

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BSI MOBILE MELALUI PERCEIVED USEFULNESS DAN EASE OF USE DI KABUPATEN BEKASI

Fauzan Abdurrahman¹, Ahmad Nuh², Ahmad Muti³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Alwafa

Email: fauzanabede@gmail.com

Abstrak

Abdurrahman, Fauzan, SKRIPSI 2025, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile Melalui Perceived Usefulness dan Ease of Use di Kabupaten Bekasi, Sarjana Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa, Ahmad Nuh M.M, Ahmad Muti' M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile Melalui Perceived Usefulness dan Ease of Use di Kabupaten Bekasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 nasabah. Metode pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan SmartPLS versi 3.0. Hasil dari penelitian ini yaitu Service Quality berpengaruh positif signifikan terhadap Perceived Usefulness dan Ease of Use, Perceived Usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Use, Perceived Ease of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Use, Dan Service Quality melalui Perceived Ease of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Use, Sedangkan hasil dari Service Quality melalui Perceived Usefulness memiliki hasil yang negatif dan tidak signifikan terhadap Intention to Use.

Kata Kunci: Service Quality, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, BSI Mobile.

Abstract

Abdurrahman, Fauzan, THESIS 2025, The Influence of Service Quality on Interest in Using BSI Mobile Through Perceived Usefulness and Ease of Use in Bekasi Regency, Bachelor of Islamic Economics, Al Wafa Islamic College, Ahmad Nuh M.M, Ahmad Muti' M.Si. This study aims to determine the influence of service quality on interest in using BSI Mobile through perceived usefulness and ease of use in Bekasi Regency. The sample size for this study was 170 customers. Data collection was conducted through questionnaires. The data analysis technique used in this study was Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS version 3.0. The results of this study are that Service Quality has a significant positive effect on Perceived Usefulness and Ease of Use, Perceived Usefulness has a significant positive effect on Intention to Use, Perceived Ease of Use has a significant positive effect on Intention to Use, and Service Quality through Perceived Ease of Use has a significant positive effect on Intention to Use, while the results of Service Quality through Perceived Usefulness have negative and insignificant results on Intention to Use.

Keywords: Service Quality, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, BSI Mobile.

A. PENDAHULUAN

Industri perbankan telah berkembang sangat pesat, karena setiap bank dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan terutama pada perbankan Syariah (Garbo & Latifah, 2024). Selama tiga dekade terakhir, perbankan syariah telah muncul dan mendapatkan momentum dan menjadi fenomena global dengan sambutan hangat dari Muslim dan non-Muslim (Garbo & Latifah, 2024). Berkembangnya bank syariah di Indonesia dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991. Dari tahun 1991 hingga 1999, perkembangan BMI masih stagnan. Namun, sejak Indonesia mengalami krisis moneter pada tahun 1997 dan 1998, para bankir melihat bahwa BMI tidak terlalu terkena dampak krisis tersebut. Para bankir percaya bahwa BMI adalah satu-satunya bank syariah di Indonesia yang mampu menahan krisis moneter (Sri Kurnialis et al., 2022). Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan berdasarkan fatwa dari lembaga yang berwenang, seperti Dewan Syariah Nasional (DSN) yang berada di bawah tanggung jawab Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Febrian et al., 2024). Di sisi lain, kualitas layanan digital menjadi faktor penentu yang signifikan dalam mendorong atau menghambat minat pengguna. Penelitian (Salsabila et al., 2024) menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak langsung terhadap tingkat minat dan loyalitas nasabah. Meski demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perbankan konvensional, sehingga masih minim kajian yang membahas perbedaan konteks perbankan syariah dalam perspektif kualitas layanan digital. Per Mei 2023, jumlah nasabah BSI sudah mencapai 19 juta dan menjadikan perseroan bank nomor 5 dengan jumlah nasabah terbesar di Indonesia. Angka nasabah BSI sendiri terus tumbuh sejak pertama kali berdiri pada tahun 2021. Dalam 2,5 tahun nasabah BSI tumbuh 5 juta orang. Menurut Direktur Keuangan dan Strategi BSI Ade Cahyo Nugroho, angka pertumbuhan ini tidak lepas dari upaya literasi dan inklusi keuangan syariah yang terus digaungkan oleh BSI sejak awal (BSI, 2023). Direktur Information Technology BSI Achmad Syafii menerangkan dalam konferensi pers Kamis (27/4/2023) “Alhamdulillah dengan beragam fitur yang tersedia, baik finansial, spiritual, maupun sosial, jumlah user mobile banking meningkat dari waktu ke waktu. Hingga akhir kuartal I-2023, user register yang memiliki BSI Mobile mencapai 5,18 juta user, atau tumbuh year on year 37%” (Ardianto,

2023). Jumlah pengguna BSI Mobile yang saat ini mencapai sekitar 5,18 juta user ternyata masih tergolong jumlah yang relatif kecil apabila dibandingkan dengan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia. Dengan populasi nasabah Bank Syariah Indonesia yang mencapai sekitar 19 juta jiwa, terlihat jelas bahwa potensi pasar untuk layanan perbankan syariah seperti BSI masih sangat besar dan belum sepenuhnya dimanfaatkan. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk meningkatkan penetrasi layanan perbankan syariah di kalangan umat Muslim di Indonesia yang masih membutuhkan edukasi dan dorongan lebih lanjut untuk mengadopsi teknologi perbankan syariah seperti yang disediakan oleh BSI. Pada 8 Mei, selama satu minggu, layanan Mobile Banking dan ATM dari Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami gangguan. Pada awalnya, BSI mengatribusikan gangguan tersebut kepada pemeliharaan sistem yang sedang dilakukan, menyebabkan layanan tidak dapat diakses untuk sementara waktu. Namun, pada tanggal 14 Mei 2023, terungkap bahwa gangguan tersebut sebenarnya disebabkan oleh serangan ransomware dari sekelompok hacker yang dikenal sebagai Lock Bit. Ransomware adalah jenis perangkat lunak berbahaya yang mengunci akses ke sistem komputer korban dengan mengenkripsi data dan meminta uang tebusan. Para pelaku ransomware memberikan batas waktu 72 jam kepada manajemen bank untuk menghubungi mereka, mengancam akan merusak reputasi bank secara menyeluruh jika tuntutan mereka tidak dipenuhi. Meskipun dihadapkan pada ancaman ini, manajemen BSI awalnya berdalih bahwa layanan sedang dalam tahap pemeliharaan. Namun, pada akhirnya, hacker berhasil menyerang dan menyandera data nasabah di sistem perbankan BUMN tersebut (Azarine, 2023).

Gambar 1. Penurunan Saham Bank Syariah Indonesia



Sumber: Google Finance (2024).

Mulai dari 8 Mei 2023 hingga 2 Januari 2024, saham Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami penurunan yang signifikan dengan angka 22 Milyar turun sampai 13 Milyar. Penurunan ini dipicu oleh serangan hacker yang dikenal sebagai Lockbit, yang berhasil meretas sistem keamanan BSI. Serangan ini menimbulkan ketidakpercayaan besar pada nasabah BSI, yang mengakibatkan penarikan massal dana dari bank tersebut. Akibatnya, kinerja keuangan BSI terganggu, dan investor kehilangan kepercayaan pada stabilitas perusahaan, yang tercermin dalam penurunan nilai saham BSI (Azizah, 2024).

Kebocoran informasi pribadi sebenarnya bukan fenomena baru, namun merupakan isu yang sangat serius dan mengkhawatirkan. Terungkapnya rincian pribadi seperti nomor rekening, data kartu kredit, identitas, dan informasi keuangan dari nasabah memiliki potensi dampak yang merugikan. Kehilangan semacam ini bisa berasal dari serangan siber, pelanggaran keamanan internal, atau kelalaian dalam manajemen data. Selain menghadirkan risiko pencurian identitas, penipuan, dan penyalahgunaan keuangan, kebocoran data pribadi perbankan juga dapat menggoyahkan kepercayaan nasabah pada lembaga keuangan dan dapat menimbulkan kerugian besar dalam hal reputasi (Azarine, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. Dengan pendekatan kuantitatif, studi ini diharapkan mampu menghasilkan data empiris yang dapat mendukung pengambilan keputusan strategis bagi Bank Syariah Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi akademis dalam literatur pemasaran digital pada sektor keuangan syariah

B. METODE PENELITIAN

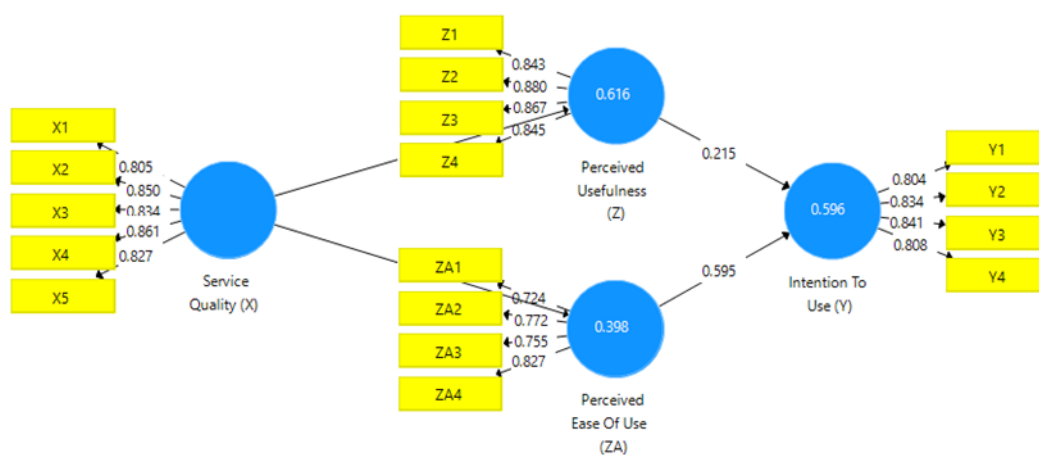
Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/ sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Abdullah et al., 2022)

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan ialah penelitian metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan data berupa angka sebagai instrumen untuk analisis, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan antara variabel independen, yaitu Service Quality (X1), Perceived Usefulness (Z1), Perceived Ease Of Use (Z2), terhadap variabel dependen, yaitu Minat Menggunakan (Y). metode Penelitian ini menerapkan metode pengambilan sampel Non Probability Sampling, khususnya Teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena sampel sengaja dipilih oleh peneliti, sehingga menurut kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga memungkinkan pengumpulan data yang sesuai dengan tuntutan penelitian. Metode non-probability sampling adalah strategi pengambilan sampel dimana terdapat distribusi peluang yang tidak merata di antara anggota populasi untuk dimasukkan ke dalam sampel. Namun pendekatan purposive sampling memilih sampel sesuai dengan norma atau kriteria yang telah ditentukan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data penelitian berikut dilakukan dengan memanfaatkan program SmartPLS 3.0 dengan hasil analisis sebagai berikut : Model pengukuran (outer model) dengan reflektif indikator dinilai melalui uji validitas, uji reliabilitas dan uji kecocokan model. Berikut adalah tampilan hasil dari Loading Factor.

Gambar 2. Diagram Loading factor



Sumber: Hasil olah data SmartPLS 3.0

Nilai loading factor adalah nilai yang menunjukkan korelasi antara indikator dengan variabelnya. Nilai loading bagi ukuran reflektif individual dapat dikatakan tinggi apabila > 0,70. Namun, untuk penelitian pada tahap pengembangan, skala pengukuran loading 0,50 – 0,60 masih dapat diterima. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh bahwa seluruh indikator pada konstruk X1, Z1, Z2, dan Y menunjukkan nilai loading factor di atas 0,70, yang berarti seluruh indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen dan layak digunakan dalam model.

Terdapat dua jenis pengujian validitas pada metode analisis SEM-PLS ini, yaitu convergent validity dan discriminant validity. Berikut adalah hasilnya.

1. Convergent Validity (Validitas Konvergen)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen

Kode Item	Item Kuesioner	Intention To Use (Y)	Perceived Ease Of Use (ZA)	Perceived Usefulness (Z)	Service Quality (X)
X1	Halaman atau fitur dalam layanan <i>BSI Mobile</i> ini tidak membingungkan saat digunakan pertama kali.				0,805
X2	Sistem layanan <i>BSI Mobile</i> ini dapat diandalkan kapan pun saya membutuhkannya.				0,850
X3	Layanan <i>BSI Mobile</i> ini memiliki fitur bantuan yang aktif dan responsif.				0,834
X4	Layanan <i>BSI Mobile</i> ini memiliki sistem keamanan yang baik untuk melindungi informasi pengguna.				0,861
X5	Saya merasa bahwa layanan <i>BSI Mobile</i> ini peduli terhadap kenyamanan dan kepuasan pengguna.				0,827
Y1	Saya akan terus menggunakan <i>BSI Mobile</i> untuk transaksi.	0,804			

Y2	<i>BSI Mobile</i> adalah metode pembayaran yang paling sering saya gunakan.	0,834			
Y3	Saya tetap memilih menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	0,841			
Y4	Saya merasa <i>BSI Mobile</i> cukup praktis dan nyaman untuk digunakan secara terus menerus.	0,808			
Z1	<i>BSI Mobile</i> membantu saya menyelesaikan transaksi lebih cepat di platform digital.			0,843	
Z2	Saya merasa <i>BSI Mobile</i> membantu saya memahami tujuan transaksi dengan baik.			0,880	
Z3	Saya merasa informasi dari <i>BSI Mobile</i> selalu tersedia secara tepat waktu.			0,867	
Z4	Saya merasa <i>BSI Mobile</i> mempercepat dan mempermudah pengambilan keputusan saat bertransaksi.			0,845	
ZA1	Saya merasa penggunaan <i>BSI Mobile</i> sangat mudah digunakan.	0,724			
ZA2	Saya merasa dapat menggunakan <i>BSI Mobile</i> untuk bertransaksi dimana saja.	0,772			
ZA3	Saya merasa <i>BSI Mobile</i> sesuai dengan gaya transaksi saya .	0,755			
ZA4	Saya dapat dengan mudah mengoperasikan <i>BSI Mobile</i> sesuai dengan kebutuhan.	0,827			

Sumber : Hasil olah data Smart PLS 3.0

Tabel 1. Menunjukkan hasil uji validitas konvergen yang dilakukan terhadap item dalam setiap variabel dengan melihat outer loading. Suatu item dapat dikatakan memiliki validitas konvergensi yang tinggi apabila bernilai lebih dari 0,70. Tetapi menurut Chin dalam (Ghozali, 2021) pada penelitian tahap pengembangan, nilai loading 0,50-0,60 masih dapat diterima. Dari tabel diatas, dapat terlihat bahwa semua item memiliki outer loading > 0,50. Oleh sebab itu item dan variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan sudah valid.

2. Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	\sqrt{AVE}	AVE
Service Quality (X)	0,893	0,698
Perceived Usefulness (Z)	0,882	0,737
Perceived Ease Of Use (ZA)	0,779	0,593
Intention To Use (Y)	0,840	0,675

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 3.0

Tabel 2. Menunjukkan hasil uji validitas diskriminan yang dilakukan oleh setiap konstruk. Cara menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari average variance extracted (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Diketahui juga bahwa syarat validitas diskriminan yang baik ditandai dengan nilai dari AVE setiap variabel > 0,50. Dari tabel diatas yang menunjukkan bahwa nilai akar AVE lebih besar daripada konstruk dengan kosntruk lainnya dan nilai AVE pada setiap konstruk memiliki nilai > 0,50, sehingga dapat dikatakan bahwa model telah memenuhi syarat validitas diksriminan.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability

Intention To Use (Y)	0,840	0,893
Perceived Ease Of Use (ZA)	0,772	0,853
Perceived Usefulness (Z)	0,881	0,918
Service Quality (X)	0,892	0,920

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 3.0

Tabel 3. Menunjukkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap konstruk penelitian yang telah diuji validitasnya. Rule of thumb yang digunakan untuk nilai composite reliability dan nilai Cronbach's Alpha harus lebih besar dari $> 0,60$ untuk dapat dikatakan konstruk tersebut reliabel dan dapat dilanjutkan untuk dilakukan penelitian utama. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Fit Model

Tabel 4. Hasil Uji Fit Model

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,071	0,097

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 3.0

Tabel 4. Menunjukkan hasil uji fit model. Untuk mendapatkan nilai yang baik, Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) harus bernilai $< 0,080$ agar dapat dikatakan good fit (cocok). Dari tabel di atas dapat diartikan bahwa model penelitian ini sudah cocok, karena $0,071 < 0,080$.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (inner model) dinilai melalui uji koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis.

Tabel 5. Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Intention To Use (Y)	0,596	0,592

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 3.0

Tabel 5. Menunjukkan hasil uji koefisien determinasi. Menurut Chin dalam (Ghozali, 2021), rule of thumb yang digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel eksogen secara bersama-sama terhadap variabel endogen adalah sebesar 0,67 untuk menunjukkan model kuat, 0,33 menunjukkan model sedang dan 0,19 menunjukkan model lemah. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik model penelitiannya. Dari tabel diatas, nilai R-Square sebesar 0,596% sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel Service Quality (X), Perceived Usefulness (Z1) dan Perceived Ease Of Use (Z2) terhadap Intention To Use (Y) menunjukkan model yang sedang.

Tabel 6. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STD EV)	P Values
Service Quality (X) - > Perceived Usefulness (Z)	0,785	10,697	0,000
Service Quality (X) - > Perceived Ease Of Use (ZA)	0,631	7,718	0,000
Perceived Usefulness (Z) -> Intention To Use (Y)	0,215	2,302	0,022
Perceived Ease Of Use (ZA) -> Intention To Use (Y)	0,595	6,484	0,000

Sumber: Hasil olah data SmartPLS 3.0

Tabel 6. menunjukkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini. Uji hubungan antar konstruk menunjukkan bahwa Service Quality, Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Dengan ketentuan T statistic > 1,96 dan P values < 0,05.

Dalam penelitian ini, terdapat dua hipotesis yang dirumuskan dan perlu dibuktikan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Berdasarkan pada pengujian hasil hipotesis yang sebelumnya telah dilakukan, berikut ini adalah hasilnya, yaitu:

Pengaruh Service Quality Terhadap Perceived Usefulness

Hasil analisis SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa Service Quality berpengaruh positif, kuat, dan signifikan terhadap Perceived Usefulness dalam penggunaan BSI Mobile, ditunjukkan dengan nilai T-statistic 10,697 dan P-value 0,000. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pengguna meliputi keamanan, keandalan, kemudahan akses, dan responsivitas semakin tinggi pula persepsi mereka bahwa BSI Mobile berguna dan bermanfaat. Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM), yang menegaskan bahwa persepsi kualitas layanan dapat meningkatkan persepsi kegunaan dan pada akhirnya mendorong minat serta keberlanjutan penggunaan.

Pengaruh Service Quality Terhadap Perceived Ease Of Use

Hasil analisis SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa Service Quality memiliki pengaruh positif, kuat, dan signifikan terhadap Perceived Ease of Use, dibuktikan dengan nilai T-statistic 7,718 dan P-value 0,000. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pengguna meliputi keandalan sistem, keamanan informasi, kecepatan respon, dan kenyamanan penggunaan semakin mudah pula pengguna merasakan bahwa BSI Mobile mudah untuk digunakan. Indikator Service Quality yang paling dominan adalah X4 (keamanan sistem) dengan loading factor 0,861. Keamanan menjadi faktor utama pembentuk persepsi kualitas layanan, karena pengguna sangat mementingkan perlindungan data dan keamanan transaksi. Keamanan yang kuat meningkatkan persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, sehingga berkontribusi pada meningkatnya minat serta loyalitas pengguna terhadap BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kini et al., 2024), yang menemukan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi dalam sektor FinTech sangat

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menyoroti bahwa keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), dan jaminan keamanan (Assurance) merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam layanan perbankan digital. Penelitian tersebut menyoroti bahwa keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), dan jaminan keamanan (Assurance) merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam layanan perbankan digital. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia perlu terus meningkatkan kualitas layanannya dengan memastikan kemudahan transaksi, meningkatkan responsivitas layanan, serta menjamin keamanan sistem perbankan digital.

Pengaruh Service Quality Terhadap Intention to Use Melalui Perceived Usefulness

Hasil analisis SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa Service Quality melalui Perceived Usefulness memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Intention to Use, dengan nilai T-statistic 1,739 yang berada di bawah batas minimal 1,96, serta P-value 0,083 yang lebih besar dari 0,05. Artinya, peningkatan kualitas layanan BSI Mobile belum berhasil meningkatkan persepsi kegunaan pengguna, sehingga tidak cukup kuat memengaruhi minat mereka untuk menggunakan aplikasi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas layanan mungkin meningkat, pengguna belum melihat peningkatan tersebut sebagai manfaat nyata dalam penggunaan aplikasi. Oleh karena itu, BSI perlu memastikan bahwa perbaikan layanan juga memberikan nilai praktis yang jelas dan meningkatkan persepsi kegunaan agar dapat mendorong minat penggunaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian (MT & Sukresna, 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang)”. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan. Proses yang paling berpengaruh terhadap peningkatan niat untuk terus menggunakan dompet digital (e-Wallet) OVO adalah peningkatan kualitas layanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai penentu keberhasilan peningkatan niat untuk terus menggunakan.

Pengaruh Service Quality Terhadap Intention to Use Melalui Perceived Ease of Use

Hasil analisis SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa Service Quality melalui Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to Use, dengan nilai T-statistic 4,978 dan P-value 0,000. Artinya, kualitas layanan mampu meningkatkan minat penggunaan BSI Mobile apabila perbaikan layanan tersebut membuat aplikasi terasa semakin mudah digunakan. Kemudahan penggunaan menjadi faktor psikologis yang lebih dominan dibandingkan kegunaan dalam mendorong nasabah untuk menggunakan aplikasi, karena pengguna cenderung memilih layanan yang praktis dan tidak merepotkan.

Hasil ini justru bertolak belakang dengan penelitian (Baikhuni, 2018), yang menemukan bahwa kualitas layanan, kualitas sistem, dan persepsi kemudahan penggunaan semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-filing, dan kemudahan penggunaan memediasi hubungan tersebut dengan cara yang konsisten. Dengan demikian, studi ini menunjukkan dinamika berbeda, di mana pada konteks BSI Mobile, kemudahan penggunaan menjadi mediator yang sangat kuat dalam membangun minat pengguna terhadap aplikasi

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile Melalui Perceived Usefulness dan Percived Ease of Use di Kabupaten Bekasi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Perceived Usefulness pengguna BSI Mobile di Kabupaten Bekasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS 3.0, Service Quality memiliki pengaruh signifikan terhadap Perceived Usefulness, Hasil ini menunjukkan bahwa Service Quality terhadap Perceived Usefulness memiliki dampak besar terhadap minat menggunakan BSI Mobile. Dan juga ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, seperti keamanan sistem, keandalan fitur, kemudahan akses, dan responsivitas aplikasi, maka semakin besar pula persepsi pengguna terhadap kegunaan BSI Mobile. Hasil ini memperkuat teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa kualitas sistem atau layanan dapat meningkatkan persepsi kegunaan, yang pada akhirnya mendorong minat penggunaan teknologi tersebut.

2. Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Perceived Ease of Use pengguna BSI Mobile di Kabupaten Bekasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS 3.0, Service Quality memiliki pengaruh signifikan terhadap Perceived Ease Of Use, Mengindikasikan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, seperti keandalan sistem, keamanan informasi, kecepatan respon, dan kenyamanan penggunaan, maka semakin tinggi pula persepsi kemudahan dalam menggunakan BSI Mobile. Hasil ini memperkuat konsep Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kualitas sistem berkontribusi dalam membentuk persepsi kemudahan penggunaan, yang pada akhirnya memengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi teknologi.
3. Service Quality Melalui Perceived Usefulness memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Intention to Use. Hasil ini menunjukkan bahwa upaya atau investasi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan Kualitas Layanan pada BSI Mobile belum berhasil meyakinkan nasabah bahwa aplikasi tersebut benar-benar berguna secara substantif (Perceived Usefulness) sebagai alasan utama untuk Minat Menggunakan mereka. Agar Minat Menggunakan BSI Mobile meningkat, manajemen perlu memastikan bahwa peningkatan Service Quality mereka tidak hanya dirasakan di tingkat layanan, tetapi juga harus secara eksplisit meningkatkan nilai praktis (kegunaan) yang dirasakan nasabah di dalam aplikasi.
4. Service Quality Melalui Perceived Ease of Use memiliki pengaruh signifikan terhadap Intention to Use. Hasil ini menunjukkan Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan, dengan pengaruh tersebut dimediasi melalui Persepsi Kemudahan. hasil ini menyoroti bahwa kemudahan adalah pendorong psikologis yang lebih kuat daripada sekadar manfaat atau kegunaan dalam membentuk niat nasabah BSI untuk menggunakan aplikasi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, M., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 3(2).

- Ardianto, P. (2023). *Kuartal I 2023, Pengguna BSI Mobile Tembus 5, 18 Juta*. Beritasatu. Com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/1040746/kuartal-i-2023>
- Azarine, A. M. (2023). *Bank BSI Pasca Serangan Siber: Mengungkap Potensi Kompensasi Bagi Nasabah*. Jakarta: FK UI, Diakses.
- Azizah, N. (2024). *Dampak Hoax Terkait Isu Serangan Virus Ransomware Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Penyimpanan Dana Di Bsi Kcp Barru*. IAIN Parepare.
- Baikhuni, J. E. (2018). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas sistem terhadap minat penggunaan e-filing dengan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel intervening*.
- BSI. (2023). *Gandeng FEB UI Perkuat Literasi Keuangan Syariah, BSI Targetkan 20 Juta Nasabah Tahun Ini*. Bankbsi. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/gandeng-feb-ui-perkuat-literasi-keuangan-syariah-bsi-targetkan-20-juta-nasabah-tahun-ini>
- Febrian, R., Firdania, D., Zalyanti, S., Rahmasari, A., & Oktafia, R. (2024). Peran Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (MUI). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 110–120.
- Garbo, A. G., & Latifah, H. R. (2024). Optimasi pelayanan nasabah Bank Syariah Indonesia melalui penggunaan kecerdasan buatan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2).
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*.
- Kini, A. N., Savitha, B., & Hawaldar, I. T. (2024). Brand loyalty in FinTech services: The role of self-concept, customer engagement behavior and self-brand connection. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100240.
- MT, M. A. P., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1).
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, M., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 3(2).
- Ardianto, P. (2023). *Kuartal I 2023, Pengguna BSI Mobile Tembus 5, 18 Juta*. Beritasatu. Com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/1040746/kuartal-i-2023>

- Azarine, A. M. (2023). *Bank BSI Pasca Serangan Siber: Mengungkap Potensi Kompensasi Bagi Nasabah*. Jakarta: FK UI, Diakses.
- Azizah, N. (2024). *Dampak Hoax Terkait Isu Serangan Virus Ransomware Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Penyimpanan Dana Di Bsi Kcp Barru*. IAIN Parepare.
- Baikhuni, J. E. (2018). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas sistem terhadap minat penggunaan e-filing dengan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel intervening*.
- BSI. (2023). *Gandeng FEB UI Perkuat Literasi Keuangan Syariah, BSI Targetkan 20 Juta Nasabah Tahun Ini*. Bankbsi. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/gandeng-feb-ui-perkuat-literasi-keuangan-syariah-bsi-targetkan-20-juta-nasabah-tahun-ini>
- Febrian, R., Firdania, D., Zalyanti, S., Rahmasari, A., & Oktafia, R. (2024). Peran Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (MUI). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 110–120.
- Garbo, A. G., & Latifah, H. R. (2024). Optimasi pelayanan nasabah Bank Syariah Indonesia melalui penggunaan kecerdasan buatan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2).
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*.
- Kini, A. N., Savitha, B., & Hawaldar, I. T. (2024). Brand loyalty in FinTech services: The role of self-concept, customer engagement behavior and self-brand connection. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100240.
- MT, M. A. P., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1).
- Salsabila, K. L. N., Handayani, J., & Kusuma, S. Y. (2024). Pengaruh Customer relationship management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 83–108.
- Sri Kurnialis, Zahrotul Uliya, Fitriani, Miftahul Aulasiska, & Muhammad Syahrul Nizam. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Muslim. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 109–119. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol15\(2\).9688](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol15(2).9688)