



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v11i4.32918>
Volume 11, No. 4, 2026 (1912 - 1953)

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI Z DALAM MENGUNAKAN LAYANAN DIGITAL PT BANKING BANK SYARIAH INDONESIA

Syifa Khoerunnisa, Hasna Tsamratul Fuadah, Widiya Ayatul Husna, Intan
Nurbaeti, Najihan Audia Munadi, Sri Suharti
Universitas Islam Nusantara
syifakhoerunnisa.1807@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital banking pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan data primer dari kuesioner, dengan populasi generasi Z di area Bandung Timur. Hasilnya menunjukkan sebagian responden memilih BSI karena memudahkan transaksi dan sesuai nilai-nilai syariah yang bebas riba, namun sebagian lainnya memilih layanan lain karena fitur lebih lengkap, transfer gratis, dan biaya administrasi lebih rendah. Faktor utama minat Generasi Z menggunakan BSI adalah: 1. Kemudahan penggunaan 2. Keamanan 3. Fitur layanan 4. Persepsi manfaat 5. Literasi keuangan 6. Kepercayaan. Mengetahui minat Gen Z terhadap BSI menjadi acuan penting bagi bank dalam merancang strategi digital yang efektif. Oleh karena itu, BSI harus terus meningkatkan kualitas layanan digital, inovasi fitur, dan edukasi prinsip syariah untuk menarik Generasi Z.

Kata kunci: *Bank Syariah Indonesia, Generasi Z, Keinginan untuk menggunakan, Perbankan digital, Prinsip syariah.*

Abstract

This study evaluates factors influencing Generation Z's interest in using digital banking services at PT Bank Syariah Indonesia (BSI), using a descriptive quantitative approach with questionnaire data from Generation Z in East Bandung. Results show some respondents chose BSI for its ease of transactions and sharia compliance, while others preferred competitors for more complete features, free transfers, and lower fees. The six main factors driving Generation Z's interest in BSI are: 1. Ease of use 2. Security 3. Service features 4. Perceived benefits 5. Financial literacy 6. Trust. Understanding Gen Z' interest in BSI is an important reference for the bank in designing effective digital strategies. Therefore, BSI must continuously improve its digital service quality, feature innovation, and sharia education to attract Gen Z.

Keywords: *Bank Syariah Indonesia, digital banking, Generation Z, Islamic principles, Usage intention*

Pendahuluan

Di era globalisasi, pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memicu transformasi fundamental pada berbagai sektor bisnis, termasuk industri perbankan nasional. Layanan digital banking hadir sebagai manifestasi utama inovasi keuangan kontemporer yang merevolusi cara nasabah berinteraksi dengan lembaga keuangan tanpa dibatasi oleh sekat ruang dan waktu kantor fisik bank (Putri et al., 2023). Institusi perbankan syariah di Indonesia merespons pergeseran digital secara agresif guna mempertahankan relevansi industri, salah satunya melalui langkah strategis PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) dalam mengoptimalkan performa platform BSI Mobile (Septiawan et al., 2026). Implementasi integrasi teknologi digital pada perbankan syariah ini menjadi momentum krusial mengingat Indonesia memiliki basis populasi Muslim terbesar di dunia yang membutuhkan efisiensi sekaligus kepatuhan terhadap koridor hukum ekonomi Islam.

Pergeseran demografi pasar menempatkan Generasi Z (Gen Z) sebagai motor penggerak utama tren adopsi teknologi finansial masa kini. Lahir sebagai kelompok digital native, generasi ini memiliki karakteristik unik yang sangat melekat pada kecepatan, kepraktisan, serta interaksi mandiri melalui perangkat gawai pintar mereka (Khafifa & Aminy, 2025). Minat Gen Z dalam menggunakan layanan digital banking syariah tidak tumbuh secara instan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor pendorong yang membentuk preferensi mereka dalam bertransaksi (Lestari, 2023). Memahami faktor-faktor yang menarik minat beli dan pakai konsumen muda ini menjadi penting bagi keberlanjutan industri perbankan agar dapat menyajikan platform keuangan digital yang selaras dengan gaya hidup modern mereka (Septiawan et al., 2026).

Faktor penentu utama yang memengaruhi adopsi teknologi perbankan digital didasarkan pada kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dalam mempermudah aktivitas harian pengguna (Khafifa & Aminy, 2025). Di samping kemudahan fungsional, faktor keamanan data pribadi dan proteksi akun berlapis menggunakan sistem PIN maupun *One-Time Password* (OTP) menjadi pilar utama pembentuk rasa percaya (trust) Gen Z di tengah maraknya ancaman kejahatan siber (Ramadhan & Nafiah, 2024). Pengaruh lingkungan sosial (*social influence*) dari keluarga dan kerabat serta intensitas promosi digital yang interaktif di media sosial juga terbukti mempercepat keputusan mereka untuk mengadopsi platform perbankan (Hidayat & Utami, 2023). Di sisi lain, sebagai bagian dari perbankan Islam, keunggulan komparatif berupa dimensi



religiusitas, pemahaman literasi keuangan syariah, dan komitmen sistem bebas riba (*sharia compliance*) memberikan daya tarik spiritualitas kuat bagi Gen Z yang mencari ketenangan batin dalam mengelola finansial mereka (Elsyarif, 2024).

Berdasarkan latar belakang fenomena yang dipaparkan, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengevaluasi dan menganalisis secara empiris faktor-faktor yang memengaruhi minat Gen Z dalam menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (BSI) (Fadila & Setiawan, 2024). Variabel penentu utama yang diuji difokuskan pada jaminan keamanan data transaksi, kesesuaian fitur layanan, pengaruh lingkungan sosial, keandalan sistem aplikasi, dan variabel prinsip kepatuhan syariah (Khafifa & Aminy, 2025). Hasil akhir dari kajian riset ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis teoretis bagi pengembangan literatur perilaku konsumen Muslim digital native (Lestari, 2023). Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan evaluasi strategis bagi pihak manajemen BSI dalam mengoptimalkan performa fitur aplikasi, memperkuat sistem keamanan transaksi digital, serta memformulasikan pendekatan edukasi syariah kontemporer yang adaptif (Wardani et al., 2023).

Kajian Pustaka

2.1. Analisis Teoretis dan Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital banking menunjukkan hasil yang beragam, sehingga memicu perdebatan akademik yang menarik untuk dikaji lebih mendalam. Fenomena ini dianalisis melalui beberapa variabel kunci yang dieksplorasi dari berbagai studi empiris terdahulu.

Mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, Cupian, Valentino, dan Noven (2022) bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan bank digital syariah di Kota Bogor. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 113 responden Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Peneliti menjelaskan bahwa Generasi Z telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga aspek kemudahan bukan lagi menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan penggunaan layanan (Hisam, 2023).

Berbeda dengan hasil tersebut, (Apriza Azizi & Umam, 2025) menemukan bahwa kemudahan penggunaan justru berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Penelitian ini melibatkan 120 nasabah BSI Generasi Z di Kabupaten Pamekasan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah aplikasi dipahami dan dioperasikan, maka akan semakin tinggi pula minat pengguna untuk memanfaatkannya. Perbedaan hasil yang kontradiktif ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan masih menjadi faktor yang sangat menarik dan relevan untuk diteliti kembali.



Faktor keamanan juga merupakan elemen krusial dalam penggunaan layanan digital karena berkaitan langsung dengan perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi nasabah. (Apriza Azizi & Umam, 2025) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menggunakan BYOND by BSI. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna, maka akan semakin besar minat mereka dalam menggunakan layanan digital tersebut. Pengguna dari kalangan Generasi Z merasa lebih percaya ketika aplikasi memiliki sistem autentikasi yang kuat dan perlindungan data yang memadai. Temuan ini memperlihatkan bahwa keamanan menjadi salah satu pilar utama yang dipertimbangkan secara matang oleh Generasi Z sebelum mengadopsi layanan digital banking.

Di sisi lain, fitur layanan yang mencakup berbagai fasilitas dalam aplikasi untuk memenuhi kebutuhan transaksi secara cepat ternyata memiliki dampak berbeda. Penelitian Azizi dkk. (2025) menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan BYOND by BSI. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kelengkapan fitur belum tentu serta-merta meningkatkan minat apabila pengguna merasa fitur yang tersedia saat ini sudah cukup memenuhi kebutuhan dasar transaksi mereka. Walaupun demikian, fitur layanan tetap perlu diperhatikan karena kontribusinya dapat meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) dalam jangka panjang (Mainata, 2021).

Untuk persepsi manfaat, yang didefinisikan sebagai keyakinan bahwa teknologi dapat meningkatkan efektivitas aktivitas, Cupian dkk. (2022) menemukan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z menggunakan bank digital syariah. Hal ini disebabkan karena manfaat penggunaan bank digital telah dianggap sebagai sesuatu yang lumrah dan biasa oleh Generasi Z, sehingga bukan lagi menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Sebaliknya, penelitian lain yang berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM) justru menunjukkan bahwa persepsi manfaat tetap menjadi faktor penting dalam membentuk sikap positif pengguna terhadap layanan digital banking (Muarrifah & Nur Azizah Rahma Wijaya, 2025).

Variabel kepercayaan yang mencerminkan keyakinan pengguna terhadap kemampuan penyedia layanan dalam menjaga reputasi juga memegang peran penting. Cupian dkk. (2022) menemukan bahwa *perceived credibility* atau kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menggunakan bank digital syariah. Pengguna yang menaruh kepercayaan tinggi terhadap reputasi dan integritas bank cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan digitalnya. Dengan demikian, kepercayaan dapat menjadi faktor dominan dalam membentuk niat penggunaan digital banking syariah (Fitriah & Garbo, 2024).

Literasi keuangan syariah yang berkaitan dengan kemampuan individu memahami prinsip-prinsip syariah serta produk yang ditawarkan juga turut

menentukan keputusan. Penelitian mengenai digitalisasi ekonomi syariah menunjukkan bahwa Generasi Z yang memiliki pemahaman keuangan syariah yang baik cenderung lebih mudah menerima inovasi layanan digital syariah, termasuk mobile banking BSI. Pemahaman tersebut mendorong keyakinan mendalam pada diri pengguna bahwa transaksi yang mereka lakukan sudah benar-benar sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku (Roufi et al., 2025).

Berdasarkan kompilasi hasil berbagai penelitian terdahulu di atas, terdapat beberapa faktor yang trbukti memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital banking, yaitu: kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, persepsi manfaat, literasi keuangan syariah, dan fitur layanan. Adanya ketidakselarasan hasil (*research gap*) antara penelitian Cupian dkk. (2022) dengan Azizi dkk. (2025) mempertegas urgensi dilakukannya penelitian ini untuk menguji kembali model tersebut.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Metode	Sampel	Variabel	Hasil
1.	Cupian dkk. (2022)	Kuantitatif	200 Gen Z Bogor	Kemudahan, manfaat, kepercayaan, pengaruh, sosial.	Kepercayaan dan pengaruh sosial signifikan.
2.	Azizi dkk. (2025)	Kuantitatif	120 Nasabah BSI	Kemudahan, keamanan, fitur.	Kemudahan dan keamanan signifikan.
3.	Al-Fatih Muhammad (2025)	Deskriptif	100 Mahasiswa	TAM	Penerima BYOND tergolong tinggi.
4.	Nursyahda (2025)	Kuantitatif	100 Gen Z Jabodetabek	Kemudahan, Keamanan, e-WOM	Seluruh variable signifikan.
5.	Rahmi dkk. (2025)	Kuantitatif	Gen Z Medan	Literasi Keuangan Syariah.	Berpengaruh positif.

2.2. Kerangka Berpikir Penelitian

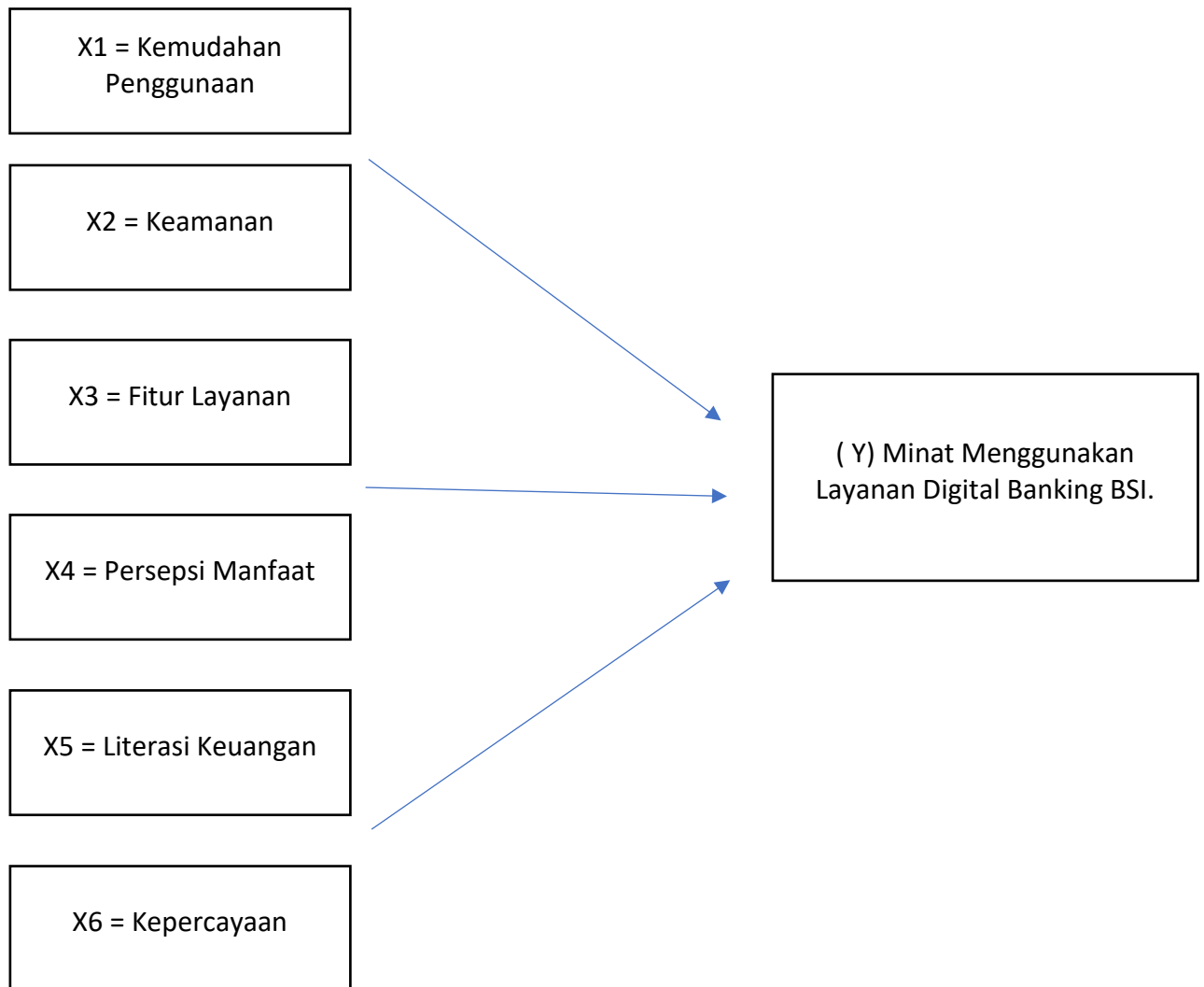
Sumber: *Diolah peneliti berdasarkan peneliti terdahulu (2026).*

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia. Faktor-faktor tersebut meliputi kemudahan penggunaan, keamanan, fitur layanan, persepsi manfaat, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan.

Perbedaan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan minat penggunaan layanan digital banking masih



perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan kerangka berpikir untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Lestari et al., 2024).



2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian jurnal terdahulu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

H2: Keamanan (X2) berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

H3: Fitur layanan (X3) berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

H4: Persepsi manfaat (X4) berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

H5: Literasi keuangan syariah (X5) berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

H6: Kepercayaan (X6) berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

H7: Kemudahan penggunaan, keamanan, fitur layanan, persepsi manfaat, literasi keuangan syariah, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan digital banking PT Bank Syariah Indonesia (Y).

Metode Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan tentang alasan mengapa generasi muda tertarik menggunakan teknologi keuangan syariah, penelitian ini menggunakan pendekatan sistematis. Pengaruh antarkonstrukt laten yang dibentuk oleh indikator empiris di lapangan dinilai secara mendalam. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menerapkan teknik analisis deskriptif eksplanatori. Data primer yang dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian digunakan sebagai sumber data utama. Data tersebut dikoleksi melalui instrumen kuesioner digital terstruktur yang didistribusikan secara online melalui platform Google Form untuk memperluas jangkauan geografis responden.

Desain Penelitian dan Sampel

Penelitian ini berfokus pada seluruh kelompok generasi muda, terutama Gen Z, yang aktif memanfaatkan teknologi internet dan memiliki akses langsung ke ekosistem perbankan digital Indonesia. Studi ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas berdasarkan tujuan penelitian. Sampel yang dipilih terdiri dari orang-orang yang aktif menggunakan aplikasi transaksi digital dan berada dalam rentang usia produktif Gen Z. Hasil penjangkauan data lapangan menunjukkan bahwa total 113 pengguna aktif memenuhi syarat validitas dan kelayakan pengisian untuk dijadikan sampel akhir.

Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian dioperasikan secara terstruktur melalui adaptasi indikator *Technology Acceptance Model* (TAM) serta atribut kepatuhan perbankan syariah yang disesuaikan dengan preferensi perilaku generasi digital. Untuk mengukur tingkat persetujuan empiris dari jawaban responden, model pengukuran kuesioner primer menggunakan instrumen skala ordinal pilihan tiga poin, yaitu "Setuju", "Netral", dan "Tidak Setuju". Variabel-variabel utama dari instrumen operasional ini dibagi menjadi dimensi ukur empiris berikut:

1. Keamanan Data dan Transaksi (X₁): menilai persepsi perlindungan responden dan tingkat kepercayaan mereka terhadap kerahasiaan identitas digital, keandalan



enkripsi, dan kenyamanan fitur pengamanan berlapis melalui kombinasi nomor PIN dan kode *One-Time Password* (OTP).

2. Kesesuaian Fitur Layanan (X_2): menilai tingkat pemenuhan kebutuhan fungsional harian pengguna adopsi digital melalui ketersediaan opsi menu transaksi yang variatif dan aplikatif.
3. Pengaruh Lingkungan Sosial (X_3): mengukur seberapa besar penggunaan digital banking oleh kelompok sosial terdekat (keluarga, rekan kerja, rekan sejawat) memengaruhi minat individu dalam mengadopsi platform.
4. Keandalan Sistem Aplikasi (X_4): menilai stabilitas teknis kinerja aplikasi mobile dalam mengurangi gangguan jaringan (*down time*), kendala sistem, atau eror saat transaksi dijalankan.
5. Prinsip Syariah dan Kepatuhan (X_5): menunjukkan keinginan spiritual dan motivasi intrinsik pelanggan untuk bertransaksi menggunakan skema yang menghasilkan hasil adil, bebas dari riba, dan sesuai hukum ekonomi Islam.
6. Minat Keberlanjutan Penggunaan (Y): mengukur keinginan, komitmen, dan rencana jangka panjang Gen Z untuk mempertahankan akun dan menggunakan platform aplikasi tersebut di masa mendatang.

Teknik Analisis Data

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengolah data kuantitatif primer dari akumulasi jawaban responden. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan fitur profil demografi responden dan menggambarkan distribusi frekuensi serta persentase pilihan jawaban pada masing-masing indikator. Untuk menghitung proporsi persentase kelompok sebaran data dari hasil tabulasi kuesioner, formulasi matematis standar yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$s = NF \times 100\%$$

Di mana s adalah besaran nilai persentase empiris dari item yang diukur, F adalah frekuensi kumulatif dari pilihan jawaban tertentu yang dipilih oleh responden, dan N adalah jumlah total sampel responden yang terlibat dalam penelitian, yaitu sebanyak 113 responden. Rangkuman utuh kisi-kisi instrumen dan adaptasi literatur rujukan dari delapan jurnal yang relevan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Fungsi instrumen kuesioner digital bank BSI

No	Variabel Penelitian	Indikator Empiris Item Pertanyaan	Sumber Adaptasi Rujukan
11	Keamanan (X_1)	Keamanan data pribadi, fitur PIN, dan kode OTP saat transaksi	Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah (2024)



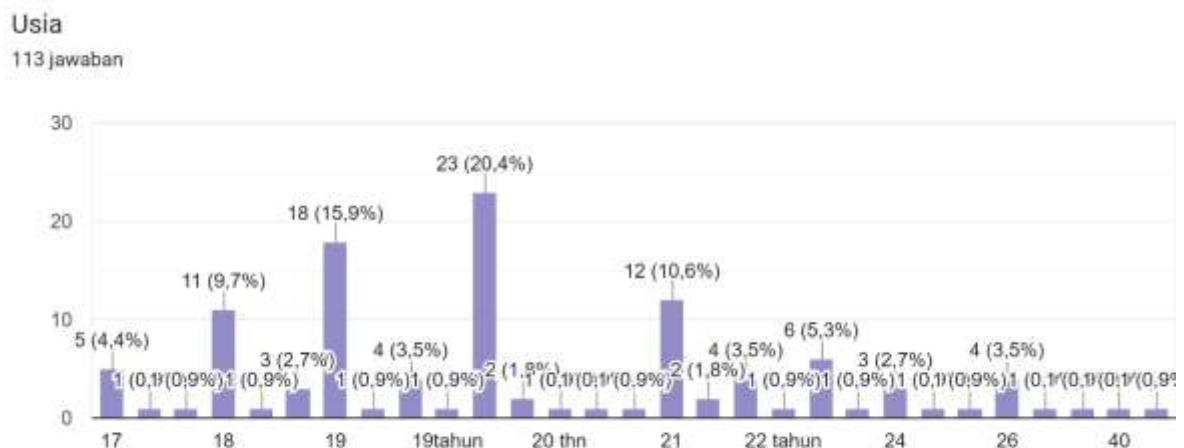
No	Variabel Penelitian	Indikator Empiris Item Pertanyaan	Sumber Adaptasi Rujukan
22	Fitur Layanan (X_2)	Kelengkapan menu transaksi finansial, kemudahan akses, dan kegunaan fitur	Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS) (2023)
33	Pengaruh Sosial (X_3)	Intensitas penggunaan dan rekomendasi digital banking oleh orang sekitar	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2023)
44	Keandalan Sistem (X_4)	Kestabilan operasional aplikasi dan frekuensi terjadinya eror jaringan	Jurnal Perbankan Syariah (JPS) (2024)
55	Prinsip Syariah (X_5)	Ketertarikan aspek regulasi bebas riba, kepatuhan, dan nilai religi	Margin: Jurnal Perbankan Syariah (2023) / Jurnal Ar-Rihlah (2024)
66	Minat Penggunaan (Y)	Rencana kontinuitas penggunaan dan loyalitas aplikasi ke depan	Jurnal Kajian Ekonomi & Perbankan (2023)

Analisis deskriptif kualitatif terhadap tanggapan responden pada pertanyaan terbuka (*open ended-questions*) digabungkan dengan pengolahan data kuantitatif sebelumnya sebagai bagian dari integrasi analisis. Untuk menghasilkan kesimpulan tentang perilaku Gen Z, metode ini digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang alasan responden memilih ekosistem keuangan syariah yang bebas riba dibandingkan perbankan konvensional, termasuk perbandingan antara biaya administrasi bulanan yang efisien, kemudahan akses tanpa batasan fisik, dan nilai ketenangan batin (*peace of mind*).

Hasil dan Pembahasan

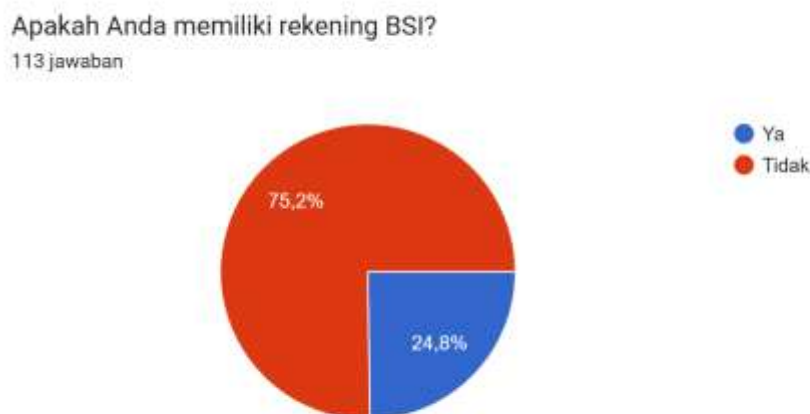
4.1. Hasil





Gambar 1. Usia responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 113 orang yang disurvei, mayoritas pengguna mobile banking berasal dari kelompok usia muda dan produktif. Responden terbanyak adalah 23 tahun (20,4%), dan yang kedua terbesar adalah 19 tahun (15,9%). Rata-rata rentang usia responden berkisar antara 17 dan 26 tahun. Menunjukkan bahwa Generasi Z yang akrab dengan kemajuan teknologi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda lebih banyak menggunakan perbankan mobile, yang cenderung lebih fleksibel terhadap perkembangan layanan perbankan digital.

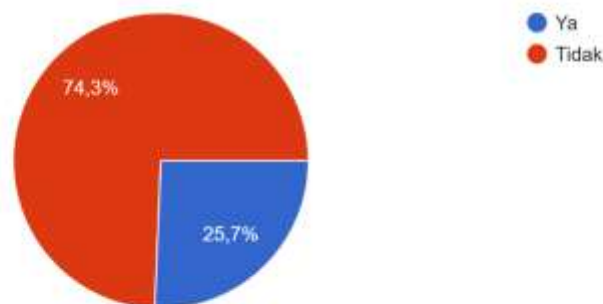


Gambar 2. Kepemilikan rekening BSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 113 responden sebagian besar orang yang menjawab tidak memiliki rekening PT Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebanyak 75,2% orang yang menjawab tidak memiliki rekening BSI, sementara hanya 24,8%

orang yang menjawab memilikinya. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan rekening BSI di kalangan Generasi Z masih rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z belum memanfaatkan layanan perbankan digital BSI, meskipun tersedia dan terus berkembang. Beberapa hal dapat menyebabkan kepemilikan rekening BSI menjadi lebih rendah. Ini termasuk penggunaan bank lain karena kebutuhan pekerjaan, dampak pada lingkungan, dan pilihan untuk layanan digital banking yang dianggap memiliki fitur lebih lengkap atau biaya administrasi yang lebih rendah. Akibatnya, BSI kurang diminati oleh Generasi Z.

Apakah Anda pernah menggunakan aplikasi BSI Mobile atau BYOND by BSI?
113 jawaban

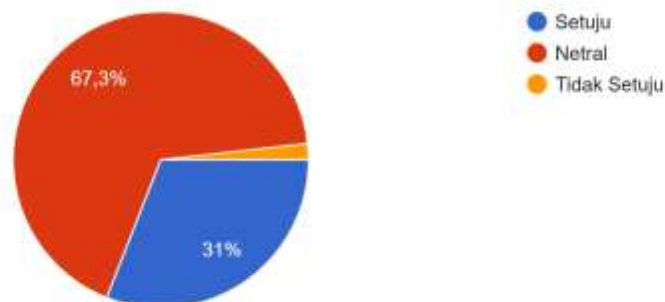


Gambar 3. Pengalaman menggunakan aplikasi BSI mobile atau BYOND by BSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 113 responden 74,3% menyatakan bahwa mereka belum pernah menggunakan aplikasi BSI Mobile dan BYOND milik BSI. Sementara itu, hanya 25,7% orang yang menjawab mereka pernah menggunakan salah satu aplikasi digital banking BSI. Temuan ini sejalan dengan fakta bahwa responden tidak memiliki banyak rekening BSI. Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z masih menggunakan sedikit layanan digital BSI. Ada sejumlah alasan untuk hal ini, seperti tidak adanya kebutuhan yang diperlukan, kurangnya pengalaman menggunakan layanan BSI, atau preferensi untuk aplikasi perbankan digital lain yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan responden.

Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan layanan digital BSI.

113 jawaban

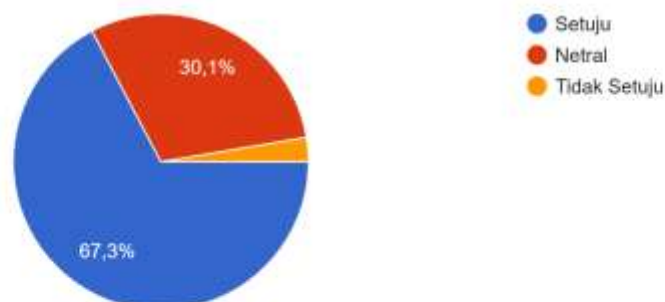


Gambar 4. Keamanan data pribadi pada layanan digital BSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 113 responden sebagian besar memilih untuk bersikap netral terhadap pernyataan yang dibuat tentang keamanan data pribadi di layanan digital banking BSI, 67,3% dari mereka menyatakan netral, dan 31% dari mereka setuju bahwa mereka percaya bahwa data pribadi mereka aman saat menggunakan layanan tersebut. Hanya sedikit orang yang mengatakan tidak setuju. Hasilnya menunjukkan bahwa kebanyakan responden belum memiliki keyakinan yang kuat tentang tingkat keamanan data pribadi digital banking BSI. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pengalaman penggunaan, ketidaktahuan tentang sistem keamanan yang digunakan, atau kurangnya pemahaman responden tentang fitur perlindungan data yang tersedia.

Fitur keamanan seperti PIN dan OTP membuat saya lebih nyaman bertransaksi.

113 jawaban



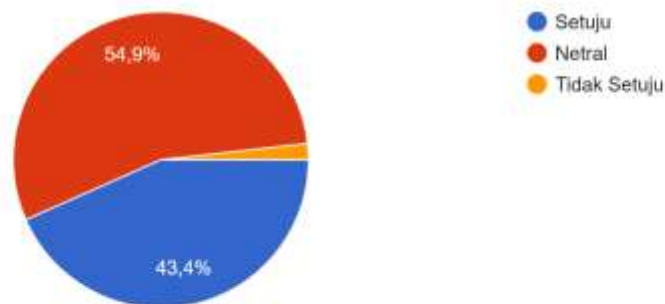
Gambar 5. Pengaruh fitur keamanan terhadap kenyamanan bertransaksi

Hasil menunjukkan bahwa dari 113 orang yang berpartisipasi dalam penelitian, sebagian besar orang menganggap fitur keamanan seperti PIN dan *One Time Password* (OTP) sangat penting saat menggunakan layanan perbankan digital.

Sebagian besar responden (67,3%) setuju bahwa memiliki PIN dan OTP membuat transaksi lebih nyaman dan aman. Hanya sedikit yang tidak setuju, dan 30,1% responden memilih jawaban netral. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur keamanan memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan rasa percaya diri pengguna dan kenyamanan mereka. Dengan sistem keamanan ini, responden percaya bahwa kemungkinan penyalahgunaan akun dapat diminimalkan, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan tenang.

Fitur-fitur yang tersedia sesuai dengan kebutuhan saya.

113 jawaban

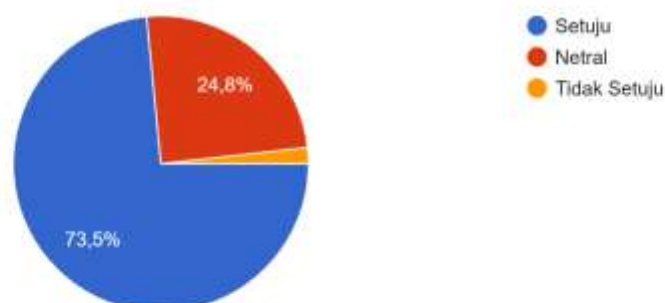


Gambar 6. Kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna

Hasil yang didapat dari 113 responden menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan netral, yaitu 54,9%, terkait kesesuaian fitur layanan digital banking BSI dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, 43,4% responden setuju bahwa fitur memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari, dan hanya sedikit yang tidak setuju. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun fitur digital banking BSI dianggap cukup memadai oleh sebagian responden, ada pengguna yang belum puas dengan fitur yang tersedia.

Banyak orang di sekitar saya menggunakan layanan digital banking.

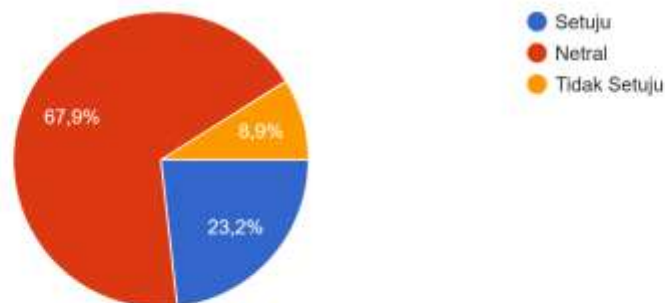
113 jawaban



Gambar 7. Penggunaan Layanan Digital Banking di Lingkungan Sekitar

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar 73,5% dari 113 orang yang menjawab setuju bahwa layanan digital banking telah digunakan secara signifikan oleh masyarakat di sekitar mereka. Sementara 24,8% dari orang yang menjawab memberikan tanggapan netral, menunjukkan bahwa mereka belum memiliki pemahaman yang jelas tentang tingkat penggunaan layanan digital banking di lingkungan mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan pengguna perbankan digital di lingkungan sosial dapat memengaruhi persepsi, penerimaan, dan minat orang dalam menggunakan layanan perbankan digital, terutama di kalangan Gen Z.

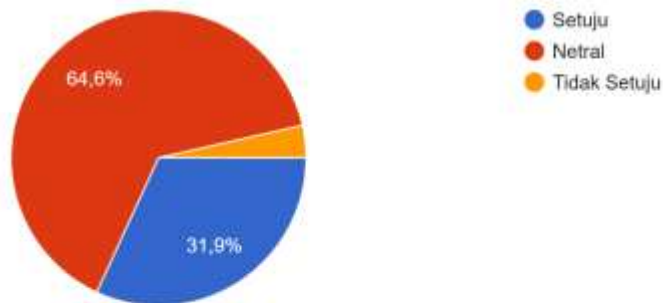
Transaksi melalui aplikasi mobile banking jarang mengalami gangguan.
112 jawaban



Gambar 8. Kestabilan Transaksi

Persepsi tentang kestabilan aplikasi perbankan digital beragam berdasarkan hasil pengolahan data dari 113 responden. Sebagian besar mayoritas responden (67,9%) memberikan jawaban netral yang artinya mayoritas responden belum memiliki penilaian jelas tentang seberapa stabil aplikasi yang mereka gunakan. Selain itu, 23,2% responden menyatakan setuju hal ini menunjukkan bahwa mereka menganggap aplikasi digital banking memiliki performa yang cukup stabil dan jarang mengalami masalah dalam transaksi. Sementara itu, 8,9% menyatakan tidak setuju, hal ini menyatakan bahwa mereka pernah mengalami masalah saat sedang melakukan transaksi. Secara keseluruhan temuan tersebut menunjukkan bahwa dalam upaya meningkatkan kualitas layanan perbankan digital, aspek kestabilan aplikasi masih menjadi perhatian untuk ke depannya.

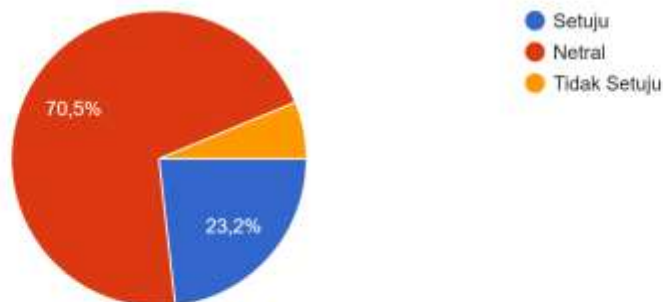
Saya tertarik menggunakan BSI karena prinsip syariahnya.
113 jawaban



Gambar 9. Ketertarikan menggunakan BSI karena prinsip syariah

Hasil analisis terhadap 113 responden menunjukkan bahwa persepsi mengenai pengaruh prinsip syariah terhadap minat penggunaan layanan digital banking Bank Syariah Indonesia (BSI) cenderung berada pada kategori netral. Sebanyak 64,6% responden memilih opsi netral, yang mengindikasikan bahwa mayoritas sampel belum menempatkan prinsip syariah sebagai faktor determinan (utama) dalam mengadopsi layanan tersebut. Meskipun demikian, temuan ini secara keseluruhan mengisyaratkan bahwa prinsip syariah tetap memiliki relevansi dalam memengaruhi minat pengguna, walaupun dampaknya belum terlihat signifikan pada kelompok responden Generasi Z.

Saya berencana terus menggunakan digital banking BSI di masa mendatang.
112 jawaban



Gambar 10. Rencana Menggunakan Digital Banking BSI di Masa Mendatang

Hasil pengolahan data terhadap 113 responden menunjukkan bahwa mayoritas memiliki sikap netral terkait intensitas untuk terus menggunakan layanan

digital banking Bank Syariah Indonesia (BSI) di masa mendatang, dengan presentase mencapai 70%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna belum memiliki komitmen pasti untuk keberlanjutan penggunaan layanan tersebut. Meskipun terdapat sebagian kecil responden yang menyatakan setuju dan sebagian lainnya tidak setuju, secara keseluruhan hasil ini menegaskan perlunya penguatan loyalitas jangka panjang. Upaya tersebut dapat diakselerasi melalui peningkatan kualitas layanan serta inovasi produk yang adaptif terhadap kebutuhan pengguna.



Gambar 11. Dampak Digital Banking Terhadap Efisiensi Transaksi

Analisis terhadap 113 responden menunjukkan adanya polarisasi pandangan yang relatif seimbang mengenai pengaruh layanan keuangan digital terhadap efisiensi transaksi. Sebanyak 52,3% responden bersikap netral atau belum menentukan sikap, yang mengindikasikan bahwa kelompok ini belum merasakan peningkatan efisiensi atau belum dapat menilai manfaatnya secara pasti. Sebaliknya, sebesar 45% responden setuju bahwa implementasi digital banking mampu meningkatkan efisiensi transaksi. Temuan ini mengonfirmasi bahwa meskipun manfaat praktis seperti kemudahan dan efisiensi waktu mulai diinternalisasi oleh sebagian pengguna, akselerasi persepsi manfaat ini belum merata di seluruh instrumen sampel. Secara umum, digital banking dinilai tetap memiliki potensi kuat dalam mempercepat proses transaksi nasabah.

4.2. Pembahasan

BSI Mobile merupakan aplikasi mobile banking milik Bank Syariah Indonesia yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan secara digital melalui smartphone, mulai dari transfer, pembayaran, hingga pembelian produk dan layanan syariah. Sebagai layanan digital perbankan syariah terbesar di Indonesia, BSI Mobile memiliki potensi pasar yang sangat besar, terutama di kalangan Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh dalam ekosistem digital (Handika & Syarofi, 2026).

Hasil survei terhadap 113 responden Generasi Z menunjukkan sebagian besar responden, yakni 75,2%, belum memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia (BSI), dan 74,3% di antaranya belum menggunakan aplikasi BSI Mobile. Temuan ini mengindikasikan bahwa hanya sekitar seperempat dari populasi responden yang telah benar-benar mengadopsi layanan digital tersebut, meskipun Generasi Z secara umum dikenal sebagai kelompok yang akrab dengan teknologi digital. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa tingkat literasi keuangan syariah secara nasional masih tergolong rendah dibandingkan dengan literasi keuangan konvensional, sehingga ikut membentuk rendahnya partisipasi generasi muda dalam menggunakan produk dan layanan keuangan berbasis syariah (Laelasari et al., 2025) (Krisnanto, 2025). Rendahnya tingkat literasi tersebut diduga menjelaskan mengapa minat untuk membuka rekening maupun mengoperasikan BSI Mobile pada kalangan muda belum optimal, karena pemahaman terhadap manfaat dan mekanisme layanan syariah menjadi salah satu prasyarat penting sebelum keputusan adopsi suatu produk keuangan terbentuk secara utuh.

Pada aspek keamanan, mayoritas responden menunjukkan persepsi yang positif, yaitu 67,3% menyatakan setuju bahwa data pribadi mereka aman ketika menggunakan BSI Mobile, dan proporsi yang sama juga menyatakan setuju bahwa fitur kode verifikasi sekali pakai (One Time Password/OTP) yang membuat lebih nyaman dalam bertransaksi. Temuan ini menjadi menarik jika dibandingkan dengan hasil penelitian pada pengguna aktif BSI Mobile di wilayah Jabodetabek, yang justru menemukan bahwa dimensi privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penggunaan, karena nasabah yang telah bertransaksi secara intensif merasa belum mendapatkan jaminan keamanan data yang memadai dari pihak bank (Fadhliyah & Putra, 2024). Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara persepsi calon pengguna dan pengalaman aktual pengguna yang telah bertransaksi secara rutin. Kepercayaan terhadap keamanan sistem cenderung tinggi pada tahap awal ketertarikan, tetapi berpotensi mengalami penurunan setelah individu menghadapi kendala teknis maupun pengalaman nyata dalam penggunaan layanan.

Pada dimensi ini, jawaban responden didominasi oleh sikap netral, yaitu sebesar 54,9% untuk kesesuaian fitur dengan kebutuhan, 68,1% untuk kestabilan aplikasi, dan 52,2% untuk efisiensi transaksi mobile banking. Dominasi sikap netral tersebut dapat dipahami mengingat sebagian besar responden belum pernah menggunakan aplikasi secara langsung, sehingga belum dapat memberikan penilaian yang tegas terhadap kinerja sistem. Pola tersebut selaras dengan temuan bahwa di antara seluruh dimensi kualitas layanan elektronik yang diuji, justru variabel efisiensi dan ketersediaan sistem terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan, sementara dimensi pemenuhan, daya tanggap, kompensasi, privasi, dan kontak tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan (Fadhliyah & Putra, 2024). Hal tersebut memperkuat indikasi bahwa penilaian terhadap efisiensi dan kestabilan sistem cenderung bersifat berbasis pengalaman langsung, bukan sekadar

persepsi awal, sehingga responden Generasi Z dalam penelitian ini lebih memilih menahan penilaian hingga benar-benar mencoba menggunakan layanan tersebut secara langsung.

Faktor lingkungan sosial terbukti cukup kuat memengaruhi ketertarikan responden, terlihat dari 73,5% responden yang menyatakan setuju bahwa lingkungan sekitar sangat memengaruhi minat mereka. Sebaliknya, ketertarikan yang didasarkan murni pada prinsip syariah relatif lebih rendah, dengan 64,6% responden bersikap netral dan hanya 31,9% yang menyatakan setuju. Pola tersebut konsisten dengan temuan pada nasabah Generasi Z di wilayah lain, yang menunjukkan bahwa variabel minat dan opini, yang merefleksikan persepsi terhadap kemudahan, keamanan, dan manfaat suatu layanan, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking, sedangkan variabel aktivitas tidak berpengaruh signifikan (Kurniadi, 2025). Temuan tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung di bank syariah pada Generasi Z (Krisnanto, 2025). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pengaruh sosial dan persepsi terhadap aspek praktis cenderung lebih dominan dibandingkan motivasi religius semata dalam membentuk ketertarikan Generasi Z terhadap layanan perbankan syariah digital.

Terkait keberlanjutan penggunaan, hanya 31,9% responden yang menyatakan setuju akan terus menggunakan BSI Mobile pada masa mendatang, sementara 64,6% memilih bersikap netral. Tingginya proporsi sikap netral tersebut menggambarkan kecenderungan responden untuk menunda komitmen penuh hingga memperoleh kepastian mengenai kualitas layanan. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa kemudahan akses dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z menjadi nasabah bank syariah, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan pada kelompok usia tersebut. Sejalan dengan itu, penelitian mengenai penambahan unit Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan kemudahan akses juga menunjukkan bahwa kemudahan akses memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan nasabah dibandingkan sekadar penambahan jumlah fasilitas (Lubis et al., 2025). Selain itu, persepsi kemudahan dan manfaat juga terbukti menjadi faktor utama yang mendorong minat Generasi Z dalam mengadopsi instrumen pembayaran digital berbasis QRIS melalui aplikasi BSI Mobile, sementara faktor pengetahuan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan (Sari et al., 2026). Beberapa temuan tersebut memperkuat argumen bahwa retensi Generasi Z terhadap BSI Mobile lebih banyak ditentukan oleh bukti nyata kenyamanan, keandalan sistem, dan kemudahan akses, dibandingkan oleh ikatan emosional maupun nilai keagamaan semata.

Temuan-temuan ini menunjukkan pola yang relatif konsisten antarstudi, yaitu Generasi Z cenderung bersikap pragmatis dalam menilai layanan keuangan digital berbasis syariah. Faktor fungsional, seperti efisiensi, ketersediaan sistem, kemudahan akses, dan kualitas pelayanan, secara berulang terbukti lebih berpengaruh terhadap

keputusan maupun kepuasan penggunaan dibandingkan faktor normatif seperti religiusitas atau ketertarikan murni terhadap prinsip syariah (Fadhliyah & Putra, 2024) (Sari et al., 2026) (Mawaddah et al., 2024) (Lubis et al., 2025). Hasil survei dalam penelitian ini memperkuat pola tersebut, yang ditunjukkan oleh tingkat penetrasi BSI Mobile pada Generasi Z yang masih relatif rendah (25,7%), persepsi keamanan yang sudah cukup positif, namun penilaian terhadap fitur, kestabilan, dan efisiensi sistem masih didominasi oleh sikap netral, serta niat retensi pada masa mendatang yang belum terbentuk secara kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi yang lebih efektif bagi Bank Syariah Indonesia dalam menjangkau segmen Generasi Z adalah dengan memperkuat aspek pengalaman pengguna secara konkret, terutama pada kestabilan sistem, kecepatan transaksi, dan kemudahan akses, dibandingkan dengan hanya mengandalkan narasi nilai-nilai syariah sebagai daya tarik utama. Implikasi ini juga menegaskan perlunya strategi edukasi literasi keuangan syariah yang lebih intensif dan berbasis digital, agar pemahaman generasi muda terhadap prinsip dan manfaat layanan syariah dapat tumbuh seiring dengan peningkatan kualitas layanan teknis (Laelasari et al., 2025).

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian terhadap 113 responden menunjukkan bahwa adopsi Gen Z terhadap layanan digital banking BSI (BSI Mobile dan BYOND) masih tergolong rendah karena sebagian besar belum memiliki rekening aktif maupun menggunakan aplikasi tersebut. Rendahnya minat ini dipengaruhi oleh tiga pilar utama, dimulai dari faktor teknis-fungsional di mana pengguna masih bersikap netral dan kritis dalam mengevaluasi stabilitas serta kelengkapan fitur aplikasi, meskipun kepercayaan terhadap keamanan data perlahan pulih pasca-insiden ransomware 2023. Selanjutnya, dari faktor sosial-persepsual, pengaruh lingkungan seperti teman dan keluarga justru menjadi pendorong utama Gen Z dalam menggunakan BSI, mengungguli motivasi berbasis nilai religius. Terakhir, faktor edukasi-literasi mengungkapkan bahwa prinsip syariah belum menjadi alasan utama memilih layanan ini akibat rendahnya literasi keuangan syariah, sehingga banyak Gen Z yang belum memahami konsep bagi hasil maupun perbedaan mendasarnya dengan bank konvensional. Kesimpulannya, rendahnya adopsi ini terjadi karena Gen Z masih berada dalam tahap evaluasi kritis terhadap keandalan sistem dan lebih digerakkan oleh pengaruh sosial ketimbang kesadaran religius.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. PT Bank Syariah Indonesia perlu meningkatkan stabilitas, kecepatan, kemudahan, dan efisiensi aplikasi BSI Mobile demi memenuhi ekspektasi Generasi Z.
2. BSI perlu mengoptimalkan pemasaran berbasis komunitas, media sosial, dan word of mouth karena lingkungan sosial sangat memengaruhi minat Generasi Z.



3. Program literasi keuangan syariah perlu diperluas lewat seminar, media sosial, dan fitur edukasi di aplikasi agar Generasi Z lebih memahami keunggulan perbankan syariah.
4. BSI perlu menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan sesuai karakter Generasi Z, seperti live chat, chatbot, dan bantuan cepat via media sosial.
5. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan analisis kuantitatif untuk menguji dan mengetahui pengaruh mendalam dari masing-masing faktor terhadap minat pengguna.
6. Penelitian ke depan perlu memperluas jumlah responden dan wilayah cakupan agar hasilnya lebih representatif dalam menggambarkan kondisi Generasi Z di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Apriza Azizi, N., & Umam, K. (2025). *Determinants of Generation Z's Interest in Using BYOND by BSI: An Empirical Study Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan BYOND by BSI: Studi Empiris*. 9(2), 2503–3077. <https://doi.org/10.21070/perisai.v9i2.1876>
- Elsyarif, D. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Desa Pulau Tengah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sungai Penuh. *Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.20414/jps.v3i1.9964>
- Fadhliyah, S., & Putra, P. (2024). Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2532–2542. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14448>
- Fitriah, Y. N., & Garbo, A. (2024). Factors influencing the decision to use BSI Mobile Banking among Gen Z and Millennials in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(2), 1143–1168. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art26>
- Handika, D., & Syarofi, A. M. (2026). *Customer Acquisition in Murabahah Financing through Integrated Direct and Digital Marketing in Islamic Microfinance*. 2.
- Hisam, M. (2023). Tinjauan Kerja Bank Syariah Indonesia (BSI). *Ekonomi Perbankan Syariah*, 02, 202.
- Khafifa, B. A., & Aminy, M. M. (2025). Published by Jurnal Perbankan Syariah Journal homepage: <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jps/index>. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(100), 146–162.
- Krisnanto, K. G. (2025). Indonesia Economic Journal. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 635–664.
- Kurniadi, S. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup Generasi Z Nasabah Bank Syariah Indonesia Muara Bungo terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking*.
- Laelasari, N., Ika, V., Uin, N., Banten, S., Friska, A., Uin, S., Ayatullah, H., Smh Banten, U., Siti, S., Uin, L., & Artikel, I. (2025). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Generasi Gen Z INFO PENULIS*. 5(3). <http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh><https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/>



ajsh

- Lestari, F., Indarta, A., Supriyanto, & Wijaya, T. (2024). Determinasi Loyalitas Generasi Z Terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah Berbasis Kecerdasan Buatan. *Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 3001–3012. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Lubis, S. Z., Nasution, J., & Jannah, N. (2025). *ANALISIS PENGARUH PENAMBAHAN ATM BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN NASABAH*. 11(1), 81–90.
- Mainata, D. (2021). Unit Usaha Syariah pada Perbankan Syariah: Tinjauan Pustaka dengan Bibliometrik. *Al-Tijary*, 7(1), 79–94. <https://doi.org/10.21093/at.v7i1.4354>
- Mawaddah, Drs.H.Ahmad Sanusi Luqman, Lc, M., & Nurmisda Ramayani, M. P. (2024). Jurnal Kajian dan Riset Mahasiswa. *Jurnal Kajian Dan Riset Mahasiswa*, 1(4), 633–641.
- Muarrifah, S., & Nur Azizah Rahma Wijaya. (2025). Implementation of Technology Acceptance Model (TAM): Case Study on Generation Z in North Purwokerto Who Uses the BSI Mobile Application. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 7(1), 77–98. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v7i1.13531>
- Roufi, A. W., Rachmadi, A., & Wardani, N. H. (2025). Faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi mobile banking byond by bsi (studi kasus: universitas islam). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(9), 1–10. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Sari, R. K., Aflah, K. N., & Kudus, U. I. N. S. (2026). *Determinasi Minat Gen Z Menggunakan QRIS pada Aplikasi BSI Mobile di Kabupaten Kudus*. 4(1), 30–42.
- Septiawan, D., Fusfita, N., & Noor, F. S. (2026). *DALAM PENGGUNAAN LAYANAN BSI MOBILE (STUDI MAHASISWA FEBI UIN STS JAMBI) THE INFLUENCE OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION IN USING BSI MOBILE SERVICES (A STUDY OF FEBI STUDENTS , UIN STS JAMBI)*. 6(1), 41–60.

