penggunaan aplikasi Byond by BSI berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (PU) aplikasi Byond by BSI.
- H2: Persepsi kemudahan (PEOU) penggunaan aplikasi Byond by BSI berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan aplikasi (ATU) Byond by BSI.
- H3: Persepsi manfaat (PU) aplikasi Byond by BSI berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan aplikasi (ATU) Byond by BSI.

Berdasarkan penarikan hipotesa penelitian, peneliti menyusun kerangka berpikir dalam gambar berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Penelitian

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 145 responden, diketahui bahwa partisipan dalam penelitian ini berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan. Keberagaman ini mencerminkan penyebaran penggunaan aplikasi BYOND by BSI yang telah menjangkau berbagai kelompok profesi di wilayah Kota Malang. Rincian distribusi responden berdasarkan kategori pekerjaan beserta frekuensi dan persentasenya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	20	13.8
2	Pegawai BSI	20	13.8
3	Pegawai Swasta	23	15.8
4	Pegawai BUMN	21	14.5
5	PNS/ Lembaga Pemerintahan	20	13.8
6	Wiraswasta	21	14.5
7	Ibu Rumah Tangga	20	13.8
Total		145	100

Distribusi ini menunjukkan bahwa partisipasi responden cukup merata di berbagai kategori pekerjaan, sehingga hasil analisis diharapkan dapat merepresentasikan persepsi beragam terkait penggunaan aplikasi BYOND by BSI di Kota Malang. Keberagaman ini memberi nilai tambah karena memungkinkan peneliti memperoleh pandangan lebih komprehensif mengenai penerimaan aplikasi dari segmen pengguna dengan pengalaman teknologi dan kebutuhan layanan perbankan yang berbeda.

4.2. Rancangan Kusioner

Berdasarkan indikator yang dirumuskan dalam model penelitian, diperoleh 19 indikator sebagai acuan penyusunan pernyataan kusioner. Indikator ini dikembangkan berdasarkan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang mencakup tiga variabel utama: Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Attitude Toward Using (ATU). Setiap indikator mengukur aspek tertentu dari masing-masing variabel untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai penerimaan pengguna terhadap aplikasi BYOND by BSI di Kota Malang. Seluruh indikator tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rancangan Kusioner

Perceived Ease of Use			
No	Pertanyaan		Simbol
1	Kemudahan menemukan aplikasi	Seberapa mudah Anda menemukan aplikasi Byond di toko aplikasi?	PEOU 1
2	Kemudahan proses awal	Bagaimana Anda menilai proses pendaftaran dan login di aplikasi Byond BSI?	PEOU 2
3	Kejelasan tampilan antarmuka	Seberapa jelas tampilan antarmuka (interface) aplikasi Byond?	PEOU 3
4	Kemudahan navigasi	Apakah navigasi dalam aplikasi Byond mudah dipahami dan digunakan?	PEOU 4
5	Responsivitas aplikasi	Apakah Anda merasa aplikasi Byond responsif saat digunakan?	PEOU 5
6	Kemudahan transaksi	Bagaimana pengalaman Anda dalam melakukan transaksi atau aktivitas perbankan di aplikasi Byond?	PEOU 6
Perceived Usefulness			
No	Pertanyaan		Simbol
1	Keamanan transaksi	Bagaimana Anda menilai keamanan aplikasi Byond BSI dalam melakukan transaksi?	PU 1
2	Membantu dalam transaksi perbankan	Apakah aplikasi Byond BSI membantu Anda dalam melakukan transaksi perbankan?	PU 2
3	Membantu mengelola keuangan	Apakah Anda merasa aplikasi Byond BSI membantu Anda mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik?	PU 3
4	Kualitas layanan pelanggan	Bagaimana kualitas layanan pelanggan yang Anda terima terkait aplikasi Byond BSI?	PU 4
5	Kelengkapan fitur	Menurut Anda, apakah aplikasi Byond BSI memiliki fitur yang cukup lengkap?	PU 5
Attitude Toward Use			
No	Pertanyaan		Simbol
1	Kepuasan penggunaan	Aplikasi Byond BSI memudahkan saya dalam melakukan transaksi perbankan sehari-hari.	ATU 1
2	Tampilan dan kemudahan penggunaan	Aplikasi Byond BSI memiliki tampilan yang mudah dipahami dan digunakan.	ATU 2
3	Kepuasan kecepatan transaksi	Saya merasa puas dengan kecepatan proses transaksi di aplikasi Byond BSI.	ATU 3
4	Kelengkapan fitur	Aplikasi Byond BSI memiliki fitur yang lengkap dan memenuhi kebutuhan saya.	ATU 4
5	Manfaat dalam kehidupan sehari-hari	Fitur-fitur yang ada di aplikasi Byond BSI sudah cukup membantu dalam kehidupan sehari-hari saya.	ATU 5
6	Kesediaan untuk terus menggunakan	Saya akan terus menggunakan aplikasi Byond BSI karena fungsionalitas dan manfaatnya.	ATU 6
7	Rekomendasi kepada orang lain	Saya merekomendasikan aplikasi Byond BSI kepada teman dan keluarga saya.	ATU 7

4.3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap variabel penelitian yang diukur melalui kusioner. Analisis ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap indikator dalam variabel Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Attitude Toward Using (ATU).

Tabel 3. Statistik Perceived Ease of Use (PEOU)

Simbol	min	max	mean	Standar Deviasi
PEOU 1	1	5	4,60	0,59
PEOU 2	1	5	4,41	0,64

PEOU 3	1	5	4,48	0,62
PEOU 4	1	5	4,42	0,73
PEOU 5	1	5	4,20	0,82
PEOU 6	1	5	4,48	0,57
Rata-rata	1	5	4,43	0,66

Berdasarkan tabel statistik deskriptif diatas, nilai rata-rata (mean) Perceived Ease of Use (PEOU) pada keenam item berkisar antara 4,20 hingga 4,60 dengan rata-rata keseluruhan 4,43 pada skala Likert 1–5, menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai aplikasi Byond by BSI sangat mudah digunakan. Standar deviasi yang relatif rendah (0,57–0,82) mengindikasikan konsistensi penilaian kemudahan penggunaan di antara responden. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna secara umum merasakan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, yang menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi ini.

Tabel 4. Statistik Perceived Usefulness (PU)

Simbol	min	max	mean	Standar Deviasi
PU 1	1	5	4,31	0,78
PU 2	1	5	4,57	0,64
PU 3	1	5	4,39	0,68
PU 4	1	5	4,40	0,71
PU 5	1	5	4,22	0,89
Rata-rata	1	5	4,38	0,74

Tabel statistik deskriptif variabel Perceived Usefulness (PU) menunjukkan nilai rata-rata pada setiap item berkisar antara 4,22 hingga 4,57 dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,38 pada skala Likert 1–5. Hal ini mengindikasikan bahwa responden umumnya menilai aplikasi Byond by BSI sangat berguna dalam mendukung aktivitas perbankan mereka. Standar deviasi yang relatif kecil (0,64–0,89) menunjukkan keseragaman penilaian dari para responden terhadap kegunaan aplikasi tersebut. Secara keseluruhan, hasil ini menguatkan bahwa aplikasi dianggap memberikan manfaat signifikan bagi penggunaannya.

Tabel 5. Statistik Attitude Toward Using (ATU)

Simbol	min	max	mean	Standar Deviasi
TU 1	2	4 & 5	4,14	0,93
TU 2	1	5	4,14	0,90
TU 3	1	4	4,08	0,87
TU 4	2	5	4,14	0,93
TU 5	1	5	4,21	0,84
TU 6	2	5	4,22	0,82
TU 7	1 & 2	5	4,16	0,92
Rata-rata	1,5	4,83	4,16	0,89

Tabel statistik deskriptif variabel Attitude Toward Using (ATU) menunjukkan nilai rata-rata tiap item berkisar antara 4,08 hingga 4,22 dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,16 pada skala Likert 1–5. Hasil ini menggambarkan bahwa responden memiliki sikap yang sangat positif terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Nilai standar deviasi yang relatif rendah (0,82–0,93) menandakan bahwa penilaian responden cukup konsisten dan seragam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengguna secara umum menyatakan sikap yang mendukung dan antusias dalam menggunakan aplikasi tersebut.

4.4. Uji Instrumen Penelitian

4.4.1. Uji Validitas

Untuk memastikan instrumen penelitian valid, dilakukan uji validitas pada setiap butir pertanyaan dengan tingkat signifikansi 0,01. Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total atau variabel yang diukur. Sebagai kriteria,

nilai r_{hitung} dibandingkan dengan nilai r_{tabel} pada $\alpha = 0,01$. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka item tersebut dinyatakan valid. Perlu diketahui bahwa nilai korelasi di bawah 0,3 umumnya menunjukkan hubungan yang lemah dengan konstruk yang diukur, sehingga pada penelitian ini seluruh item yang memiliki r_{hitung} di atas 0,3 dapat dianggap valid. Hasil lengkap uji validitas untuk setiap item dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Validitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Valid
PEOU 1	0,418485	0,21329	Valid
PEOU 2	0,680226	0,21329	Valid
PEOU 3	0,616136	0,21329	Valid
PEOU 4	0,616164	0,21329	Valid
PEOU 5	0,633355	0,21329	Valid
PEOU 6	0,646469	0,21329	Valid
PU 1	0,670793	0,21329	Valid
PU 2	0,57375	0,21329	Valid
PU 3	0,639201	0,21329	Valid
PU 4	0,504294	0,21329	Valid
PU 5	0,662138	0,21329	Valid
ATU 1	0,776876	0,21329	Valid
ATU 2	0,737074	0,21329	Valid
ATU 3	0,773868	0,21329	Valid
ATU 4	0,757608	0,21329	Valid
ATU 5	0,739476	0,21329	Valid
ATU 6	0,674424	0,21329	Valid
ATU 7	0,764164	0,21329	Valid

Dari tabel di atas, semua item memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,21329 pada tingkat signifikansi 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, instrumen ini dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti karena setiap item memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total variabel terkait pada tingkat kepercayaan >90%, yang berarti ada >90% keyakinan bahwa hasil korelasi tersebut bukan terjadi secara kebetulan (berdasarkan tingkat signifikansi 0,01).

4.4.2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila diukur kembali pada kondisi yang sama. Pengujian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha, di mana suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$. Hasil perhitungan uji reliabilitas untuk variabel PEOU, PU, dan ATU disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
PEOU	0,83	$\geq 0,70$	Reliabel
PU	0,82	$\geq 0,70$	Reliabel
ATU	0,92	$\geq 0,70$	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel di atas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan pada variabel PEOU, PU, dan ATU memiliki konsistensi internal yang tinggi, sehingga instrumen penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur persepsi responden. Nilai tertinggi diperoleh pada variabel ATU sebesar 0,92 yang mengindikasikan tingkat reliabilitas yang sangat kuat. Dengan demikian, seluruh variabel dinyatakan reliabel dan layak digunakan pada tahap analisis berikutnya.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Hubungan Persepsi kemudahan (PEOU) penggunaan aplikasi Byond by BSI berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (PU) aplikasi Byond by BSI.

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman's rank, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,7214, yang menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara Perceived Ease of Use (PEOU) dan Perceived Usefulness (PU). Artinya, semakin tinggi persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kegunaan aplikasi tersebut. Nilai t-statistik sebesar 12,41 jauh melebihi t-kritis pada tingkat signifikansi 1%, dan p-value sebesar 0,000 ($<0,01$) mengindikasikan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak terdapat hubungan antara kedua variabel ditolak, sementara hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hasil ini memperkuat pemahaman dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM) bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi oleh pengguna.

4.5.2. Hubungan Persepsi kemudahan (PEOU) penggunaan aplikasi Byond by BSI berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan aplikasi (ATU) Byond by BSI.

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman, diperoleh nilai rho sebesar 0,6114 dengan t-statistik 9,208 dan p-value $4,44 \times 10^{-16}$ pada tingkat signifikansi 0,01 (uji dua arah), yang menunjukkan adanya hubungan positif sedang hingga kuat antara Perceived Ease of Use (PEOU) atau persepsi kemudahan penggunaan dan Attitude Toward Use (ATU) atau sikap terhadap penggunaan teknologi. Hasil ini signifikan secara statistik karena p-value jauh lebih kecil daripada alpha, dan sejalan dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM), di mana PEOU memengaruhi ATU secara langsung. Dengan demikian, peningkatan persepsi kemudahan penggunaan cenderung meningkatkan sikap positif pengguna terhadap teknologi, sehingga hipotesis mengenai adanya hubungan positif antara PEOU dan ATU dapat diterima.

4.5.3. Hubungan Persepsi manfaat (PU) aplikasi Byond by BSI berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan aplikasi (ATU) Byond by BSI.

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman, diperoleh nilai rho sebesar 0,6521 dengan t-statistik 10,251 dan p-value 0 pada tingkat signifikansi 1% (uji dua arah), yang menunjukkan adanya hubungan positif sedang hingga kuat antara Perceived Usefulness (PU) atau persepsi kegunaan dan Attitude Toward Use (ATU) atau sikap terhadap penggunaan teknologi. Hasil ini signifikan secara statistik karena p-value jauh lebih kecil daripada alpha, sejalan dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM), di mana PU menjadi faktor utama yang memengaruhi ATU. Dengan demikian, peningkatan persepsi kegunaan cenderung meningkatkan sikap positif pengguna terhadap teknologi, sehingga hipotesis mengenai hubungan positif antara PU dan ATU dapat diterima.

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerimaan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI di Kota Malang menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM), dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna menilai aplikasi ini sangat mudah digunakan dan bermanfaat. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) menunjukkan nilai rata-rata 1,56 pada skala Likert 1–5, yang mencerminkan kemudahan navigasi, tampilan antarmuka, responsivitas, dan kelancaran transaksi. Hasil uji hipotesis mengungkapkan hubungan positif yang signifikan antara PEOU dengan persepsi kegunaan (PU) ($\rho = 0,7214$; $p < 0,01$) serta sikap terhadap penggunaan (ATU) ($\rho = 0,6114$; $p < 0,01$), yang berarti semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar persepsi manfaat dan semakin positif sikap pengguna. Persepsi kegunaan (PU) juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap sikap pengguna (ATU) dengan $\rho = 0,6521$ ($p < 0,01$), sehingga pengguna yang menilai aplikasi bermanfaat cenderung memiliki sikap positif dalam menggunakan aplikasi. Selain itu, instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,01$ dan Cronbach's Alpha $\geq 0,82$ untuk seluruh variabel, yang menunjukkan konsistensi pengukuran persepsi pengguna. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat menjadi faktor utama yang memengaruhi sikap positif pengguna, sehingga strategi pengembangan dan promosi aplikasi Byond by BSI sebaiknya menekankan peningkatan pengalaman pengguna dan penyampaian manfaat secara jelas.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar BSI terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi Byond melalui perbaikan antarmuka, navigasi, dan responsivitas agar lebih intuitif bagi seluruh segmen pengguna, termasuk mahasiswa, pelaku UMKM, dan masyarakat umum. Selain itu, fitur-fitur yang mendukung pengelolaan keuangan, keamanan transaksi, dan layanan gaya hidup halal perlu disosialisasikan lebih jelas melalui tutorial atau konten edukatif agar pengguna memahami manfaat nyata aplikasi. Strategi edukasi dan komunikasi, seperti webinar atau panduan interaktif, juga penting untuk memperkuat sikap positif (ATU) dan niat penggunaan berkelanjutan. Penyesuaian fitur berdasarkan segmentasi pengguna dapat meningkatkan relevansi dan kepuasan, sementara mekanisme pengumpulan feedback rutin memungkinkan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Terakhir, pengembangan fitur tambahan yang bermanfaat, seperti pengingat pembayaran, integrasi marketplace halal, atau konten edukasi keuangan syariah, diharapkan dapat meningkatkan persepsi kegunaan (PU) dan loyalitas pengguna secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, E. F., & Ulfah, M. (2025). Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 301–308. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1637>
- Amirkhalili, Y., & Wong, H. Y. (2025). *Banking on Feedback: Text Analysis of Mobile Banking iOS and Google App Reviews*. <http://arxiv.org/abs/2503.11861>
- Andikaputra, F. A. T., Yulandary, W., Zulvia, P., & Nugroho, A. B. (2022). MENINJAU EFEKTIVITAS SISTEM RELY-ON DALAM MENUNJANG PENGELOLAAN PELANGGAN PADA PT. PERUSAHAAN GAS NEGARA (PGN) AREA BATAM. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 3(2 SE-Artikel), 143–162. <https://doi.org/10.32815/jpro.v3i2.1445>
- Azkia, A., & Jatnika, D. (2025). Evaluasi Pengalaman Pengguna (UX) pada Aplikasi BYOND by BSI. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 8(1), 61–66. <https://doi.org/10.32493/drj.v8i1.47421>
- Bank Syariah Indonesia. (2025). *Dua Bulan Diluncurkan, BYOND by BSI Sudah Capai 3 Juta User Aktif*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dua-bulan-diluncurkanbyond-by-bsi-sudah-capai-3-juta-user-aktif>
- Brantley, R. L. (2022). Determinants of Black American FinTech acceptance: A Technology Acceptance Model Qualitative case study [Northcentral University]. In *ProQuest Dissertations Publishing*. <https://search.proquest.com/openview/b203593448c327a74334ab0be9de17/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
- Davis, F. D., & Bagozzi, R. (1989). User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8).
- Diana, D., & Anggreani, Y. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Tunas Perkasa Tekindo. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2), 93. <https://doi.org/10.24853/jmmb.1.2.93-102>
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/26799/23650>
- Faizah, O. A., Suparti, S., & Hoyyi, A. (2022). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 10(4), 532–543. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i4.33100>
- Fauzia, E. N. (2025). Fenomena Super App Sebagai Suatu Layanan Digital Perbankan Ditinjau Dari Aspek Sosiologi Hukum. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04(01), 54–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jpmitc.v4i1.2781>
- Ferdira, B. G., Gulo, A. P. N., Nugroho, Y. I. D., & Andry, J. F. (2019). Analisis Perilaku Pengguna Aplikasi Mobile Mataharimall.Com Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal SITECH : Sistem Informasi Dan Teknologi*, 1(2), 107–116. <https://doi.org/10.24176/sitech.v1i2.2790>
- Fitriati, A., Tubastuvi, N., Mudjiyanti, R., Wahyuni, S., & Ibarra, V. C. (2024). Mobile banking acceptance model for Generation Z: The role of trust, self-efficacy, and enjoyment. *Journal of Accounting and Investment*, 25(3), 1109–1132. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i3.21639>
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Ho, H., Han, S. M., Cha, J., & Pham, L. (2025). Mobile Banking Customer Satisfaction and Loyalty: The Roles of Technology Readiness. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(7), 1–23.

- <https://doi.org/10.3390/jrfm18070403>
- Jalani, S. N. binti M., & Easwaramoorthy, S. V. (2024). Factors Influencing the Usage of Mobile Banking Apps Among Malaysian Consumers. *ArXiv E-Prints*, 5, arXiv-2411.
- Karomi, S., & Purwanto, E. (2024). Pengaruh Theory Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Keputusan Pembelian Spontan pada Pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Sumenep. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 5(1), 23–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/missy.v5i1.3518>
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 133–139. <https://doi.org/https://doi.org/10.51651/jkp.v3i3.331>
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Namora, Army, W. L., Anita, S., & Nugroho, A. (2025). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan E-Banking. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 5(1), 85–95. <http://repository.unika.ac.id/2587/>
- Novira, A., Priatna, R., & Pradesa, H. A. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Kesehatan Puskesmas di Kabupaten Sumedang Tahun 2019. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 3(2), 288–302. <https://doi.org/https://doi.org/10.24167/jemap.v3i2.2828>
- Nugroho, A. B. (2021). Implementasi Aplikasi Mobile Contactless Order oleh Start-Up Mahameru Innovation (Manova) pada Restoran dan Kafe. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 8(6), 452. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v8i6.3756>
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 2(3), 249–260.
- Pibriana, D. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(3), 580–592. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i3.382>
- Pratiwi, S. D., Wiyono, W., & Lalu, H. (2020). Perancangan Sistem Pengelolaan Risiko Menggunakan Mockup Website Dan Analisis Technology Acceptance Model (tam) Di Cv. Barokah Abadi. *EProceedings of Engineering*, 7(1), 1909. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/11907>
- Putra, Y. W. S., & Hardiyanti, N. (2021). Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Pada E-Library Berbasis Web. *Information System Journal*, 3(2), 23–30. <https://doi.org/10.24076/infosjournal.2020v3i2.372>
- Quraissy, A., & Hasni, N. (2021). Analisis Kruskal-Wallis Terhadap Kemampuan Numerik Siswa. *VARIANSI: Journal of Statistics and Its Application on Teaching and Research*, 3(3), 156–161. <https://doi.org/10.35580/variensiunm29957>
- Rahman, A., Nugroho, A. B., Tindaon, S. S., & Wijayanti, R. (2020). Advokasi Model Pemanfaatan E-Commerce Untuk Peningkatan Daya Saing Umkm. *Setia Mengabdikan: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 63–69. <https://doi.org/10.31113/setiamengabdikan.v1i2.8>
- Sitohang, N. (2020). Penerapan Terhadap Model Penerimaan Teknologi (TAM) Dengan Penerimaan Aplikasi E-Commerce Dalam Kehidupan Bisnis Usaha Mikro Masyarakat. *Journal of Trends Economics and Accounting*, 1(2), 44–50. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>
- Sulistyo, B., Suwarman, F., Javad, N. I., Kurniasih, F., & Sugangga, F. (2024). *Sharing Vision IT Business Outlook 2024*.
- Supriyati, & Cholil, M. (2017). Aplikasi Technology Acceptance Model pada Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(1), 81–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jbm.v17i1.12308>
- Syawali, Z. S., Harahap, A. S., Pradesa, A. A., Andikaputra, H. A. T., & Andikaputra, F. A. T. (2023). KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Analisis Penggunaan Aplikasi BJB DIGI Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Media Online*, 4(1), 624–633. <https://doi.org/10.30865/klik.v4i1.1205>
- Turner, D. P. (2022). Motivasi Siswa Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Futsal Di SMA Negeri 1 Blanakan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1707–1715.
- Wibasuri, A., Rahayu, M., Adi, N. W. C., & Yuda, I. M. Y. S. (2022). MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEE PAYLATER BERBASIS MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2 SE-), 215–227. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3950>