

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA BSI DIGITAL BANKING (M-BANKING)  
(Studi pada Nasabah BSI Cabang Lhokseumawe)**

**Sinta Wulandari<sup>1</sup>**

sinta.210260046@mhs.unimal.ac.id

<sup>1</sup>Universitas Malikussaleh

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of ease of use and service features on user satisfaction of the BSI Digital Banking (M-Banking) application among customers of BSI Branch in Lhokseumawe City. The background of this research is based on the development of digital technology in the banking sector which demands fast, efficient, and user-friendly services. The research method used is a quantitative approach with a descriptive research type. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 70 respondents who are active users of BSI M-Banking. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the influence of independent variables, namely ease of use and service features, on the dependent variable, user satisfaction. The results showed that both ease of use and service features have a positive and significant effect on user satisfaction. This means that the easier the application is to use and the more complete the features offered, the higher the level of user satisfaction with BSI M-Banking. This research is expected to provide valuable input for BSI in developing digital-based service innovations. The conclusion of this study highlights that ease of use and service features are critical factors in enhancing satisfaction among BSI M-Banking users. As a recommendation, BSI should continue to improve the technical reliability of the application, expand service features aligned with user needs, and ensure the platform remains accessible and easy to use for all segments. These steps will help boost user loyalty and strengthen competitiveness in the digital era.*

**Keywords:** *Ease Of Use, Service Features, User Satisfaction.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap kepuasan pengguna BSI Digital Banking (M-Banking) pada Nasabah BSI Cabang Lhokseumawe. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perkembangan teknologi digital dalam sektor perbankan yang menuntut layanan yang cepat, efisien, dan mudah digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 70 responden yang merupakan pengguna aktif BSI M-Banking. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap variabel dependen yaitu

kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kemudahan penggunaan maupun fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Artinya, semakin mudah aplikasi digunakan dan semakin lengkap fitur yang disediakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap BSI Banking. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi BSI dalam mengembangkan inovasi layanan berbasis digital. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut (kemudahan penggunaan dan fitur layanan) merupakan aspek penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna BSI M-Banking. Saran yang diberikan kepada pihak BSI adalah agar terus meningkatkan keandalan teknis aplikasi, memperluas fitur layanan yang relevan dengan kebutuhan nasabah, serta memastikan aplikasi mudah diakses dan digunakan oleh semua segmen pengguna. Dengan demikian, BSI dapat meningkatkan loyalitas nasabah serta bersaing secara efektif di era digital.

**Kata Kunci:** Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Kepuasan Pengguna.

---

## PENDAHULUAN

Era digital saat ini, mengharuskan masyarakat untuk lebih cerdas dalam memanfaatkan kemudahan dan keefektifan dalam berinteraksi antara satu sama lain. Berbagai inovasi digital pada berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat lebih mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih. Berkembangnya bisnis *financial technology* (*fintech*) juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan startup yang bergerak di sektor keuangan digital. Salah satunya adalah uang digital elektronik (*e-money*). Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan seseorang untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai. *Mobile Banking* merupakan layanan inovatif dalam industri perbankan yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk

memenuhi kebutuhan pengguna dan memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Saat ini, hampir semua bank, baik bank konvensional maupun bank syariah mempunyai layanan *Mobile Banking*. *Mbanking* adalah layanan yang diberikan oleh bank untuk pengguna dengan menggunakan *smartphone*. Layanan *MBanking* tersedia melalui aplikasi. *MBanking* bukan hanya memudahkan

Transaksi pengguna tetapi juga membantu mengfisienkan layanan perbankan. Pertumbuhan *M-Banking* yang didorong oleh perkembangan teknologi, media sosial dan gaya hidup masyarakat akan memberikan peluang bagi suatu industri perbankan untuk menghasilkan pendapatan dari penghasilan kena pajak, mengurangi biaya transaksi, mengembangkan bisnis,

dan bisa meningkatkan kepercayaan pengguna

Bank syariah terbesar Indonesia, PT. Bank Syariah Indonesia sudah beroperasi sejak 1 februari 2021. BSI adalah hasil merger atau penggabungan tiga Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yakni Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Bank Syariah Indonesia memiliki aset sebesar Rp245,7 triliun. Sedangkan modal intinya Rp20,4 triliun. Dengan jumlah tersebut, bank syariah ini akan langsung masuk top 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Tepatnya di urutan ke-7. Selanjutnya ditahun 2025, targetnya menjadi pemain global. Target tembus 10 besar bank syariah dunia dari sisi kapitalisasi pasar. sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, turut merespons perkembangan tersebut dengan menghadirkan BSI Mobile Banking, yaitu aplikasi layanan perbankan berbasis syariah yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam mengakses berbagai layanan keuangan secara digital. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur, seperti informasi saldo, transfer antar rekening, pembayaran tagihan, top up e-wallet, hingga layanan sosial seperti zakat, infak, dan wakaf. Kehadiran fitur-fitur ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan. Meskipun demikian, keberhasilan penerapan mobile banking tidak sematamata ditentukan oleh

kecanggihan teknologi yang digunakan, melainkan juga bergantung pada persepsi serta pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi tersebut. Salah satu aspek penting yang memengaruhi adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sejauh mana seseorang tersebut percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut, maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika pengguna merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka pengguna tersebut akan menggunakannya. Jika pengguna merasa bahwa sistem tersebut sulit untuk digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto dalam karangan Sugiyanto 2007).

Layanan menurut Sunyonto (2012) merupakan layanan berpusat pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan dengan layanan yang diberikan dengan layanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen

adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja aktual layanan dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja layanan melebihi harapan, maka pengguna akan merasa sangat puas. Sebaliknya, jika kinerjanya tidak sesuai harapan, maka akan timbul rasa kecewa. Oleh karena itu, penyedia layanan perbankan digital perlu memastikan bahwa aplikasi mobile banking yang mereka hadirkan mudah digunakan serta dilengkapi dengan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

#### METODE PENELITIAN

U penelitian menggunakan pedekatan dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner . penelitian ini dilakukan di BSI

Cabang Lhokseumawe . Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna yang menggunakan BSI Digital Banking

(M-Banking) yang berada di Lhokseumawe. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni Purposive Sampling. Peneliti mengambil sampel sebanyak 70 orang. Variabel yang digunakan yaitu : (1) Kemudahan penggunaan (X1).(2) Fitur Layanan (X2),(3) Kepuasan Penggunaan (Y). Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk melihat pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji validitas, reabilitas, dan uji asumsi klasik juga dilakukan.

#### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data yang dikumpulkan dari responden pada tanggal 2 mei sampai 10 mei di BSI Cabang Lhokseumawe yang beralamat di di JL. Merdeka No.24-25, Desa Simpang Empat, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh 24351. Peneliti meyebarkan angket sebanyak 70 responden yang menggunakan BSI Digital Banking (M-Banking). Dari hasil angket yang telah disebar dapat diperoleh hasil sesuai dengan sampel yang telah ditentukan.

##### 1. Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan angket yang telah disebar.

**Tabel 1 berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan.**

No	<u>Karakteristik Responden</u>	<u>Frekuensi</u>	<u>Persentasi</u>
1	<u>Jenis Kelamin</u>		
	• Laki -Laki	25	35,7
	• Perempuan	45	64,3
2	<u>Usia</u>		
	• 17-30	45	64,3
	• 31-45	22	31,4
	• 45-60	3	4,3
3	<u>Tingkat Pendidikan</u>		
	• Lain-Lain	29	41,1
	• S1	20	28,6
	• SMA	21	30,0

4.	<u>Pekerjaan</u>		
	• <u>Karyawan Swasta</u>	6	8,6
	• <u>Lain-Lain</u>	13	18,6
	• <u>Mahasiswa/ Pelajar</u>	31	44,3
	• <u>Pedagang</u>	10	14,3
	• <u>Pegawai Negeri</u>	5	7,1
	• <u>Petani/Nelayan</u>	2	2,9
	• <u>Wiraswasta</u>	3	4,3

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa total responden berjenis kelamin perempuan lebih besar dari pada Laki-Laki. Dimana, dari 70 sampel yang menjawab pertanyaan peneliti adalah responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini disebabkan karena pemakai *Mobile Banking* lebih banyak perempuan dari pada laki-laki. Dimana perempuan cenderung lebih responsif terhadap penawaran seperti cashback, diskon, atau promo belanja yang sering terhubung dengan aplikasi *M-Banking*, ini membuat mereka lebih aktif dalam menggunakan *M-Banking*.

Hasil dari tabel diatas juga menunjukkan bahwa pengguna *Mobile Banking* kebanyakan usia 17-30 tahun, hal ini disebabkan karena kaum muda di KotaKota besar lebih sering menggunakan layanan secara online. usia 17-30 banyak yang sedang bekerja, kuliah, atau menjalankan bisnis kecil. Mereka sudah mulai mengelola keuangan sendiri dan *Mobile Banking* menjadi salah satu alat untuk melakukan transaksi, menabung, atau mencatat pengeluaran.

Dari tabel frekuensi kuesioner di atas rata-rata yang menjadi pengguna *Mobile Banking* adalah Mahasiswa/Pelajar, dimana Mahasiswa/Pelajar termasuk generasi digital ( milenial muda) yang sudah terbiasa menggunakan smartphone dan aplikasi. Mereka lebih cepat mengadopsi teknologi seperti *M-Banking* karena sudah akrab dengan internet sejak dini.

## 2. Hasil Uji Instrumen Data

### a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji SPSS 2007 dapat diketahui bahwa semua variabel valid, baik itu kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kepuasan pengguna. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan memiliki nilai dibawah 10% serta  $R_{hitung}$  lebih besar dari  $R_{tabel}$  atau  $R_{hitung}$  diatas 0,198. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dinyatakan valid.

### b. Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil uji SPSS 2007 variabel Kemudahan Penggunaan (X1), Fitur Layanan (X2), dan Kepuasan Penggunaan (Y1). Bahwa nilai *Cronbach's Alpha* diketahui lebih tinggi untuk setiap variabel dari nilai Batasan yang digunakan yaitu 0,6. Maka item dari masing-masing variabel Kemudahan Penggunaan (X1) Fitur Layanan (X2) dan Kepuasan Penggunaan (Y1) sudah reliabel.

## 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Normalitas

Berdasarkan hasil uji SPSS 2007 menggunakan uji one sample

Kolmogorov Smirnov pada tabel 4.7 di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai asymp.sig yang diperoleh sebesar 0,77 atau lebih besar dari tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05 ( $0,77 > 0,05$ ). Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

b. Multikoleniaritas

Berdasarkan hasil uji SPSS 2007 dengan VIF (*Variance Inflation Factor*) bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepuasan Penggunaan memiliki nilai tolerance 10 dan bisa kita lihat dari nilai VIF dibawah 10, jadi dapat kita simpulkan bahwa pengujian ini tidak terjadi multikoleniaritas.

c. Heterokedasitas

Berdasarkan hasil uji SPSS 2007 menggunakan uji scatter plot menunjukkan bahwa tidak terjadinya heterokedasitas. Hal ini berdasarkan gambar grafik berada pada dimana titik-titik yang ada dalam grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas.

#### 4. Hasil pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Dari hasil olah data yang dilakukan menggunakan SPSS yang juga digunakan untuk melihat  $t_{tabel}$  diperoleh dari degree of freedom (df) untuk uji parsial pada sampel  $(11+3) \times 5 = 70$  untuk nilai t pada signifikansi 0,05. Maka nilai  $t_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 1,66792 adapun hasil uji parsial adalah : Nilai  $t_{hitung}$  dari kemudahan

penggunaan sebesar 2,053 dengan nilai signifikan 0,044, sementara  $t_{tabel}$  pada signifikan 0,05 diperoleh nilai sebesar 1,66792 artinya  $t_{hitung} > t_{(tabel)}$  ( $2,053 > 1,66792$ ). Maka artinya kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan BSI Mobile Banking. Nilai  $t_{hitung}$  dari fitur layanan sebesar 3,321 dengan signifikan 0,001, sementara  $t_{tabel}$  pada signifikan 0,05 diperoleh nilai sebesar 1,66792 artinya  $t_{hitung} > t_{(tabel)}$  ( $3,321 > 1,66792$ ). Maka artinya fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan BSI Mobile Banking.

b. Uji Simultan (uji F)

Berdasarkan data tabel yang diolah menggunakan SPSS 2007 di peroleh  $f_{hitung}$  sebesar 37,982 dan sig 0,000  $f_{(tabel)}$  untuk pada taraf  $\alpha = 0,05$  dimana  $f_{(tabel)}$  dimana  $df_1 = (k-1)$  dan  $df_2 = (n-k)$ , maka nilai  $f_{(tabel)}$   $df_1 = 3-1=2$  dan nilai  $df_2 = n-k = 70-3=67$  dimana nilai k adalah jumlah variabel dalam penelitian yaitu kemudahan penggunaan, fitur layanan serta kepuasan pengguna dan nilai n adalah besaran sampel yang digunakan dalam penelitian terhadap kepuasan pengguna BSI Mobile Banking. Maka  $f_{(tabel)} = 3,13$  yang diperoleh dari degree of freedom (df). Hal ini berarti  $f_{hitung} > f_{(tabel)}$  ( $37,982 > 3,13$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka hipotesis dapat diterima.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan fitur layanan secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap

kepuasan pengguna, sehingga variabel kemudahan penggunaan dan fitur layanan dapat menggambarkan variabel kepuasan pengguna.

## PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan realibel ( $\alpha > 0,6$ ). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan fitur layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (nilai sig  $< 0,05$ ).

$$\text{Persamaan regresi : } Y = 3,476 + 0,326X_1 + 0,524X_2 + e$$

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam kemudahan penggunaan dan fitur layanan akan meningkatkan kepuasan pengguna. fitur seperti zakat, top-up e-wallet, dan kemudahan navigasi menjadi tingkat kepuasan nasabah.

### **Pengaruh kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap kepuasan pengguna BSI Mobile Banking**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 70 responden pengguna BSI Mobile Banking di Kota Lhokseumawe, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini memperkuat berbagai teori dan studi terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kualitas fitur merupakan faktor utama dalam membentuk pengalaman positif pengguna terhadap layanan digital. Dalam konteks kemudahan penggunaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa aplikasi BSI Mobile relatif mudah untuk dioperasikan, dipahami, dan dipelajari. Hal ini sejalan dengan pendapat

Davis (1989), yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem, maka semakin besar pula kemungkinan sistem tersebut diterima oleh pengguna. Dari sudut pandang penulis, kemudahan ini menjadi faktor strategis dalam menarik minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah digital, terutama di daerah-daerah yang belum sepenuhnya terdigitalisasi. Namun demikian, tidak semua pengguna memiliki persepsi yang seragam. Melalui pengamatan penulis selama penyebaran kuesioner dan wawancara informal, ditemukan bahwa pengguna yang lebih berpengalaman dengan teknologi digital cenderung memberikan skor tinggi terhadap indikator kemudahan, sedangkan pengguna yang berusia lebih lanjut atau baru pertama kali menggunakan m-banking merasa masih ada kompleksitas dalam navigasi aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya edukasi dan sosialisasi yang lebih luas dari pihak BSI untuk memastikan bahwa kemudahan yang dirancang benar-benar inklusif bagi seluruh segmen pengguna. Di sisi lain, fitur layanan juga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Aplikasi BSI Mobile menawarkan fitur-fitur yang cukup lengkap, mulai dari layanan transfer, pembayaran, top up ewallet, hingga layanan sosial seperti zakat dan wakaf. Penulis melihat bahwa fitur-fitur ini bukan hanya memudahkan aktivitas finansial, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah yang menjadi keunggulan kompetitif BSI dibandingkan aplikasi m-banking lainnya. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2012), yang menyatakan bahwa fitur produk dapat menjadi sarana diferensiasi yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas

pelanggan. Akan tetapi, berdasarkan temuan lapangan, penulis juga mencatat bahwa sebagian responden mengeluhkan kendala teknis seperti keterlambatan notifikasi SMS, tampilan aplikasi yang monoton, serta kesulitan saat proses reaktivasi akun setelah mengganti nomor ponsel. Dari sudut pandang penulis, hal ini menjadi indikasi bahwa walaupun fitur secara kuantitatif tersedia, secara kualitatif masih diperlukan perbaikan dari sisi pengalaman pengguna (*user experience*). Dalam hal ini, penulis menyarankan agar BSI tidak hanya fokus menambah jumlah fitur, tetapi juga meningkatkan kualitas aksesibilitas dan performa teknis aplikasi. Lebih lanjut, penulis memandang bahwa kepuasan pengguna digital banking tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti kemudahan dan fitur, tetapi juga aspek emosional dan nilai. Sebagai bank syariah, BSI memiliki peluang besar untuk menumbuhkan loyalitas berbasis kepercayaan dan nilai-nilai religius. Oleh karena itu, integrasi antara teknologi, pelayanan prima, dan prinsip-prinsip syariah harus terus diperkuat agar dapat membangun pengalaman yang utuh dan memuaskan

## SIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap kepuasan pengguna BSI Digital Banking, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan

digital sangat menentukan tingkat kepuasan nasabah.

### Saran

BSI perlu meningkatkan kualitas antarmuka agar lebih mudah diakses, perlu penambahan fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan nasabah, edukasi mengenai penggunaa fitur BSI Mobile harus terus dilakukan dan tanggapan cepat terhadap keluhan teknis perlu ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta : Penerbit Andi