

Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, dan *Perceived Security* Terhadap *Intention Use* Aplikasi BYOND

Tanti Fitriani¹, Indah Dewi Maharany²

UIN Sunan Kudus^{1,2}

Email: fitrianitanti21@gmail.com¹, indahdewi.edu@gmail.com²

Abstract

This study aims to analyze the influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on the Intention to Use the BYOND application by Bank Syariah Indonesia, as well as to examine the mediating role of Trust among Generation Z in Jepara Regency. This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS version 3.2.9. The results indicate that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security have no effect on Intention to Use. Trust has a positive effect on Intention to Use. Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use have positive effects on Trust, whereas Perceived Security has a negative effect on Trust. Furthermore, Trust mediates the effects of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Intention to Use. Therefore, Bank Syariah Indonesia should prioritize strategies aimed at building and maintaining user trust, as Trust has been shown to directly influence Intention to Use while also mediating the effects of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Intention to Use.

Keywords: Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Perceived Security; Trust; Intention to Use.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan aplikasi BYOND dari Bank Syariah Indonesia, serta untuk menguji peran Kepercayaan sebagai variabel mediasi di kalangan Generasi Z di Kabupaten Jepara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Keamanan tidak berpengaruh terhadap Niat Penggunaan. Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat Penggunaan. Kegunaan yang Dirasakan dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan memiliki efek positif terhadap Kepercayaan, sedangkan Keamanan yang Dirasakan memiliki efek negatif terhadap Kepercayaan. Selain itu, Kepercayaan berperan sebagai mediator terhadap efek Kegunaan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, dan Keamanan yang Dirasakan terhadap Niat Penggunaan. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia perlu memfokuskan pengembangan layanan pada upaya membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna, karena kepercayaan

terbukti menjadi faktor yang secara langsung mendorong niat penggunaan sekaligus memediasi pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap *Intention to Use*.

Kata Kunci: Persepsi Kemanfaatan; Persepsi kemudahan; Persepsi Keamanan; Kepercayaan; Niat Penggunaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk sektor perbankan (Puspitasari, 2025). Melalui aplikasi mobile banking, nasabah dapat melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, pengecekan saldo rekening, serta berbagai transaksi lainnya kapan saja dan di mana saja. Kehadiran layanan ini tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan perbankan, tetapi juga mempercepat inklusi keuangan di Indonesia (Alfani et al., 2023).

Perkembangan penggunaan mobile banking terus meningkat seiring tingginya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Generasi Z, sebagai generasi yang tumbuh di era digital, memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi dan menjadi salah satu pengguna potensial layanan mobile banking (Naruetharadhol et al., 2021). Tingginya penggunaan internet pada kelompok ini menunjukkan besarnya keterlibatan Generasi Z dalam layanan digital (Badan Pusat Statistik, 2025). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam menggunakan mobile banking guna mendukung pengembangan layanan perbankan digital yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia terus mengembangkan layanan digital melalui aplikasi BYOND by BSI. Aplikasi ini menawarkan layanan perbankan yang lebih modern dan terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan finansial, sosial, dan spiritual nasabah (Ichsan et al., 2024). BYOND by BSI dirancang sebagai platform digital yang tidak hanya menyediakan layanan transaksi perbankan, tetapi juga mendukung berbagai kebutuhan finansial, sosial, dan spiritual nasabah dalam satu aplikasi (Abidin et al., 2023). Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia Tahun 2025, jumlah pengguna BYOND by BSI telah mencapai 5,9 juta pengguna, sedangkan jumlah nasabah BSI mencapai 23,1 juta nasabah (Tbk., 2025).

Meskipun perkembangan teknologi perbankan digital semakin pesat, tetapi juga oleh penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Salah satu konsep yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah *intention to use* atau niat menggunakan. *Intention to use* merupakan keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu dalam melakukan aktivitasnya (Yaseen

et al., 2022). Permasalahan *intention to use* aplikasi BYOND by BSI ditunjukkan oleh masih adanya sebagian pengguna yang belum memiliki keinginan kuat untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan karena dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, dan tingkat kepercayaan terhadap layanan digital yang diberikan (Fasya et al., 2025).

Salah satu faktor yang diyakini memengaruhi *intention to use* adalah *perceived usefulness* atau persepsi manfaat (Dwijayanti et al., 2023). *Perceived usefulness* mengacu pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas, produktivitas, dan kinerja dalam menyelesaikan aktivitas tertentu (Syahlevy et al., 2025). *Perceived ease of use* menjadi faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi. *Perceived ease of use* menggambarkan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar (Wufron et al., 2025).

Kabupaten Jepara menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji penggunaan layanan digital pada Generasi Z karena tingginya penggunaan smartphone dan internet di kalangan generasi muda. Berdasarkan tinjauan literatur, masih terdapat *research gap* terkait pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived security* terhadap *intention to use* dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada aplikasi BYOND BSI, khususnya Generasi Z di Kabupaten Jepara. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan TAM dan kontribusi praktis bagi BSI dalam meningkatkan adopsi serta kepercayaan pengguna terhadap layanan digital syariah.

KAJIAN LITERATUR

Perceived Usefulness

Perceived usefulness merupakan keyakinan bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas pengguna. Dalam konteks *mobile banking*, persepsi ini mencakup manfaat aplikasi dalam mempercepat transaksi, meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan kinerja pengguna (Davis, 1989).

Perceived Ease Of Use

Perceived ease of use merupakan keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Dalam perbankan digital, persepsi ini mencakup kemudahan dalam memahami, mempelajari, mengoperasikan, serta fleksibilitas dan kejelasan tampilan aplikasi. (Davis, 1989).

Perceived Security

Perceived security merupakan keyakinan pengguna bahwa data pribadi dan keuangan terlindungi dari akses tidak sah, penyalahgunaan, maupun ancaman siber. Dalam layanan digital, persepsi ini mencakup

keamanan informasi dan transaksi, perlindungan dari peretasan, serta jaminan integritas dan kerahasiaan data. (Flavián & Guinalíu, 2006)

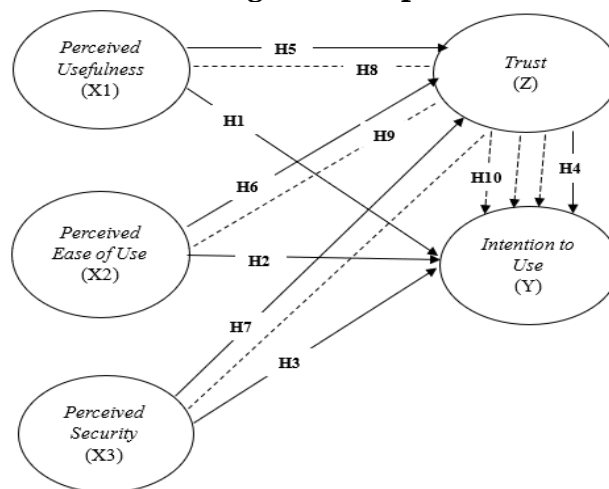
Trust

Trust (kepercayaan) merupakan keyakinan pengguna bahwa layanan digital dapat digunakan secara aman, andal, dan sesuai harapan. Dalam perbankan digital, *trust* terbentuk melalui keandalan sistem, perlindungan data, keamanan transaksi, serta konsistensi layanan. Indikatornya meliputi kepercayaan terhadap penyedia layanan, keamanan sistem, kualitas layanan, dan informasi yang diberikan. (Kim et al., 2010).

Intention To Use

Intention to use (niat menggunakan) mengacu pada keinginan atau kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem tertentu. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *intention to use* merupakan konstruk utama yang menunjukkan kemungkinan terjadinya perilaku penggunaan sistem secara aktual (Davis, 1989). Dalam perbankan digital, indikatornya meliputi niat menggunakan, menggunakan dalam aktivitas sehari-hari, dan keinginan untuk terus menggunakan layanan.

Gambar 1
Karangka Konseptual



Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin tinggi kecenderungan untuk menggunakan teknologi. Keyakinan bahwa teknologi memberikan manfaat dan mendukung aktivitas pengguna dapat meningkatkan niat penggunaannya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*

Semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan suatu teknologi. Ketika suatu teknologi dianggap mudah dipelajari dan digunakan, keraguan serta kekhawatiran pengguna akan berkurang sehingga meningkatkan niat untuk mengadopsinya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*.

Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use*

Perceived Security meningkatkan rasa aman dan kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan digital sehingga dapat meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Hipotesis yang diajukan adalah:

H3: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*.

Pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use*

Trust meningkatkan keyakinan pengguna bahwa suatu sistem bersifat andal, aman, serta mampu memenuhi harapan pengguna. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna, semakin besar pula niat mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Hipotesis yang diajukan adalah:

H4: *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Trust*

Perceived Usefulness meningkatkan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi memberikan nilai tambah serta mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan aktivitas. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin besar pula kemungkinan terbentuknya kepercayaan terhadap teknologi tersebut. Hipotesis yang diajukan adalah:

H5: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Trust*.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Trust*

Ketika suatu sistem dipersepsikan sederhana dan mudah digunakan, pengguna cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap teknologi tersebut. Kondisi ini mendorong terbentuknya kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Hipotesis yang diajukan adalah:

H6: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Trust*.

Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Trust*

Ketika suatu sistem memiliki tingkat keamanan yang baik, pengguna akan merasa lebih aman dalam memanfaatkan layanan digital, khususnya dalam melakukan transaksi keuangan. Hipotesis yang diajukan adalah:

H7: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Trust*.

Peran *Trust* dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Perceived Usefulness meningkatkan keyakinan pengguna terhadap manfaat suatu teknologi sehingga membentuk *Trust* yang pada akhirnya meningkatkan *Intention to Use*. Hipotesis yang diajukan adalah:

H8: *Trust* memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*.

Peran *Trust* dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*

Perceived Ease of Use meningkatkan *Trust* pengguna melalui pengalaman penggunaan sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan. Kepercayaan tersebut kemudian meningkatkan *Intention to Use* sehingga *Trust* berperan sebagai variabel mediasi antara *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*. Hipotesis yang diajukan adalah:

H9: *Trust* memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*.

Peran *Trust* dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use*

Perceived Security meningkatkan rasa aman pengguna sehingga membentuk *Trust* terhadap sistem yang digunakan. Kepercayaan tersebut selanjutnya meningkatkan *Intention to Use*. Hipotesis yang diajukan adalah:

H10: *Trust* memediasi pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan di Kabupaten Jepara pada tanggal 18 Mei hingga 2 Juni 2026. Data penelitian diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert 1-5 (Sugiyono, 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Jepara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria responden meliputi: (1) berusia 17-29 tahun; (2) berdomisili di Kabupaten Jepara; (3) memiliki rekening bank dan menggunakan aplikasi BYOND by Bank Syariah Indonesia; serta (4) melakukan transaksi menggunakan aplikasi tersebut minimal tiga kali dalam satu bulan. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman PLS-SEM *10 times rule*, yaitu sepuluh kali jumlah jalur struktural terbesar yang mengarah pada konstruk endogen dalam model penelitian, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 3.2.9. Evaluasi meliputi *outer*

model melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, serta *inner model* melalui *R-square* (R^2), *F-square* (F^2), *Q-square* (Q^2), koefisien jalur, dan *Goodness of Fit* (GoF). Pengujian hipotesis dilakukan dengan *bootstrapping* menggunakan kriteria *T-statistic* $> 1,96$ dan *P-value* $< 0,05$, termasuk pengujian mediasi melalui *specific indirect effect* (Prof. H. Imam Ghozali, M.Com., 2021).

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden pengguna BYOND BSI di Kabupaten Jepara. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (79%), berusia 21–24 tahun (70%), dan berpendidikan SMA/SMK (68%). Berdasarkan domisili, responden terbanyak berasal dari Kecamatan Jepara (19%) dan Batealit (18%). Sebagian besar responden telah menggunakan BYOND lebih dari satu tahun (51%) dan melakukan transaksi 3–5 kali maupun lebih dari 5 kali per bulan, masing-masing sebesar 50%.

Uji Outer Model

Convergent Validity

Convergent Validity dapat dilakukan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. Suatu variabel dikatakan valid ketika nilai *loading factor* $> 0,7$. Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator variabel penelitian.

Tabel 1
Outer Loading

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keputusan
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	X1.1	0.873	Valid
	X1.2	0.768	Valid
	X1.3	0.798	Valid
	X1.4	0.789	Valid
	X1.5	0.805	Valid
	X1.6	0.773	Valid
	X1.7	0.800	Valid
	X1.8	0.811	Valid
	X1.9	0.835	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	X2.1	0.907	Valid
	X2.2	0.836	Valid
	X2.3	0.856	Valid
	X2.4	0.889	Valid
	X2.5	0.866	Valid
<i>Perceived Security</i> (X3)	X3.1	0.940	Valid
	X3.2	0.925	Valid
	X3.3	0.892	Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keputusan
	X3.4	0.922	Valid
	X3.5	0.924	Valid
	X3.6	0.898	Valid
	X3.7	0.946	Valid
	X3.8	0.925	Valid
Intention To Use (Y)	Y.1	0.783	Valid
	Y.2	0.849	Valid
	Y.4	0.898	Valid
Trust (Z)	Z.1	0.881	Valid
	Z.2	0.831	Valid
	Z.3	0.736	Valid
	Z.4	0.881	Valid

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SmartPLS (2026)

Berdasarkan sajian data pada tabel di atas, terlihat seluruh indikator variabel telah memiliki nilai *outer loading* > 0,7 sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian dan juga analisis lebih lanjut.

Discriminant Validity

Discriminant Validity dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading*. Suatu indikator dapat dinyatakan valid ketika memiliki nilai *cross loading* indikator terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya. Berikut adalah nilai *cross loading* tiap-tiap indikator:

Tabel 2
Cross Loading

Indikator	Trust (Z)	Perceived Ease Of Use (X2)	Perceived Security (X3)	Perceived Usefulness (XI)	Intention To Use (Y)
X1.1	0.576	0.526	0.498	0.873	0.351
X1.2	0.368	0.547	0.574	0.768	0.191
X1.3	0.575	0.599	0.554	0.798	0.454
X1.4	0.436	0.551	0.488	0.789	0.272
X1.5	0.578	0.550	0.479	0.805	0.285
X1.6	0.437	0.569	0.575	0.773	0.345
X1.7	0.531	0.636	0.547	0.800	0.394
X1.8	0.381	0.494	0.483	0.811	0.128
X1.9	0.565	0.505	0.487	0.835	0.408
X2.1	0.594	0.907	0.760	0.635	0.404
X2.2	0.525	0.836	0.697	0.576	0.283
X2.3	0.698	0.856	0.690	0.590	0.588
X2.4	0.585	0.889	0.774	0.613	0.440
X2.5	0.568	0.866	0.719	0.577	0.278

Indikator	<i>Trust</i> (Z)	<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	<i>Perceived Security</i> (X3)	<i>Perceived Usefulness</i> (XI)	<i>Intention To Use</i> (Y)
X3.1	0.498	0.802	0.940	0.613	0.427
X3.2	0.317	0.758	0.925	0.583	0.226
X3.3	0.345	0.727	0.892	0.544	0.167
X3.4	0.441	0.798	0.922	0.609	0.381
X3.5	0.365	0.764	0.924	0.597	0.242
X3.6	0.302	0.725	0.898	0.524	0.142
X3.7	0.479	0.788	0.946	0.658	0.399
X3.8	0.262	0.767	0.925	0.552	0.176
Y.1	0.513	0.420	0.312	0.381	0.783
Y.2	0.673	0.465	0.315	0.390	0.849
Y.4	0.556	0.314	0.189	0.267	0.898
Z.1	0.881	0.563	0.269	0.497	0.605
Z.2	0.831	0.498	0.334	0.517	0.675
Z.3	0.736	0.654	0.489	0.583	0.513
Z.4	0.881	0.594	0.352	0.508	0.523

Sumber: Olah Data Penelitian dengan SmartPLS (2026)

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator memiliki nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk masing-masing, sehingga mampu membedakan konstruk yang diukur dari konstruk lainnya. Dengan demikian, seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Syarat memenuhi *composite reliability* adalah nilai $> 0,7$ dan *cronbach's alpha* $> 0,7$. Berikut hasil penelitian ini:

Tabel 3
Composite Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Trust</i> (Z)	0.852	0.901
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	0.921	0.940
<i>Perceived Security</i> (X3)	0.975	0.978
<i>Perceived Usefulness</i> (XI)	0.933	0.944
<i>Intention To Use</i> (Y)	0.799	0.881

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SmartPLS (2026)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $> 0,70$. Hasil tersebut menunjukkan instrumen penelitian dinyatakan konsisten dan reliabel dalam mengukur variabel yang diteliti.

Hasil Pengujian Inner Model**R-Square (R^2)**

Pengujian terhadap inner model dilakukan dengan melihat nilai *r-square* yang menunjukkan koefisien determinasi. Sejauh mana suatu konstruk mampu menjelaskan model.

Tabel 4
Nilai R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Trust (Z)	0.619	0.607
Intention To Use (Y)	0.492	0.470

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SmartPLS (2026)

Nilai Adjusted R-Square menunjukkan bahwa Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Security mampu menjelaskan 60,7% variasi Trust. Sementara itu, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust mampu menjelaskan 47,0% variasi Intention to Use. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang moderat.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antarvariabel dalam penelitian. Signifikansi hubungan antarvariabel dapat diketahui melalui nilai *t-statistic* antara variabel independen dan dependen, seperti di bawah ini.

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Z -> Y	0.769	0.770	0.107	7.217	0.000	Diterima
X2 -> Z	0.913	0.913	0.109	8.369	0.000	Diterima
X2 -> Y	-0.116	-0.114	0.139	0.830	0.407	Ditolak
X3 -> Z	-0.569	-0.572	0.108	5.257	0.000	Ditolak
X3 -> Y	0.145	0.149	0.115	1.258	0.209	Ditolak
XI -> Z	0.369	0.376	0.067	5.532	0.000	Diterima
XI -> Y	-0.088	-0.091	0.073	1.196	0.232	Ditolak

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SmartPLS (2026)

Hasil tabel 5 menunjukkan hasil bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* ($t = 1,196$; $p = 0,232$), sehingga H1

ditolak. *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* ($t = 0,830$; $p = 0,407$), sehingga H2 ditolak. *Perceived Security* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* ($t = 1,258$; $p = 0,209$), sehingga H3 ditolak. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* ($t = 7,217$; $p = 0,000$; koefisien = $0,769$), sehingga H4 diterima. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* ($t = 5,532$; $p = 0,000$; koefisien = $0,369$), sehingga H5 diterima. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* ($t = 8,369$; $p = 0,000$; koefisien = $0,913$), sehingga H6 diterima. *Perceived Security* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* ($t = 5,257$; $p = 0,000$), tetapi arahnya negatif (koefisien = $-0,569$), sehingga H7 ditolak.

Tabel 6
Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
X2 -> Z -> Y	0.703	0.703	0.133	5.279	0.000	Diterima
X3 -> Z -> Y	-0.438	-0.441	0.106	4.144	0.000	Diterima
XI -> Z -> Y	0.284	0.290	0.066	4.311	0.000	Diterima

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SmartPLS (2026)

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa *Trust* memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* ($t = 4,311$; $p = 0,000$; koefisien = $0,284$), sehingga H8 diterima. *Trust* memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* ($t = 5,279$; $p = 0,000$; koefisien = $0,703$), sehingga H9 diterima. *rust* memediasi pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use* ($t = 4,144$; $p = 0,000$), tetapi dengan arah negatif (koefisien = $-0,438$), sehingga H10 diterima.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* aplikasi BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Jepara. Meskipun aplikasi dinilai bermanfaat dalam mendukung transaksi, manfaat tersebut belum menjadi faktor utama dalam membentuk niat penggunaan. Bagi Generasi Z yang terbiasa menggunakan teknologi digital, manfaat *mobile banking* cenderung dianggap sebagai fungsi dasar layanan digital (Priporas et al., 2017).

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan BYOND belum menjadi faktor utama yang mendorong niat penggunaan. Generasi Z telah terbiasa menggunakan berbagai aplikasi digital sehingga kemudahan penggunaan cenderung dianggap sebagai

karakteristik dasar suatu teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*.

Pengaruh Perceived Security Terhadap Intention To Use

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived security* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Keamanan yang dirasakan pengguna belum secara langsung membentuk niat penggunaan karena aspek keamanan dipandang sebagai standar dasar layanan perbankan digital. Generasi Z yang terbiasa dengan teknologi juga cenderung menganggap fitur keamanan sebagai bagian yang seharusnya tersedia dalam aplikasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa *perceived security* tidak berpengaruh positif terhadap *intention to use*.

Pengaruh Trust Terhadap Intention To Use

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kemampuan BYOND dalam memenuhi kebutuhan, semakin tinggi pula niat untuk menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan layanan perbankan digital pada Generasi Z. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyaningsih & dkk (2023), Kurniawan et al. (2022) yang menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use*.

Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Trust

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *trust*. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap BYOND. Manfaat dalam mendukung transaksi secara efektif dan efisien memberikan keyakinan bahwa aplikasi dapat diandalkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan et al. (2022) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *trust*, sehingga manfaat yang dirasakan pengguna mampu meningkatkan kepercayaan terhadap layanan yang digunakan.

Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Trust

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *trust*. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap BYOND. Manfaat dalam mendukung transaksi secara efektif dan efisien memberikan keyakinan bahwa aplikasi dapat diandalkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anwar et al., (2024), Verástegui et al. (2025) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*.

Pengaruh *Perceived Security* Terhadap *Trust*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, tetapi dengan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya perhatian terhadap keamanan tidak selalu diikuti peningkatan kepercayaan. Generasi Z cenderung lebih kritis terhadap risiko keamanan digital sehingga keberadaan fitur keamanan belum tentu cukup untuk membangun kepercayaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri et al. (2021) yang menunjukkan bahwa *perceived security* tidak selalu memberikan pengaruh positif terhadap *trust*, bahkan dalam kondisi tertentu dapat menunjukkan hubungan yang berarah negatif.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* mampu memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*. Manfaat yang dirasakan belum mampu meningkatkan niat penggunaan secara langsung, tetapi dapat membangun kepercayaan yang kemudian mendorong niat penggunaan. Bagi Generasi Z, manfaat layanan digital cenderung dianggap sebagai fungsi dasar sehingga kepercayaan menjadi faktor yang lebih menentukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan et al. (2022) dan Verástegui et al. (2025) yang menemukan bahwa *Trust* mampu memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* melalui *Trust*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* mampu memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use*. Kemudahan penggunaan membentuk keyakinan bahwa aplikasi dapat digunakan dengan baik dan sesuai kebutuhan, yang selanjutnya meningkatkan kepercayaan dan niat penggunaan. Bagi Generasi Z, kemudahan cenderung menjadi karakteristik dasar aplikasi sehingga pengaruhnya lebih kuat ketika melalui kepercayaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyaningsih & dkk (2023) dan Kurniawan et al. (2022) yang menemukan bahwa *trust* mampu memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use*.

Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use* melalui *Trust*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* mampu memediasi pengaruh *perceived security* terhadap *intention to use*. Persepsi keamanan belum secara langsung mendorong niat penggunaan, tetapi dapat memengaruhi niat melalui kepercayaan terhadap aplikasi. Generasi Z cenderung kritis terhadap keamanan digital sehingga keberadaan fitur keamanan perlu disertai keyakinan terhadap kemampuan sistem dalam melindungi data dan transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyaningsih & dkk (2023) dan Saidani et al. (2022) yang menyatakan bahwa *trust* mampu memediasi pengaruh *perceived security* terhadap *intention to use*.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived security* tidak berpengaruh langsung terhadap *intention to use* BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Jepara, sedangkan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terbukti meningkatkan *trust*, sementara *perceived security* berpengaruh signifikan dengan arah negatif. Selain itu, *trust* mampu memediasi pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived security* terhadap *intention to use*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan melalui keandalan layanan, kemudahan, transparansi, dan keamanan menjadi kunci dalam mendorong penggunaan BYOND by BSI. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain, seperti *social influence*, *perceived risk*, literasi digital, dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Octira, M., Negeri, I., Malik, M., & Malang, I. (2023). *Al-Falah : Journal of Islamic Economics An Analysis of Bank Syariah Indonesia Digital Services and Features*. 77–92.
- Alfani, D. S., Yuniarto, A., & Handrito, R. P. (2023). The Effect Of Perceived Ease Of Use On Intention To Use On Bank Syariah Indonesia Mobile Banking Users Is Mediated By E-Trust And Religiosity As Moderators. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 3(4), 1248–1259.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*. BPS.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dwijayanti, N. M. A. M., Suasana, I. G. A. K., Giantari, I. G. A. K., & Suparna, G. (2023). The Role Of Satisfaction Mediates The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On The Intension Of Reuse Shopeepay. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 07(08), 1–14.
- Ichsan, M., Fitriyanti, F., & Retno, K. (2024). *Digitalization of Islamic Banking in Indonesia: Justification and Compliance to Sharia Principles*. D.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.04.014>
- Mulandari, P. O., & Asyhari. (2025). Pengaruh Perceived Security dan Perceived Ease of Use Pada Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Aplikasi Dana di Kota Semarang. *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(2), 1–16. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3253>
- Naruetharadhol, P., Ketkaew, C., Hongkanchanapong, N., Thaniswannasri, P., Uengkusolmongkol, T., Prasomthong, S., & Gebsoambut, N. (2021). Factors Affecting Sustainable Intention to Use Mobile Banking Services. *SAGE Open*,

- 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211029925>
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374–381. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>
- Prof. H. Imam Ghozali, M.Com., P. D. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Puspitasari, A. (2025). *Transformasi Sektor Keuangan dan Pembayaran Digital di Indonesia*. 4(2), 145–154.
- Putri, M. Z., Sutarso, Y., & Hiqmah, F. (2021). Pengaruh risiko keamanan, keuangan dan sosial terhadap kepercayaan pada layanan mobile payment aplikasi dana. *Jurnal of Business & Banking*, Vol. 11 No. 1 (2021): Mei-Oktober 2021, 169–170. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2667>
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta*, CV (Issue April).
- Syahlevy, M. K. F. H., Utomo, P. E. P., & Abidin, Z. (2025). Analisis Penerimaan Aplikasi Mcdonald's Dengan Menggunakan Metode Teknologi Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akademika*, 17(2), 46–53.
- Tbk., P. B. S. I. (2025). *Laporan Tahunan 2025*. PT Bank Syariah Indonesia Tbk.
- Wufron, W., Susilawati, W., Nurhasan, R., & Hermina, T. (2025). Perceived Ease of Use terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Fintech Melalui Perceived Usefulness. *Journal of Economics and Business UBS*, 14(4), 924–940.
- Yaseen, S. G., El Qirem, I. A., & Dajani, D. (2022). Islamic mobile banking smart services adoption and use in Jordan. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 14(3), 349–362. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2021-0065>.