BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri 5.0 telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, dengan fokus pada kolaborasi antara manusia dan mesin cerdas untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan mutu layanan kepada pelanggan.[1] Salah satu sektor bisnis yang paling berpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi adalah sektor jasa keuangan (*financial industry service*), khususnya perbankan.[2] Sebagai instrumen penting dalam sistem ekonomi modern, perbankan dituntut mampu memberikan kepuasan kepada nasabah seiring kemajuan ekonomi yang mendorong persaingan semakin tinggi. Setiap bank di Indonesia berlomba meningkatkan pangsa pasar dan memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya.[3]

---

[1] Ajeng Safitri et al., "Analisis Peningkatan Layanan Era 4.0 Menuju Civil Society 5.0 : Tinjauan Literatur Review," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 6 (2024), https://doi.org/10.62281/v2i6.363.

[2] Teresia Perpetua Kota and Sri Yani Kusumastuti, "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10, no. 3 (2022): 3, https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515.

[3] Defi Insani Saibil et al., "Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2): Factors Affecting The Intention Of Using QRIS In Sharia Mobile Banking During COVID-19 Pandemic (Model Modefication Of UTAUT 2)," *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2022): 2, https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.6353.

Salah satu bentuk inovasi digital yang menjawab tantangan tersebut adalah munculnya aplikasi dan sistem layanan *mobile banking*.[4] *Mobile banking* kini menjadi layanan perbankan yang sangat diminati karena memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara praktis dan nyaman tanpa harus ke kantor cabang.[5] Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap bank.[6] Layanan ini terus berkembang baik pada bank konvensional maupun bank syariah, salah satunya Bank Syariah Indonesia (BSI), bank syariah terbesar di Indonesia yang berupaya memperkuat perannya dalam perekonomian nasional melalui layanan keuangan yang sesuai prinsip Islam. Dengan basis nasabah yang luas, BSI terus berinovasi memenuhi kebutuhan nasabah di era digital, salah satunya melalui aplikasi BSI *Mobile* yang resmi bertransformasi menjadi Byond by BSI, yang merupakan *SuperApp* perbankan yang diluncurkan pada 09 November 2024, untuk memfasilitasi berbagai kebutuhan dan transaksi keuangan nasabah secara praktis.[7]

---

[4] Kota and Kusumastuti, "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)."

[5] Ali Abdallah Alalwan et al., "Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust," *International Journal of Information Management* 37, no. 3 (2017): 99–110.

[6] Dr Viral Bhatt and Et Al, "An Empirical Study to Evaluate Factors Affecting Customer Satisfaction on the Adoption of Mobile Banking Track: Financial Management," *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)* 12, no. 10 (2021): 5354–73.

[7] Susan Huasry Warti Loah and Rachman Mulyadi, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi," *Jurnal Sosial Dan Sains* 1, no. 6 (2021): 477–81, https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i6.118.

Peralihan dari BSI *Mobile* ke Byond by BSI merupakan bagian dari transformasi digital besar-besaran Bank Syariah Indonesia, yang dirancang untuk menghadirkan pengalaman perbankan yang lebih komprehensif, modern, mudah digunakan (*user-friendly*), dan dilengkapi dengan fitur keamanan yang lebih tinggi.[8]

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna BSI *Mobile* Tahun 2021-2024

No.	Tahun	Jumlah Pengguna
1.	2021	2,7 Juta Orang
2.	2022	4,81 Juta Orang
3.	2023	6,3 Juta Orang
4.	2024	7,12 Juta Orang

Sumber: bankbsi.co.id (data diolah), 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 jumlah pengguna BSI *Mobile* menunjukkan pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun, yaitu 2,7 juta orang pada 2021, naik menjadi 4,81 juta pada 2022, 6,3 juta pada 2023, dan mencapai 7,12 juta pengguna pada 2024 dengan pertumbuhan tahunan sebesar 33,9%. Peningkatan ini menunjukkan semakin tingginya antusiasme dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital perbankan syariah yang ditawarkan oleh BSI melalui aplikasi BSI *Mobile.*

[8] "SuperApp Byond by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman - Berita | Bank Syariah Indonesia," https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-siap-meluncur-layanan-makin-lengkap-lebih-user-friendly-semakin-aman.

Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna Aplikasi Byond by BSI

No.	Bulan/Tahun	Jumlah Pengguna
1.	November 2024	1 Juta Orang
2.	Januari 2025	2 Juta Orang
3.	Maret 2025	3,5 Juta Orang
4.	Juni 2025	4,49 Juta Orang

Sumber: bankbsi.co.id (data diolah), 2026

Di sisi lain, Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Byond by BSI sebagai pengembangan lanjutan dari BSI *Mobile*, berhasil menarik 1 juta pengguna dalam waktu singkat sejak diluncurkan, kemudian naik menjadi 2 juta pada Januari 2025, 3,5 juta pada Maret 2025, dan terus bertambah hingga 4,49 juta pengguna pada Juni 2025, dengan total transaksi tercatat sebesar Rp.2,66 triliun atau mencapai 130 ribu yang didorong oleh penyelenggaraan BSI International Expo 2025 dan mendapatkan pencapaian luar biasa.[9]

Aplikasi Byond by BSI menawarkan berbagai keunggulan, seperti fitur yang lebih lengkap, tampilan lebih modern, serta integritas layanan keuangan digital dalam satu platform yang dirancang mudah digunakan, menghadirkan layanan finansial, sosial dan spiritual dalam satu platform yang lebih *user friendly* dengan keamanan yang semakin terjaga. Meskipun inovatif, tingkat

[9] "BSI International Expo 2025 Catat Transaksi Rp2,66 Triliun Dan 60 Ribu Pengunjung - Berita | Bank Syariah Indonesia," accessed December 12, 2025, https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-international-expo-2025-catat-transaksi-rp266-triliun-dan-60-ribu-pengunjung.

penggunaannya masih relatif rendah dibandingkan BSI *Mobile*.[10] Fakta tersebut menunjukkan adanya perbedaan dalam tingkat penerimaan teknologi.



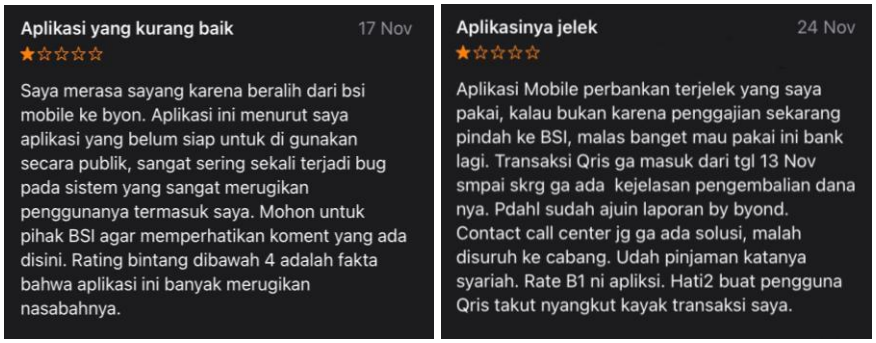
Gambar 1. 1 Aplikasi BYOND by BSI di AppStore

Dari Gambar 1.1 aplikasi Byond by BSI hanya memperoleh rating 3,4 dari skala maksimal 5 bintang. Ini menjadi masalah penting karena menunjukkan aplikasi ini belum sepenuhnya memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggunanya. Meskipun diluncurkan sebagai representasi transformasi digital perbankan yang modern, kenyataannya masih banyak persoalan yang mengganggu kenyamanan dan keamanan pengguna saat mengakses layanan, padahal keamanan merupakan hal yang sangat penting dalam layanan perbankan digital. Salah satu insiden yang cukup mencolok terjadi pada Februari 2025, ketika sejumlah nasabah dan pelaku usaha di Banda Aceh melaporkan gangguan serius pada aplikasi tersebut. Mereka mengeluh tidak dapat membuka aplikasi sejak pagi hari, serta kesulitan melakukan transaksi penting seperti pengiriman uang dan pembayaran digital.

[10] Darian Fahris Ghofur and Sofiah, "Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aaplikasi Byond Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BSI KCP GKB Gresik," *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 3 (2025): 358–64, https://doi.org/10.59435/menulis.v1i3.124.

Gangguan ini tidak hanya menimbulkan ketidaknyamanan, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap aktivitas usaha harian para pelaku ekonomi yang sangat bergantung pada layanan perbankan digital untuk kelancaran operasionalnya.[11]

Fenomena ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan sangat memengaruhi kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital seperti Byond by BSI, sekaligus menimbulkan keraguan di kalangan pengguna mengenai kehandalan dan keamanan sistem digital yang diterapkan.[12]



Gambar 1. 2 Keluhan Pengguna Byond by BSI

Fenomena *electronic word of mouth* (e-WOM) yang semakin berkembang di era digital turut menunjukkan banyaknya keluhan pengguna terkait performa aplikasi Byond by BSI, sebagaimana terlihat pada Gambar

[11] *Nasabah Dan Pelaku Usaha Keluhkan Aplikasi Byond BSI Error - Bisnisia.id | Kantor Berita Ekonomi Aceh*, Keuangan Dan Investasi, February 10, 2025, https://bisnisia.id/nasabah-dan-pelaku-usaha-keluhkan-aplikasi-byond-bsi-error/.

[12] Grahanusa Mediatama, "Aplikasi Baru Byond by BSI Kerap Error, Ada Apa?," kontan.co.id, February 11, 2025, https://keuangan.kontan.co.id/news/aplikasi-baru-bank-seperti-byond-by-bsi-dan-wondr-by-bni-kerap-error-ada-apa.

1.2 melalui rating dan *review* di *App Store*, tidak sedikit pengguna yang secara terbuka menyampaikan ketidakpuasannya terhadap kinerja aplikasi tersebut. Salah satu pengguna memberikan rating satu bintang dan mengeluhkan Byond by BSI sebagai aplikasi *mobile banking* terburuk yang pernah digunakannya, bahkan menyatakan keengganan untuk terus menggunakan bank tersebut. Pengguna menyebutkan bahwa transaksi Qris tidak masuk sejak 13 hingga 24 November 2025 (transaksi nyangkut), tanpa kejelasan pengembalian dana, sementara upaya menghubungi *call center* pun tidak membuahkan solusi selain diarahkan untuk mendatangi kantor cabang.

Keluhan lain datang dari pengguna yang menyayangkan keputusannya beralih dari BSI *mobile* ke Byond by BSI, karena menurutnya aplikasi ini belum siap untuk digunakan secara publik akibat seringnya terjadi bug (*error*) pada sistem dan sangat merugikan pengguna. Aplikasi yang diharapkan bisa memberi kemudahan justru sering *error*, sehingga memicu keraguan terhadap kualitas dan keandalan layanan digital BSI. Keluhan-keluhan ini dapat membentuk citra negatif Byond di mata pengguna, yang bisa memengaruhi kepuasan konsumen untuk tetap menggunakan atau bahkan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain.

Kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan digital seperti *mobile banking* dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan yang dimiliki pengguna. Tingkat kepuasan ini menjadi indikator penting

keberhasilan suatu layanan digital, sebab kepuasan yang rendah dapat berdampak pada penurunan loyalitas dan minat penggunaan berkelanjutan, sebagaimana tercermin dari fenomena rating rendah dan keluhan pengguna Byond by BSI diatas. Kepuasan individu dalam menggunakan layanan *mobile banking* tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil dari beberapa faktor yang saling berkaitan, di antaranya kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan, dan *electronic word of mouth* (e-WOM).

Faktor pertama kemudahan penggunaan, merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa suatu sistem teknologi bisa digunakan dengan mudah dan dipahami.[13] Kemudahan dalam menggunakan suatu aplikasi berdampak langsung pada keputusan pengguna untuk terus menggunakan layanan digital, karena aplikasi yang dianggap mudah dan nyaman digunakan akan mendorong pengguna untuk terus memanfaatkannya secara berkesinambungan.[14] Dalam konteks *mobile banking*, aplikasi dengan layanan yang mudah dipahami, navigasi yang jelas, serta proses transaksi yang efisien, akan lebih mendorong nasabah untuk memanfaatkannya, sehingga semakin mudah suatu aplikasi digunakan saat bertransaksi, semakin tinggi juga niat

[13] Feliana Monica and Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 1 (2022): 1, https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15.
[14] Candy Candy et al., "E-Wallet Adoption: Technology Acceptance Model and COVID-19," *Jurnal Inovasi Ekonomi* 7, no. 01 (2022): 91–100, https://doi.org/10.22219/jiko.v7i01.20385.

nasabah untuk terus menggunakannya.[15] Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Yusuf et al[16] menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara penelitian yang dilakukan oleh Eka Prasetya Tresiana Muwa et al[17] menemukan hasil sebaliknya, yaitu kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Selain kemudahan penggunaan, fitur layanan juga merupakan variabel penting dalam meningkatkan kepuasan penggunaan suatu layanan. Fitur layanan merupakan komponen dalam suatu aplikasi yang dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen untuk menggunakannya[18], sebab pengguna akan selalu menyelaraskan fitur yang tersedia dengan manfaat yang ditawarkan. Byond by BSI menghadirkan salah satu fitur andalan, yaitu "Berbagi", yang memudahkan nasabah melakukan transaksi sosial dan donasi seperti ziswaf, sumbangan duka, donasi kemanusiaan, dan kegiatan sosial lainnya.[19]

---

[15] Gema Albort-Morant et al., "Online Banking Adoption in Spanish Cities and Towns. Finding Differences through TAM Application," *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* 35, no. 1 (2022): 854–72.

[16] Abdul Yusuf et al., "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo," *Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2021): 54–63, https://doi.org/10.26460/jm.v11i1.2168.

[17] Eka Prasetya Tresiana Muwa et al., "Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Alat Pembayaran Digital," *Pacioli : Jurnal Kajian Akutansi Dan Keuangan* 4, no. 2 (2024), https://doi.org/10.56393/pacioli.v4i2.2295.

[18] Alivia Defa Ananda and Elen Puspitasari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Risiko Penggunaan Dompet Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pengguna Jasa Pengurusan Transportasi Laut," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 1 (2024): 1498–516, accountancy, https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3853.

[19] "SuperApp Byond by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman - Berita | Bank Syariah Indonesia."

Sayangnya, fitur-fitur baru tersebut masih kurang tersosialisasikan kepada nasabah maupun calon nasabah.

Hasil penelitian Apriliani et al[20] dan Lestari et al[21] membuktikan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan dalam menggunakan *mobile banking*, jika fitur-fitur aplikasi sulit digunakan atau kurang relevan bagi kebutuhan pengguna, maka kepuasan mereka untuk menggunakannya dapat menurun. Sebaliknya, penelitian Saragih dan Siregar[22] menyatakan fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Selanjutnya, keamanan juga menjadi faktor yang sangat menentukan, yaitu sejauh mana pengguna merasa bahwa sistem atau teknologi yang digunakan aman dan mampu melindungi data pribadi mereka dari ancaman atau risiko yang mungkin terjadi. Dalam layanan *mobile banking*, persepsi keamanan berarti pengguna yakin bahwa transaksinya terjaga dari tindakan pencurian data, penipuan atau akses yang tidak sah, hal ini sangat penting karena dapat memengaruhi kepuasan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut[23], sebagaimana tampak dari insiden gangguan yang dialami

---

[20] Sintia Apriliani et al., "Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Byond BSI," *JIAGABI* 14, no. 2 (2025): 618–27.

[21] Nikita Putri Lestari et al., "Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Dana Di Jurusan Manajemen Unsrat Angkatan 2023," *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2024): 1136–50.

[22] Sindy Aliffiyah Saragih and Zulkarnain Siregar, "Pengaruh Fitur Layanan, Privasi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)," *Jurnal Arastirma* 5, no. 1 (2025): 129–40, https://doi.org/10.32493/jaras.v5i1.44320.

[23] Md Al Amin et al., "Customer's Attitude toward Mobile Banking Usage: A Case Study in Bangladesh," *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 2 (2021): 419–26.

nasabah Byond by BSI di Banda Aceh. Hasil penelitian Andyani & Turay[24], Khotijah et al[25], dan Zulkarnaen et al[26] menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *internet banking*, artinya semakin tinggi tingkat keamanan suatu layanan *mobile banking*, semakin tinggi pula kepuasan penggunanya. Sebaliknya penelitian yang dilakukan Nurhidayat et al[27] dan Susilah et al[28] menyatakan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Faktor terakhir yang turut diduga memengaruhi kepuasan adalah *electronic word of mouth* (e-WOM), yakni cara orang menyampaikan pendapat, ulasan, atau pengalaman pribadi mereka melalui media digital, di mana kebebasan berkomentar positif maupun negatif kini semakin populer di berbagai platform media sosial.[29] Kebebasan ini akan memengaruhi penilaian,

---

[24] Syaffa Aulia Andyani and Tiara Turay, "Pengaruh Fitur Keamanan, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana," *Journal of Business Economics and Management | E-ISSN : 3063-8968* 1, no. 3 (2025): 884–92.

[25] Sitti Nur Khotijah et al., "Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah," *El-Aswaq* 4, no. 02 (2023), https://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/25795.

[26] Sekar Rahayu Zulkarnaen et al., "Pengaruh Teknologi Informasi Dan Keamanan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna Qris Pada Masyarakat Di Kota Bandung," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 2 (2024): 2345–54, masyarakat di kota Bandung, https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4355.

[27] Maulana Furqon Nurhidayat et al., "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kemudahan, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Terhadap e-Commerce Shopee," *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics* 2, no. 2 (2024): 595–608, https://doi.org/10.35384/jamie.v2i2.635.

[28] Winardianto Hadi Susilah et al., "Pengaruh Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Keamanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)," *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 01 (2023), https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/19849.

[29] Hardoko Hardoko, "Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 15, no. 1 (2020), https://doi.org/10.51277/keb.v15i1.64.

tindakan dan perilaku individu, sehingga berkaitan erat dengan kepuasan seseorang dalam menggunakan suatu layanan. Di era digital saat ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan informasi dari orang-orang terdekat, tetapi juga lebih mempercai ulasan dari pengguna lain yang sudah berpengalaman menggunakan layanan tersebut, sebagaimana tampak dari berbagai keluhan pengguna Byond by BSI di *App Store* yang telah dipaparkan sebelumnya.

Hasil penelitian oleh Nabawi dan Siregar[30] serta Na'im dan Wiyadi[31] menunjukkan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sementara Pangastuti & Tjahjaningsih[32] menemukan hasil berbeda, yaitu e-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas e-WOM dapat bervariasi tergantung pada konteks platform dan karakteristik pengguna, sehingga relevansinya perlu dikaji lebih lanjut, terutama dalam konteks layanan digital syariah seperti Byond by BSI.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat perbedaan temuan (*research gap*) terkait dampak kemudahan penggunaan, fitur layanan,

---

[30] Muflih Nabawi and Salim Siregar, "Pengaruh E-Wom Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Kecamatan Telukjambe Timur," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 4419–30, https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.7942.

[31] Harun Raudhatul Na'im and Wiyadi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Gojek)," *JURNAL LENTERA BISNIS* 13, no. 3 (2024): 1789–805, https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1223.

[32] Cantika Cahyaning Pangastuti and Endang Tjahjaningsih, "Pengaruh E-WoM Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Terhadap Pelanggan Produk Scarlett (Studi Pada Pelanggan Scarlett Di Kota Pati)," *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4, no. 3 (2023): 2386–93, https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.1541.

keamanan dan e-WOM terhadap kepuasan penggunaan layanan digital. Beberapa penelitian menemukan pengaruh yang signifikan, sementara sebagian lain menunjukkan hasil berlawanan. Selain itu, belum ada penelitian yang menggabungkan keempat variabel tersebut dalam konteks aplikasi Byond by BSI. Situasi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk diteliti lebih lanjut guna memperoleh pemahaman yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan penggunaan layanan *mobile banking* syariah di era digital. Dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Keamanan dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Terhadap Kepuasan dalam Menggunakan Aplikasi Byond by BSI".**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Penilaian pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI masih rendah, sebagaimana tercermin dari rating 3,4 di *App Store*. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna belum sepenuhnya memuaskan.
2. Fitur unggulan seperti ‘‘Berbagi”, yang memudahkan nasabah melakukan transaksi sosial dan donasi, masih kurang tersosialisasikan kepada nasabah maupun calon nasabah, sehingga potensi manfaatnya belum sepenuhnya dirasakan oleh pengguna.
3. Isu keamanan dan keandalan sistem menjadi kekhawatiran, khususnya setelah gangguan layanan pada Februari 2025 akibat proses *upgrade* sistem. Keresahan yang ditimbulkan menunjukkan bahwa persepsi keamanan digital sangat memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan.
4. Keluhan terhadap Byond by BSI banyak muncul di ulasan aplikasi, terutama terkait *error* sistem, fitur yang tidak berfungsi, dan *maintenance* yang tidak konsisten, sehingga aplikasi dinilai belum stabil atau siap digunakan secara publik. Persepsi negatif ini menyebar melalui e-WOM dan dapat memengaruhi kepercayaan serta kepuasan pengguna.

1.2.2 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini, agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang ditetapkan. Berikut pembatasan masalah pada penelitian ini:

1. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang telah maupun sedang menggunakan aplikasi Byond by BSI.
2. Penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi), karena wilayah tersebut mudah dijangkau oleh peneliti dan penggunaan aplikasi Byond by BSI di wilayah ini berkembang cukup pesat, sehingga penetapan lokasi ini diharapkan dapat mempermudah proses penelitian.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah, berikut adalah rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apakah kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan dan e-WOM secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI?

4. Apakah keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI?
5. Apakah e-WOM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan dan e-WOM secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.
2. Untuk mengetahui kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.
3. Untuk mengetahui fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.
4. Untuk mengetahui keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.
5. Untuk mengetahui e-WOM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberikan informasi dan kontribusi mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan dan e-WOM terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI .

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan memberikan pembelajaran bagi peneliti, yang menjadikan penelitian ini menjadi wadah untuk menuangkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.

b. Bagi Akademisi

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, perbandingan, serta sumber informasi tambahan bagi mahasiswa, akademisi, maupun pihak lain yang ini melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik kepuasan pengguna layanan digital perbankan syariah.

c. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi BSI dalam meningkatkan kualitas layanan aplikasi Byond by BSI, khususnya terkait kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, keamanan sistem serta pengelolaan citra melalui e-WOM, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

1.4 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan penelitian yang sistematis, maka penulis menguraikan rincian setiap bab termasuk sub bab didalamnya. Rincian tersebut yakni sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama ini menguraikan latar belakang masalah yang mendasari dilakukannya penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, bab ini juga menyajikan sistematika penulisan yang akan digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian, hasil penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan pembanding, kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antarvariabel dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan cara penelitian dilaksanakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknk pengambilan sampel, variabel penelitian, sumber data, definisi operasional variabel dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan deskripsi data yang diperoleh, gambaran umum responden, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir, berisi penyajian kesimpulan, saran yang dapat diberikan sehubungan dengan penelitian dan keterbatasan penelitian.