JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan dan kepatuhan syariah terhadap loyalitas mahasiswa FEBI UIN Madura menggunakan Byond by BSI

Cindi Anitia Prastika[1], Khotibul Umam[2]
[1, 2] Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia
Email; cindianitia@gmail.com[1)*]

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi layanan perbankan, termasuk melalui aplikasi perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, dan kepatuhan syariah terhadap loyalitas mahasiswa dalam menggunakan BYOND by BSI. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei asosiatif kausal terhadap 322 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Madura yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas (β = 0,322; p = 0,023), sedangkan literasi keuangan dan kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan. Ketiga variabel secara bersama-sama menjelaskan 42,1% variasi loyalitas mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pengguna BYOND by BSI.

Kata kunci: BYOND by BSI; Kepatuhan Syariah; Kualitas Layanan; Literasi Keuangan; Loyalitas Mahasiswa.

Abstract

Digital technology has transformed banking services, including Islamic banking applications. This study examines the effects of service quality, financial literacy, and sharia compliance on students' loyalty in using BYOND by BSI. The study employed a quantitative causal-associative survey involving 322 students of the Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Madura, selected through purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results show that service quality has a positive and significant effect on student loyalty (β = 0.322; t = 2.274; p = 0.023), while financial literacy (β = 0.017; p = 0.547) and sharia compliance (β = 0.024; p = 0.348) have no significant effects. Together, the three variables explain 42.1% of the variance in student loyalty. These findings indicate that service quality plays an important role in strengthening students' loyalty to BYOND by BSI.

Keywords: *BYOND by BSI; Sharia Compliance; Service Quality; Financial Literacy; Student Loyalty.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara industri perbankan beroperasi dan berinteraksi dengan nasabah. Sejak Revolusi Industri 4.0, digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai sekadar strategi inovasi, melainkan sebagai kebutuhan mendasar untuk mempertahankan daya saing, meningkatkan efisiensi, dan memperluas inklusi keuangan (Aswirah et al., 2024). Bagi perbankan syariah, perubahan ini memiliki dimensi yang lebih kompleks karena inovasi teknologi harus berjalan seiring dengan komitmen menjaga prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar kepercayaan publik (Cintya & Nisa, 2024).

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Dalam kerangka tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan Byond by BSI pada November 2024 sebagai SuperApp yang menyatukan berbagai layanan keuangan, sosial, dan spiritual dalam satu platform digital (Imam et al., 2025). Kehadiran Byond menunjukkan usaha BSI untuk meninggalkan cara layanan perbankan digital biasa dan memberikan pengalaman pelayanan yang lebih lengkap dan menyeluruh. Namun, proses pindah dari BSI Mobile ke Byond tidak berjalan lancar sepenuhnya.Meskipun berhasil menarik lebih dari satu juta pengguna pada tahap awal, berbagai laporan mengindikasikan adanya kendala teknis dan kompleksitas antarmuka yang berpotensi memengaruhi kenyamanan serta loyalitas pengguna (Nur Arbaien et al., 2025).

Permasalahan tersebut memunculkan pertanyaan penting mengenai faktor-faktor yang benar-benar menentukan loyalitas pengguna dalam ekosistem perbankan syariah digital. Literatur sebelumnya menegaskan peran kualitas layanan dan literasi keuangan dalam membentuk kepuasan serta komitmen nasabah. Namun, dalam konteks perbankan syariah, tingkat kepatuhan terhadap syariah masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menyatakan bahwa mematuhi prinsip syariah tidak selalu langsung memengaruhi tingkat kesetiaan pelanggan, kecuali jika didampingi oleh kualitas layanan digital yang baik dan tingkat kepercayaan yang cukup (Oktaviani & Rachmawati, 2019). Hal ini semakin penting karena meskipun literasi keuangan syariah nasional terus meningkat, tetap saja masih kalah dari tingkat literasi keuangan secara umum. (Nursjanti et al., 2023).

Celah penelitian tersebut menjadi lebih signifikan ketika dikaitkan dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Madura. Kelompok ini berada pada posisi yang unik karena mengombinasikan pemahaman akademik tentang ekonomi syariah dengan karakteristik Generasi Z yang lekat dengan teknologi digital (Zahrotunnisa et al., 2024). Secara normatif, mahasiswa FEBI diasumsikan memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang lebih baik didukung dengan studi yang dilakukan di FEBI UIN Mataram tingkat literasi keuangan Syariah rata-rata 73,46% (Aulia & Putra, 2023). Maka dari itu bisa dilihat bahwa mahasiswa dari Fakultas Ekonomi bisnis memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik, hingga kini masih terbatas bukti empiris yang menjelaskan bagaimana kelompok ini menilai kualitas layanan Byond by BSI, memahami fitur-fiturnya, serta memaknai kepatuhan syariah dalam membentuk loyalitas mereka sebagai pengguna.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital, literasi keuangan syariah, dan kepatuhan syariah terhadap loyalitas mahasiswa FEBI UIN Madura dalam menggunakan Byond by BSI. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya diskursus mengenai loyalitas nasabah pada perbankan syariah digital berbasis SuperApp (Friska, 2025). Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perbankan syariah dalam merancang layanan digital yang tidak hanya unggul secara teknologi, tetapi juga mampu membangun kepercayaan dan komitmen jangka panjang, khususnya di wilayah dengan karakter religius yang kuat seperti Madura.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bersifat asosiatif kausal. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh antarvariabel secara sistematis menggunakan data angka yang dianalisis secara statistik. Dalam kajian perbankan syariah, metode kuantitatif dinilai tepat untuk mengukur pengaruh kepatuhan syariah dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah secara objektif (Wijaya et al., 2017). Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas layanan, literasi keuangan, dan kepatuhan syariah terhadap loyalitas pengguna aplikasi Byond by BSI pada mahasiswa FEBI UIN Madura. Populasi berjumlah 1.662 mahasiswa aktif, dengan sampel sebanyak 322 responden

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

yang ditentukan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*, di mana sampel dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria spesifik (*purposive sampling*) agar informasi yang diperoleh representatif dan kaya akan data. Kriteria sampel dalam penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa aktif FEBI UIN Madura yang dikategorikan sebagai pengguna aktif serta secara aktual pernah melakukan transaksi keuangan menggunakan aplikasi Byond by BSI.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Instrumen penelitian disusun berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel kualitas layanan, literasi keuangan, kepatuhan syariah, dan loyalitas (Citrawardhani, 2024). Pernyataan dalam kuesioner menggunakan Skala Likert 1–5 dan disebarkan kepada 322 responden secara langsung maupun melalui Google Form. Data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner disaring berdasarkan kriteria inklusi, yaitu mahasiswa aktif FEBI UIN Madura yang menggunakan aplikasi Byond by BSI. Penetapan kriteria ini bertujuan agar data primer yang diperoleh benar-benar berasal dari pengguna yang memiliki pemahaman mendalam serta persepsi yang relevan terhadap variabel penelitian.

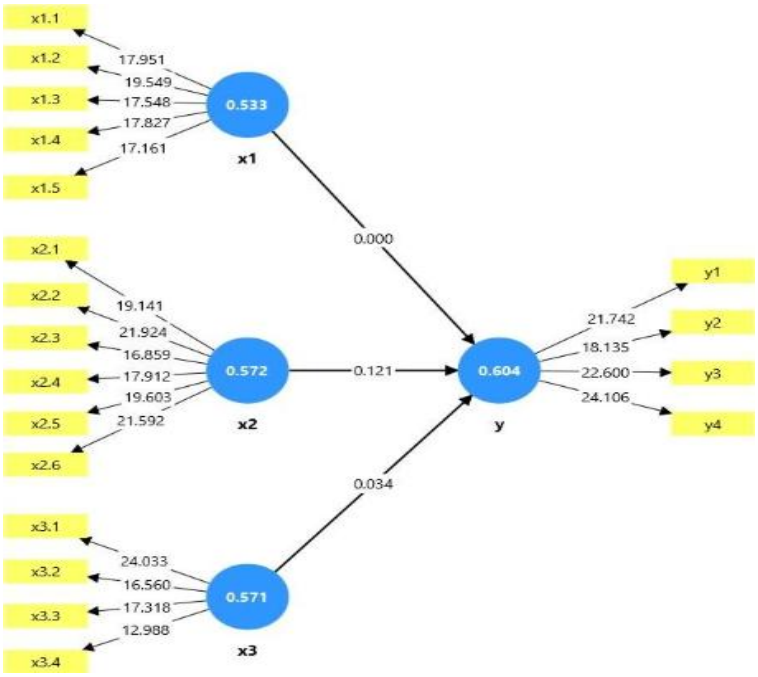
Data primer dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima poin (Likert, 1932) yang instrumennya telah dinyatakan layak dengan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 (Nunnally & Bernstein, 1994). Analisis data dilakukan menggunakan structural equation modeling berbasis *partial least squares* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.0 melalui dua tahap evaluasi (Hair et al., 2019) (Sarstedt et al., 2017). Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguji validitas konvergen (*outer loading* 0,708 dan AVE ≥ 0,50), validitas diskriminan (kriteria *Fornell-Larcker* dan HTMT ≤ 0,85), serta reliabilitas konstruk (*composite reliability* dan *Cronbach's alpha* ≥ 0,70). Selanjutnya, evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan terlebih dahulu menguji multikolinearitas antarvariabel independen melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF < 3,0 atau VIF < 5,0), dilanjutkan dengan menilai koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), koefisien jalur (*path coefficient*), dan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 sub-sampel untuk menguji signifikansi pengaruh langsung (Hair et al., 2014).

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian diolah dan dianalisis menggunakan software SmartPLS 4 untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Kepatuhan Syariah (X3) terhadap Loyalitas Mahasiswa (Y) pada penggunaan aplikasi BYOND by BSI oleh mahasiswa FEBI UIN Madura. Analisis dilakukan melalui evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

Outer loading digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen dengan menilai kekuatan hubungan antara indikator dan variabel latennya. Nilai ini menjadi acuan untuk memastikan bahwa setiap item indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com



Gambar 1. Bootstrapping Result

Outer loading digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen dengan menilai kekuatan hubungan antara indikator dan variabel latennya. Nilai ini menjadi acuan untuk memastikan bahwa setiap item indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur.

Table 2. Outer Loading, Reliability, and AVE

Variables and Indicators	λ	AVE	α	CR
Kualitas Layanan (X1)		**0,533**	**0,781**	**0,851**
Aplikasi Byond by BSI berfungsi dengan stabil tanpa error atau gangguan yang sering terjadi.	0,711			
Solusi yang diberikan customer service Byond by BSI berhasil menyelesaikan kendala yang saya hadapi	0,732			
Fitur aplikasi Byond by BSI dapat saya andalkan.	0,751			
Aplikasi Byond by BSI mudah dipahami oleh pengguna pemula.	0,724			
Penyusunan menu dan ikon pada aplikasi Byond by BSI terlihat rapi dan tidak membingungkan.	0,732			
Literasi Keuangan (X2)		0,572	0,851	0,889
Saya memahami bahwa inflasi dapat menurunkan daya beli uang saya di masa depan.	0,760			
Saya paham konsep mudharabah dalam perbankan Syariah.	0,749			
Saya paham bagaimana menggunakan aplikasi *fintech* dengan aman.	0,755			
Saya menetapkan target angka atau nominal saldo yang spesifik yang harus dicapai dalam perencanaan keuangan saya	0,742			

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Saya dapat menahan diri dari keinginan (*wants*) yang tidak mendesak.	0,749			
Saya lebih mengutamakan prinsip Syariah dibandingkan mengejar keuntungan (*return*) yang besar.	0,783			
Kepatuhan Syariah (X3)		0,571	0,750	0,842
Saya merasa fitur-fitur transaksi di Byond by BSI sudah sesuai dengan aturan Islam (bebas riba/*gharar*)	0,768			
Aplikasi ini menyediakan fitur pengingat zakat, sedekah, atau ibadah keuangan lainnya yang membantu religiusitas saya.	0,754			
Saya merasa produk-produk keuangan di Byond by BSI memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi saya.	0,759			
Saya percaya operasional harian Byond by BSI selalu dipantau agar tidak melanggar syariat.	0,743			
Loyalitas Mahasiswa (Y)		0,604	0,781	0,859
Saya akan menggunakan aplikasi Byond by BSI meskipun ada aplikasi bank lain yang menawarkan promo menarik	0,796			
Saya menggunakan Byond by BSI sebagai alat utama untuk transaksi harian (bayar QRIS, top-up, dll).	0,752			
Bagi saya, BSI adalah pilihan bank terbaik dibandingkan bank syariah maupun konvensional lainnya.	0,760			
Saya merasa sangat bangga menjadi bagian dari nasabah bank syariah (BSI)	0,800			

Berdasarkan data empiris pada Tabel 2, hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator yang dipertahankan dalam model memiliki nilai outer loading di atas ambang batas 0,70, yaitu berkisar antara 0,711 hingga 0,800. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator memiliki tingkat validitas yang baik dalam mengukur konstruk latennya. Validitas konvergen diperkuat oleh nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap variabel, yaitu Kualitas Layanan (0,533), Literasi Keuangan (0,572), Kepatuhan Syariah (0,571), dan Loyalitas Mahasiswa (0,604). Seluruh nilai AVE berada di atas kriteria minimal 0,50 (Hair et al., 2014)).

Reliabilitas instrumen dievaluasi melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Konstruk Kualitas Layanan menghasilkan nilai *Alpha* 0,781 dan CR 0,851; Literasi Keuangan menghasilkan Alpha 0,851 dan CR 0,889; Kepatuhan Syariah menghasilkan *Alpha* 0,750 dan CR 0,842; serta Loyalitas Mahasiswa menghasilkan Alpha 0,781 dan CR 0,859. Karena nilai *Cronbach's Alpha* dan Composite Reliability seluruh variabel berada di atas batas minimal 0,70, instrumen pengukuran dinyatakan konsisten dan reliabel untuk pengujian model struktural (Anggraini et al., 2022; Hair et al., 2014)).

Evaluasi model struktural (*inner model*) bertujuan untuk menilai kemampuan prediktif model serta menguji signifikansi hubungan kausal antarvariabel laten melalui nilai koefisien determinasi (R^2), koefisien jalur (*path coefficient), T-statistics,* dan *p-value* dari prosedur *bootstrapping*.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Table 3. R-Square Value

Variable	R-square	R-square Adjusted
Loyalitas Mahasiswa (Y)	0,421	0,416

Tabel 3 menunjukkan nilai R^2 untuk variabel Loyalitas Mahasiswa sebesar 0,421 dan R^2 *Adjusted* sebesar 0,416. Temuan ini membuktikan bahwa variasi variabel Kualitas Layanan (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Kepatuhan Syariah (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variabilitas Loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Madura dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI sebesar 42,1% (kategori moderat), sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Pengujian hipotesis pengaruh langsung dilakukan dengan pengujian dua arah (*two-tailed test*) pada tingkat signifikansi (*Alpha*) 5%. Hipotesis diterima apabila nilai *T-statistics* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 ((Hair et al., 2014; Zahriyah et al., 2020)

Table 4. Direct Effects Hypothesis Test Results

Hypothesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Values	Description
Kualitas Layanan (X1) -> Loyalitas Mahasiswa (Y)	0,322	0,337	0,142	2,274	0,023	Accepted
Literasi Keuangan (X2) -> Loyalitas Mahasiswa (Y)	0,017	0,027	0,029	0,602	0,547	Rejected
Kepatuhan Syariah (X3) -> Loyalitas Mahasiswa (Y)	0,024	0,032	0,026	0,939	0,348	Rejected

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Mahasiswa

Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Mahasiswa (Y) pada penggunaan aplikasi BYOND by BSI dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,322, t = 2,274 (> 1,96), dan p = 0,023 (< 0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang dirasakan—seperti stabilitas sistem, kecepatan transaksi, keandalan fitur, kemudahan antarmuka (user-friendly), dan kerapian tampilan—maka semakin tinggi tingkat loyalitas mahasiswa FEBI UIN Madura untuk bertahan menggunakan aplikasi tersebut.

Sebagai kelompok Generasi Z yang tumbuh di era pesatnya perkembangan teknologi informasi, mahasiswa memiliki ekspektasi yang sangat tinggi terhadap aksesibilitas dan

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

kepraktisan layanan perbankan. Ketiadaan kendala teknis seperti lag atau kegagalan sistem saat melakukan transaksi harian secara langsung membentuk kepuasan emosional (*affective attachment*) serta menumbuhkan komitmen penggunaan jangka panjang. Hasil ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) (Nur Arbaien et al., 2025) dan studi terdahulu yang menempatkan keunggulan performa fungsional sebagai faktor determinan utama dalam mendorong repeat usage serta perilaku *word-of-mouth* yang positif di lingkungan akademis.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Loyalitas Mahasiswa

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Mahasiswa (Y) dengan nilai t = 0,602 (< 1,96) dan p = 0,547 (> 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya pemahaman mahasiswa mengenai konsep dasar keuangan, pemahaman transaksi non-ribawi, maupun kemampuan pengelolaan anggaran tidak secara otomatis mendorong tingkat loyalitas mereka dalam memilih atau mempertahankan platform perbankan digital tertentu.

Mahasiswa FEBI UIN Madura secara akademis memang dibekali teori dan pengetahuan ekonomi syariah yang memadai, namun pemahaman intelektual tersebut bersifat netral terhadap pemilihan aplikasi harian. Dalam konteks perilaku konsumen digital, individu yang memiliki literasi keuangan tinggi justru cenderung bersikap lebih rasional dan kritis ((Nursjanti et al., 2023; Zahrotunnisa et al., 2024). Mereka tidak serta-merta loyal pada satu penyedia jasa perbankan hanya karena memahami produknya, melainkan lebih fleksibel dalam mengevaluasi efisiensi operasional dan utilitas praktis yang ditawarkan oleh aplikasi.

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Mahasiswa

Pengujian hipotesis ketiga mengonfirmasi bahwa Kepatuhan Syariah (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Mahasiswa (Y) dengan nilai t = 0,939 (< 1,96) dan p = 0,348 (> 0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa pemenuhan aspek legalitas syariah, keselarasan prinsip Islam, maupun keberadaan pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada aplikasi BYOND by BSI belum menjadi determinan utama yang langsung meningkatkan loyalitas mahasiswa FEBI UIN Madura.

Bagi mahasiswa perbankan syariah, kepatuhan terhadap prinsip syariat dipandang sebagai kriteria wajib (*hygiene factor* atau *given factor*) yang secara otomatis harus dimiliki oleh institusi perbankan syariah, bukan sebagai keunggulan kompetitif tambahan yang secara langsung memicu loyalitas (Oktaviani & Rachmawati, 2019). Ketika sebuah aplikasi sudah berlabel perbankan syariah, mahasiswa mengasumsikan transaksi di dalamnya telah halal, sehingga pertimbangan utama mereka untuk terus menggunakan aplikasi beralih pada aspek kemudahan pengguna (user experience) dan kestabilan fitur teknis (Imam et al., 2025)

Secara keseluruhan, hasil analisis model struktural (R^2= 0,421) menegaskan bahwa loyalitas mahasiswa FEBI UIN Madura dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI secara dominan ditopang oleh kualitas teknis dan kenyamanan layanan digital, bukan oleh pemahaman literasi maupun aspek normatif kepatuhan syariah semata. Fenomena ini memberikan implikasi strategis bagi manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI) bahwa dalam menggaet dan mempertahankan segmen pasar Generasi Z di lingkungan akademis, penguatan kognitif dan identitas syariah saja tidak cukup (Cintya & Nisa, 2024).

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

BSI perlu secara berkelanjutan memprioritaskan optimalisasi infrastruktur teknologi, menjaga kestabilan server, mempercepat responsivitas antarmuka, serta menyempurnakan fitur-fitur transaksi digital (Aswirah et al., 2024; Nur Arbaien et al., 2025). Integrasi yang solid antara nilai-nilai syariah yang kredibel dan kualitas layanan teknis yang responsif akan menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas nasabah muda yang berkelanjutan di era digitalisasi perbankan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa FEBI UIN Madura dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Temuan ini menunjukkan bahwa kestabilan sistem, keandalan fitur, kemudahan penggunaan, serta tampilan aplikasi menjadi aspek penting dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas mahasiswa sebagai pengguna layanan perbankan digital. Sementara itu, literasi keuangan dan kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman keuangan dan persepsi terhadap kepatuhan syariah belum secara langsung menjadi faktor yang menentukan loyalitas mahasiswa dalam menggunakan BYOND by BSI. Secara keseluruhan, ketiga variabel independen mampu menjelaskan 42,1% variasi loyalitas mahasiswa, sedangkan 57,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan layanan digital perbankan syariah perlu memperhatikan aspek fungsional dan pengalaman pengguna, dengan tetap mempertahankan kepatuhan terhadap prinsip syariah sebagai karakteristik utama perbankan syariah. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna, seperti kepuasan, kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan digital, kualitas pengalaman pengguna, dan citra merek. Selain itu, penelitian mendatang dapat memperluas objek dan karakteristik responden pada kelompok pengguna BYOND by BSI di wilayah atau kelompok masyarakat yang berbeda untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas pengguna perbankan syariah digital.

Referensi

Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, *6*(4), 6491–6504.

Aswirah, A., Arfah, A., & Alam, S. (2024). Perkembangan dan dampak financial technology terhadap inklusi keuangan di Indonesia: Studi literatur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, *13*(2), 180–186.

Aulia, G. Y., & Putra, S. G. (2023). Tingkat literasi keuangan digital (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram). *Jurnal Perbankan Syariah*, *2*(1), 26–38.

Cintya, P., & Nisa, F. L. (2024). Pengaruh teknologi digital dalam perkembangan layanan perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, *2*(3), 134–145.

Citrawardhani, S. T. (2024). *Pengaruh Keintiman Nasabah, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile pada Generasi Z di DIY*. Universitas Islam Indonesia.

Friska, S. A. (2025). *Pengaruh Self-Service Technology terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pengguna Layanan Digital BSI sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Konsumen BSI di Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.

Hair, J. F., Ringle, C. M., Hult, G. T. M., & Sartedt, M. (2014). *PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)* (1st ed.). SAGE Publications, Inc.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Hair, J. F., Risher, J. J., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Imam, M. A., Efendi, E., Rachman, B., Ersaputri, A., & Suhma, W. K. (2025). Impact Migrasi Aplikasi BSI Mobile Ke BYond By BSI: Untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jember Karimata. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan| E-ISSN: 3063-8208*, *1*(3), 424–428.

Nur Arbaien, M. F., Nurkaromah, S. R., Sutarman, S., & Apriyani, H. (2025). Penerimaan dan Penggunaan SuperApp BYOND BSI: Ekstensi Teori Technology Acceptance Model. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, *8*(2), 90–103. https://doi.org/10.32627/maps.v8i2.1190

Nursjanti, F., Amaliawiati, L., & Utami, E. M. (2023). Peningkatan literasi keuangan syariah bagi milenial dan Gen Z di Jawa Barat. *Madaniya*, *4*(1), 54–67.

Oktaviani, A., & Rachmawati, L. (2019). Persepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah Dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, *2*(2), 62–169.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.

Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah xyz di jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, *3*(3), 417–426.

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2020). *Ekonometri: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Universitas Muhammadiyah Malang Press.

Zahrotunnisa, N., Fauziah, A. A., Rosyid, R. N., Affandi, M. F., Hidayat, W., & Ibrahim, Z. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif GenZ Pada Mahasiswa UIN SMH Banten. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *1*(5), 1271–1291.