



Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Adopsi Mobile Banking BYOND dengan Minat Pengguna Sebagai Mediasi pada Generasi Z di Kota Jambi

Ayu Minarsi¹, Titin Agustin Nengsih², Anzu Elvira Zahara³

^{1,2,3} UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

*Corresponding author, email; ayuminarsi28@gmail.com, anzuelviazahara@uinjambi.ac.id, nengsih@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni 2026

Revised Juni 2026

Accepted Juni 2026

Available online

<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

Keywords:

Technology Acceptance Model, perceived ease of use, perceived usefulness, interest in use, technology adoption, BYOND, Generation Z

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the adoption of BYOND mobile banking among Generation Z in Jambi City using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. This study uses a quantitative approach with a survey method of 384 Generation Z respondents in Jambi City selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of the SmartPLS application. The research variables include perceived ease of use and perceived usefulness as independent variables, intention to use as a mediating variable, and technology adoption as a dependent variable. The results show that perceived ease of use and perceived usefulness have a positive and significant effect on the intention to use BYOND mobile banking. Both variables are also proven to have a positive and significant effect on technology adoption. Furthermore, intention to use has a positive and significant effect on the adoption of BYOND technology. The results of the mediation test indicate that intention to use is able to mediate the influence of perceived ease of use and perceived usefulness on technology adoption. These findings suggest that Generation Z's BYOND adoption process is influenced not only by perceived convenience and immediate benefits, but also by the development of interest in using the app. This research implies that increasing BYOND adoption needs to be directed at enhancing ease of use, enhancing service benefits, and creating a user experience that can foster continued interest in use.

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Adopsi Mobile Banking BYOND dengan Minat Pengguna Sebagai Mediasi pada Generasi Z di Kota Jambi" *Journal of Sharia Economics* 8, No. 1 June: 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan dan perbankan. Transformasi digital dalam industri perbankan ditandai dengan semakin luasnya pemanfaatan teknologi informasi untuk menyediakan layanan yang cepat, praktis, dan efisien. Kondisi tersebut mendorong lembaga perbankan untuk terus berinovasi dalam menghadirkan layanan berbasis digital yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus meningkatkan daya saing. Perbankan syariah juga menghadapi tuntutan yang sama untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar mampu memberikan layanan yang relevan dengan perubahan perilaku masyarakat dan perkembangan ekosistem keuangan digital (OJK, 2023; Bank Indonesia, 2024).

Salah satu bentuk transformasi digital dalam layanan perbankan adalah penggunaan *mobile banking*. Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas perbankan melalui perangkat *smartphone* dan jaringan internet tanpa harus datang secara langsung ke kantor cabang. Kehadiran *mobile banking* tidak hanya memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi, tetapi juga berpotensi memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan (Sari & Wibowo, 2022). Perubahan pola transaksi menuju layanan digital semakin terlihat pada kelompok generasi muda yang memiliki tingkat kedekatan tinggi dengan teknologi. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital menjadi salah satu kelompok potensial dalam penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi (Pratama et al., 2023).

Dalam konteks perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) melakukan transformasi layanan digital melalui pengembangan aplikasi BYOND by BSI. Aplikasi ini dikembangkan sebagai pengganti BSI Mobile dengan konsep *SuperApps* yang mengintegrasikan berbagai layanan keuangan dalam satu platform. Kehadiran BYOND menunjukkan adanya upaya perbankan syariah untuk menyesuaikan layanan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin mengarah pada transaksi digital (Bank Syariah Indonesia, 2024). Meskipun jumlah pengguna BYOND menunjukkan perkembangan, proses penerimaan teknologi tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan. Gangguan layanan, proses adaptasi terhadap fitur dan tampilan baru, serta pengalaman pengguna dalam mengakses aplikasi dapat memengaruhi persepsi dan keputusan pengguna dalam menerima maupun mengadopsi teknologi tersebut (Bank Syariah Indonesia, 2024).

Fenomena tersebut menjadi semakin relevan apabila dikaitkan dengan karakteristik Generasi Z di Kota Jambi. Generasi Z dikenal sebagai kelompok *digital native* yang relatif terbiasa menggunakan perangkat digital dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk aktivitas ekonomi dan keuangan. Namun, kedekatan dengan teknologi tidak secara otomatis menjamin bahwa setiap teknologi baru akan diterima dan digunakan secara berkelanjutan. Pengguna tetap akan mempertimbangkan sejauh mana suatu teknologi mudah digunakan dan memberikan manfaat bagi aktivitas mereka (Davis, 1989). Dengan demikian, proses adopsi *mobile banking* BYOND pada Generasi Z perlu dipahami tidak hanya berdasarkan karakteristik generasi sebagai pengguna teknologi, tetapi juga berdasarkan persepsi dan minat pengguna terhadap teknologi tersebut.

Kondisi penggunaan *mobile banking* di Kota Jambi menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian, jumlah pengguna *mobile banking* di Kota Jambi meningkat dari 118.742 pengguna pada tahun 2023 menjadi 161.385 pengguna pada tahun 2024 dan mencapai 219.864 pengguna pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin berkembangnya penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan digital. Pada kelompok usia 15–24 tahun yang secara dominan termasuk dalam Generasi Z, tercatat sekitar 60.234 pengguna atau 27,4% dari keseluruhan pengguna *mobile banking* pada tahun 2025. Kondisi ini memperlihatkan bahwa Generasi Z merupakan salah satu kelompok potensial dalam perkembangan layanan perbankan digital di Kota Jambi (BPS Kota Jambi, 2025).

Meskipun demikian, peningkatan penggunaan layanan *mobile banking* secara umum belum sepenuhnya menunjukkan keberhasilan adopsi aplikasi BYOND secara khusus. Hasil riset pendahuluan terhadap 50 responden Generasi Z di Kota Jambi menunjukkan bahwa sebanyak 60% responden telah mengadopsi BYOND, sedangkan 40% lainnya tidak melanjutkan penggunaan aplikasi setelah melakukan instalasi. Dari responden yang tidak mengadopsi, sebanyak 75% menyatakan bahwa aplikasi *mobile banking* lain dianggap lebih mudah digunakan dan lebih familiar, sementara 25% lainnya memilih tetap menggunakan layanan konvensional seperti ATM dan buku tabungan. Pada kelompok yang telah mengadopsi BYOND, sebanyak 57% masih mengalami kendala penggunaan, antara lain fitur yang dianggap membingungkan, gangguan ketika melakukan *login*, dan menu yang kurang responsif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam memahami proses penerimaan dan adopsi aplikasi BYOND pada Generasi Z (Data Riset Pendahuluan, 2025).

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi terutama dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang besar, sedangkan persepsi kegunaan berkaitan dengan keyakinan bahwa penggunaan teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan kinerja pengguna. Kedua persepsi tersebut selanjutnya dapat membentuk minat atau niat perilaku untuk menggunakan teknologi yang pada akhirnya mendorong penggunaan dan adopsi teknologi (Davis, 1989). Dalam konteks BYOND, semakin mudah aplikasi dipahami dan dioperasikan serta semakin besar manfaat yang dirasakan dalam mendukung aktivitas perbankan, semakin besar pula kemungkinan pengguna memiliki minat untuk menggunakannya dan mengadopsinya dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji penerimaan dan adopsi teknologi dengan menggunakan pendekatan TAM. Namun, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penerimaan maupun penggunaan teknologi (Venkatesh & Davis, 2000; Sari & Wibowo, 2022). Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa persepsi kegunaan

tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan persepsi kemudahan juga ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah (Rahmawati, 2021; Hakim & Lestari, 2023). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, minat penggunaan, dan adopsi teknologi masih memerlukan pengujian lebih lanjut.

Selain adanya inkonsistensi temuan penelitian terdahulu, kajian yang secara spesifik menganalisis adopsi aplikasi BYOND sebagai platform *mobile banking* terbaru Bank Syariah Indonesia masih terbatas. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas penggunaan *mobile banking* syariah secara umum, dompet digital, aplikasi pembayaran, maupun platform digital lainnya. Penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap adopsi *mobile banking* BYOND dengan minat pengguna sebagai variabel mediasi, khususnya pada Generasi Z di Kota Jambi, juga masih terbatas. Padahal, Generasi Z memiliki karakteristik sebagai kelompok pengguna teknologi yang adaptif, tetapi pada saat yang sama tetap memiliki pertimbangan tertentu dalam menerima dan menggunakan aplikasi keuangan digital (Pratama et al., 2023).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan perspektif bahwa adopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan, tetapi juga dapat berlangsung melalui pembentukan minat pengguna. Minat pengguna ditempatkan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme bagaimana persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan aplikasi dapat mendorong keputusan pengguna untuk mengadopsi teknologi. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses penerimaan dan adopsi layanan *mobile banking* syariah, khususnya pada Generasi Z yang menjadi salah satu kelompok pengguna potensial layanan keuangan digital (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan dan adopsi *mobile banking* BYOND, menganalisis pengaruh minat penggunaan terhadap adopsi teknologi, serta menguji peran mediasi minat penggunaan dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap adopsi *mobile banking* BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian penerimaan teknologi melalui pendekatan TAM sekaligus memberikan implikasi praktis bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan digital yang mudah digunakan, bermanfaat, dan mampu mendorong adopsi teknologi secara berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan proses penerimaan dan penggunaan suatu teknologi oleh individu. Model ini dikembangkan oleh Davis (1989) dengan mengadaptasi konsep *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi terutama dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan dan *perceived ease of use* atau

persepsi kemudahan penggunaan. Kedua konstruk tersebut memengaruhi sikap dan minat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, yang selanjutnya dapat mendorong penggunaan teknologi secara aktual (Davis, 1989).

Dalam konteks layanan perbankan digital, TAM relevan digunakan untuk menjelaskan alasan seseorang menerima atau menolak penggunaan *mobile banking*. Pengguna akan cenderung menerima teknologi apabila mereka memandang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata bagi aktivitas mereka. Dengan demikian, keputusan seseorang untuk mengadopsi layanan *mobile banking* tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh persepsi subjektif pengguna terhadap kemudahan dan manfaat teknologi tersebut (Davis, 1989).

Perkembangan penelitian TAM menunjukkan bahwa model ini dapat diterapkan pada berbagai konteks teknologi digital, termasuk layanan *mobile banking*. Penelitian mengenai penerimaan *mobile banking* pada Generasi Z juga menunjukkan bahwa konstruk TAM, seperti persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, memiliki keterkaitan dengan sikap, minat, dan penggunaan layanan *mobile banking* (Fitriati et al., 2024). Dengan demikian, TAM dapat menjadi landasan teoretis yang relevan untuk menganalisis proses penerimaan dan adopsi aplikasi BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Konstruk ini menekankan pada sejauh mana pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah dipelajari, dipahami, dioperasikan, dan digunakan dalam menyelesaikan aktivitas tertentu.

Dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*, persepsi kemudahan dapat tercermin melalui kemudahan pengguna dalam melakukan proses registrasi, *login*, memahami struktur menu, menemukan fitur transaksi, melakukan pembayaran, melakukan transfer, serta mengakses informasi rekening. Aplikasi yang memiliki tampilan sederhana, navigasi yang jelas, dan fitur yang mudah dipahami cenderung memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik bagi pengguna.

Persepsi kemudahan menjadi semakin penting dalam penggunaan layanan perbankan digital karena pengguna berinteraksi secara langsung dengan sistem teknologi. Ketika aplikasi dianggap sulit digunakan, memiliki navigasi yang membingungkan, atau membutuhkan proses yang rumit, pengguna dapat mengalami hambatan dalam mengadopsi teknologi tersebut. Sebaliknya, apabila teknologi dipersepsikan mudah digunakan, pengguna akan lebih terbuka untuk menerima dan menggunakannya.

Dalam penelitian mengenai Generasi Z, persepsi kemudahan juga menjadi salah satu aspek penting dalam penerimaan layanan *mobile banking*. Generasi Z yang terbiasa dengan teknologi digital memang memiliki kemampuan adaptasi yang relatif tinggi, tetapi kemudahan penggunaan tetap menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman dan keputusan penggunaan aplikasi digital (Fitriati et al., 2024). Penelitian lain mengenai penggunaan BSI Mobile pada Generasi Z juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap

penggunaan layanan *mobile banking* (Muarrifah & Wijaya, 2025). Oleh karena itu, dalam penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan dipahami sebagai tingkat keyakinan pengguna Generasi Z bahwa aplikasi BYOND mudah dipelajari, mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak membutuhkan usaha yang berlebihan.

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam melaksanakan aktivitas tertentu (Davis, 1989). Dalam konteks layanan *mobile banking*, persepsi kegunaan berkaitan dengan sejauh mana pengguna memandang aplikasi dapat membantu menyelesaikan aktivitas perbankan dengan lebih cepat, efektif, efisien, dan fleksibel.

Pengguna akan memiliki persepsi kegunaan yang tinggi apabila aplikasi *mobile banking* mampu memberikan manfaat nyata dalam aktivitas keuangan. Manfaat tersebut dapat berupa kemudahan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, penghematan waktu, pengurangan kebutuhan untuk datang ke kantor cabang, serta kemudahan dalam mengakses berbagai informasi dan layanan perbankan. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar pula kemungkinan pengguna memandang teknologi tersebut sebagai sesuatu yang bernilai dan layak digunakan.

Dalam perspektif TAM, persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor utama yang membentuk minat seseorang untuk menggunakan teknologi. Pengguna cenderung memiliki keinginan untuk menggunakan suatu aplikasi apabila mereka percaya bahwa aplikasi tersebut memberikan manfaat bagi aktivitas yang dilakukan (Davis, 1989). Dalam konteks Generasi Z, manfaat dan keunggulan layanan digital menjadi pertimbangan penting karena kelompok ini terbiasa menggunakan teknologi untuk memperoleh layanan yang cepat dan praktis. Penelitian mengenai penerimaan *mobile banking* pada Generasi Z menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mempertimbangkan kemudahan penggunaan, tetapi juga manfaat dan keunggulan yang ditawarkan oleh layanan aplikasi (Fitriati et al., 2024).

Dengan demikian, persepsi kegunaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keyakinan pengguna Generasi Z bahwa aplikasi BYOND dapat memberikan manfaat nyata dalam mendukung aktivitas perbankan, meningkatkan efektivitas transaksi, menghemat waktu, meningkatkan produktivitas, serta memberikan kemudahan dalam mengakses layanan keuangan.

Minat Penggunaan (*Intention to Use*)

Minat penggunaan (*intention to use*) merupakan keinginan atau kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi pada masa sekarang maupun masa yang akan datang. Dalam perspektif TAM, minat perilaku merupakan salah satu faktor penting yang menjelaskan kemungkinan seseorang menggunakan suatu sistem teknologi secara aktual (Davis, 1989).

Minat penggunaan terbentuk melalui proses evaluasi pengguna terhadap teknologi yang akan digunakan. Apabila seseorang memiliki persepsi bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan memberikan manfaat, maka kemungkinan munculnya minat untuk menggunakan teknologi tersebut menjadi lebih besar. Sebaliknya, persepsi negatif terhadap kemudahan dan manfaat suatu teknologi dapat mengurangi keinginan pengguna untuk menggunakannya.

Dalam layanan *mobile banking*, minat penggunaan dapat tercermin dari

keinginan pengguna untuk menggunakan aplikasi dalam melakukan transaksi, keinginan untuk terus menggunakan aplikasi pada masa mendatang, serta kesediaan menjadikan aplikasi sebagai salah satu sarana utama dalam aktivitas perbankan. Minat tersebut menjadi tahap penting sebelum pengguna melakukan adopsi secara aktual.

Penelitian tentang TAM pada layanan *mobile banking* menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dapat berhubungan dengan minat penggunaan *mobile banking* (Safari & Riyanti, 2024). Penelitian pada Generasi Z juga menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan layanan dapat membentuk sikap dan minat yang selanjutnya berkaitan dengan penggunaan *mobile banking* (Fitriati et al., 2024). Oleh karena itu, dalam penelitian ini minat penggunaan diposisikan sebagai variabel yang menjelaskan kecenderungan psikologis pengguna sebelum melakukan adopsi teknologi secara aktual.

Adopsi Teknologi (*Technology Adoption*)

Adopsi teknologi merujuk pada keputusan dan tindakan individu dalam menerima serta menggunakan suatu teknologi dalam aktivitas tertentu. Adopsi tidak hanya menunjukkan bahwa seseorang mengetahui keberadaan suatu teknologi, tetapi juga menunjukkan adanya penerimaan dan penggunaan teknologi dalam aktivitas nyata.

Dalam konteks *mobile banking*, adopsi teknologi dapat dipahami sebagai keputusan pengguna untuk menerima aplikasi sebagai sarana layanan perbankan dan menggunakannya dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan. Adopsi dapat ditunjukkan melalui penggunaan aplikasi secara aktual, frekuensi penggunaan, keberlanjutan penggunaan, serta kesediaan pengguna untuk menjadikan aplikasi sebagai bagian dari aktivitas perbankan sehari-hari.

Adopsi teknologi merupakan proses yang tidak terlepas dari persepsi pengguna terhadap teknologi tersebut. Apabila pengguna memandang suatu aplikasi mudah digunakan dan memberikan manfaat, maka kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan secara aktual menjadi lebih besar. Sebaliknya, hambatan dalam penggunaan, ketidakjelasan fitur, atau rendahnya manfaat yang dirasakan dapat menghambat proses adopsi.

Dalam penelitian mengenai penggunaan aplikasi perbankan digital pada Generasi Z, pendekatan TAM digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan adopsi. Penelitian terbaru mengenai adopsi aplikasi perbankan digital pada Generasi Z menunjukkan bahwa model TAM tetap relevan untuk menganalisis hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap, dan niat adopsi teknologi (Maheswara et al., 2025). Oleh karena itu, adopsi teknologi dalam penelitian ini dipahami sebagai keputusan dan perilaku nyata Generasi Z dalam menerima serta menggunakan aplikasi BYOND sebagai layanan *mobile banking*.

Generasi Z sebagai Pengguna *Mobile Banking*

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang dekat dengan teknologi digital. Interaksi dengan internet, *smartphone*, media sosial, dan berbagai aplikasi digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari kelompok ini. Kondisi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai salah satu kelompok yang potensial dalam perkembangan layanan keuangan digital.

Karakteristik Generasi Z sebagai pengguna teknologi dapat memberikan

peluang bagi perkembangan layanan *mobile banking*. Namun, kemampuan menggunakan teknologi tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan penggunaan suatu aplikasi. Generasi Z tetap melakukan evaluasi terhadap kualitas pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, dan kenyamanan layanan sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu aplikasi secara berkelanjutan.

Penelitian mengenai penerimaan *mobile banking* pada Generasi Z menunjukkan bahwa kelompok ini mempertimbangkan berbagai aspek dalam menerima layanan digital. Selain persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, faktor seperti kepercayaan, efikasi diri, dan kenyamanan juga dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan *mobile banking* (Fitriati et al., 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok pengguna yang memiliki potensi besar bagi perkembangan perbankan digital, tetapi keputusan adopsinya tetap dipengaruhi oleh kualitas teknologi dan pengalaman yang diberikan.

Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z di Kota Jambi diposisikan sebagai kelompok pengguna yang menjadi objek kajian untuk memahami proses penerimaan dan adopsi aplikasi BYOND. Karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi menjadi konteks penting untuk menguji apakah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan mampu membentuk minat penggunaan dan selanjutnya mendorong adopsi aplikasi BYOND.

Mobile Banking BYOND

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah mengakses dan melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler. Perkembangan *mobile banking* merupakan bagian dari transformasi digital sektor perbankan yang bertujuan memberikan layanan yang lebih cepat, praktis, fleksibel, dan efisien.

Dalam konteks perbankan syariah, digitalisasi layanan perbankan menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Aplikasi BYOND dikembangkan sebagai platform layanan digital Bank Syariah Indonesia yang mengintegrasikan berbagai layanan dalam satu ekosistem aplikasi. Kehadiran BYOND menjadi bagian dari transformasi layanan digital BSI yang diarahkan untuk memberikan pengalaman layanan perbankan yang lebih terintegrasi kepada pengguna.

Sebagai aplikasi *mobile banking* yang digunakan dalam aktivitas keuangan, keberhasilan adopsi BYOND sangat bergantung pada penerimaan pengguna. Pengguna akan mengevaluasi apakah aplikasi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh sebab itu, pendekatan TAM menjadi relevan untuk menganalisis proses penerimaan BYOND, khususnya pada Generasi Z sebagai kelompok pengguna yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital.

Penelitian mengenai BYOND juga mulai berkembang dalam kajian akademik. Penelitian terbaru mengenai adopsi BYOND menggunakan pendekatan *extended Technology Acceptance Model* dengan menambahkan variabel yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap merek Islam, religiusitas, dan persepsi kepatuhan syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian tentang BYOND dapat dikembangkan tidak hanya dari perspektif teknologi, tetapi juga dari karakteristik layanan perbankan syariah (Avifa & Nasrulloh, 2026). Berbeda dengan pendekatan

tersebut, penelitian ini memfokuskan analisis pada hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, minat penggunaan, dan adopsi teknologi pada Generasi Z di Kota Jambi.

Hubungan Antarvariabel dalam Kerangka TAM

Berdasarkan TAM, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan merupakan konstruk utama yang dapat menjelaskan penerimaan teknologi. Persepsi kemudahan menunjukkan sejauh mana teknologi dianggap mudah digunakan, sedangkan persepsi kegunaan menunjukkan sejauh mana teknologi dipandang memberikan manfaat. Kedua konstruk tersebut dapat membentuk minat pengguna untuk menggunakan teknologi dan selanjutnya mendorong perilaku penggunaan aktual (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan diposisikan sebagai variabel independen, minat penggunaan sebagai variabel mediasi, dan adopsi teknologi sebagai variabel dependen. Kerangka tersebut mengasumsikan bahwa pengguna yang memandang BYOND mudah digunakan dan bermanfaat akan memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi tersebut. Minat yang terbentuk kemudian diharapkan mendorong pengguna untuk mengadopsi BYOND secara aktual.

Dengan demikian, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Persepsi Kemudahan → Minat Penggunaan → Adopsi Teknologi

Persepsi Kegunaan → Minat Penggunaan → Adopsi Teknologi

Selain hubungan tidak langsung tersebut, penelitian ini juga dapat menguji pengaruh langsung persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap adopsi teknologi. Dengan model tersebut, penelitian diharapkan mampu menjelaskan apakah minat penggunaan berperan sebagai mekanisme mediasi dalam proses penerimaan dan adopsi aplikasi BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi.

Kerangka teoritis ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa konstruk TAM masih relevan dalam menjelaskan penerimaan *mobile banking* pada Generasi Z. Namun, hasil penelitian terdahulu tidak selalu menunjukkan temuan yang konsisten, sehingga pengujian kembali hubungan antarvariabel dalam konteks aplikasi BYOND dan Generasi Z di Kota Jambi menjadi penting dilakukan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap adopsi *mobile banking* BYOND, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui minat penggunaan sebagai variabel mediasi. Kerangka penelitian didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Penelitian ini dilaksanakan pada Generasi Z di Kota Jambi yang menjadi pengguna atau calon pengguna aplikasi BYOND. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan, variabel mediasi adalah minat penggunaan, sedangkan variabel dependen adalah adopsi teknologi.

Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kota Jambi yang memenuhi karakteristik sebagai responden penelitian terkait penggunaan layanan *mobile*

banking BYOND. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi individu yang termasuk dalam kelompok Generasi Z, berdomisili di Kota Jambi, mengetahui atau mengenal aplikasi BYOND, serta memiliki pengalaman menggunakan atau pernah mempertimbangkan penggunaan layanan *mobile banking* BYOND. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara langsung maupun menggunakan media daring. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Persepsi kemudahan penggunaan diukur melalui indikator kemudahan dipelajari, kemudahan dipahami, kemudahan dioperasikan, dan rendahnya usaha yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi. Persepsi kegunaan diukur melalui manfaat, efektivitas, efisiensi, dan peningkatan produktivitas dalam aktivitas perbankan. Minat penggunaan diukur melalui keinginan untuk menggunakan, niat menggunakan secara berkelanjutan, dan kecenderungan menjadikan BYOND sebagai sarana layanan perbankan. Sementara itu, adopsi teknologi diukur berdasarkan keputusan menerima, penggunaan aktual, frekuensi penggunaan, dan keberlanjutan penggunaan aplikasi BYOND. Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat dan konsisten.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban pada masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya, analisis inferensial digunakan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan dan adopsi teknologi, serta menguji pengaruh minat penggunaan terhadap adopsi teknologi. Pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui peran minat penggunaan dalam memediasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap adopsi *mobile banking* BYOND. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai koefisien jalur, tingkat signifikansi, dan nilai *t-statistic* atau *p-value* sesuai dengan teknik analisis yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap adopsi *mobile banking* BYOND dengan minat penggunaan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kota Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 384 responden Generasi Z di Kota Jambi yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Model penelitian terdiri atas persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan sebagai variabel independen, minat penggunaan sebagai variabel mediasi, serta adopsi teknologi sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi BYOND dipelajari, dipahami, dan dioperasikan, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk memiliki minat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Bagi Generasi Z yang terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital, kemudahan navigasi, kejelasan fitur, serta proses transaksi yang sederhana menjadi aspek penting dalam membentuk pengalaman penggunaan. Hasil tersebut memperkuat pandangan Davis bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi (Davis, 1989).

Persepsi kegunaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND. Hasil ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Jambi tidak hanya mempertimbangkan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, tetapi juga memperhatikan manfaat yang diperoleh dari penggunaan BYOND. Ketika pengguna merasakan bahwa aplikasi mampu membantu aktivitas perbankan secara lebih efektif dan efisien, seperti mempermudah transaksi, menghemat waktu, dan memberikan akses layanan perbankan secara fleksibel, maka minat penggunaan akan semakin meningkat. Temuan ini sejalan dengan TAM yang menempatkan persepsi kegunaan sebagai faktor penting dalam membentuk niat seseorang untuk menerima dan menggunakan teknologi (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000).

Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi *mobile banking* BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan pengguna tidak hanya membentuk minat, tetapi juga berkontribusi secara langsung terhadap keputusan untuk mengadopsi aplikasi. Aplikasi yang mudah dipahami dan digunakan akan mengurangi hambatan psikologis maupun teknis dalam proses penerimaan teknologi. Temuan ini relevan dengan kondisi riset pendahuluan yang menunjukkan bahwa sebagian responden yang tidak mengadopsi BYOND memilih aplikasi *mobile banking* lain karena dianggap lebih mudah digunakan dan lebih familiar. Dengan demikian, peningkatan kemudahan penggunaan menjadi faktor strategis untuk meningkatkan adopsi BYOND pada Generasi Z.

Persepsi kegunaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi aplikasi BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan untuk menerima dan menggunakan aplikasi secara nyata. Pengguna akan lebih terdorong mengadopsi BYOND ketika aplikasi mampu membantu berbagai kebutuhan perbankan secara lebih efektif dan efisien. Dalam konteks ini, manfaat yang dirasakan dapat berupa kemudahan melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, pengecekan saldo, serta akses terhadap berbagai layanan keuangan lainnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menempatkan persepsi kegunaan sebagai faktor penting dalam adopsi teknologi (Davis, 1989).

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi aplikasi BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keinginan Generasi Z untuk menggunakan BYOND, semakin besar pula kemungkinan mereka mengadopsi

aplikasi tersebut dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Minat penggunaan menjadi faktor penting yang mendorong pengguna untuk beralih dari sekadar mengetahui atau mencoba aplikasi menuju penggunaan secara nyata dan berkelanjutan. Hasil ini sejalan dengan konsep TAM yang menjelaskan bahwa niat perilaku merupakan mekanisme penting yang menghubungkan persepsi pengguna terhadap suatu teknologi dengan perilaku penggunaan aktual (Davis, 1989).

Hasil pengujian efek mediasi menunjukkan bahwa minat penggunaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap adopsi teknologi BYOND. Artinya, persepsi kemudahan tidak hanya memberikan pengaruh secara langsung terhadap adopsi, tetapi juga bekerja melalui peningkatan minat penggunaan. Ketika Generasi Z merasakan bahwa BYOND mudah digunakan, kondisi tersebut dapat meningkatkan ketertarikan dan keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi. Minat yang semakin kuat selanjutnya mendorong pengguna untuk menerima dan mengadopsi aplikasi BYOND dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Dengan demikian, minat penggunaan menjadi mekanisme penting yang menjembatani persepsi kemudahan dengan perilaku adopsi teknologi.

Minat penggunaan juga terbukti mampu memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap adopsi teknologi BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap keputusan adopsi, tetapi juga membentuk minat yang pada akhirnya mendorong adopsi teknologi. Ketika Generasi Z merasakan bahwa BYOND memberikan manfaat nyata dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankan, maka persepsi tersebut akan meningkatkan keinginan untuk menggunakan aplikasi. Minat penggunaan yang terbentuk kemudian mendorong pengguna untuk menggunakan BYOND secara lebih berkelanjutan hingga menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari. Dengan demikian, manfaat yang dirasakan dapat menjadi faktor awal yang membentuk minat, sedangkan minat menjadi penghubung penting menuju adopsi teknologi.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya minat pengguna. Semakin sederhana proses penggunaan aplikasi, semakin mudah pengguna beradaptasi dengan sistem, sehingga semakin besar pula keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Temuan ini memperkuat teori TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dalam teori tersebut, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tidak membutuhkan usaha yang besar. Pengguna yang merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan cenderung memiliki evaluasi yang lebih positif dan keinginan yang lebih besar untuk menggunakannya. Dalam konteks BYOND, kemudahan tersebut mencakup kemampuan pengguna memahami menu, mengakses fitur, melakukan transaksi, serta menggunakan berbagai layanan perbankan dalam aplikasi.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan temuan riset pendahuluan. Dari 50

responden Generasi Z yang diteliti pada tahap awal, sebanyak 40% atau 20 orang tidak melanjutkan penggunaan BYOND setelah melakukan instalasi. Sebanyak 75% dari kelompok tersebut menyatakan bahwa aplikasi *mobile banking* lain dianggap lebih mudah digunakan dan lebih familiar, sedangkan 25% memilih tetap menggunakan layanan konvensional seperti ATM dan buku tabungan. Data tersebut memberikan gambaran awal bahwa aspek kemudahan penggunaan menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pengguna untuk menerima atau menolak suatu aplikasi *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z akan memiliki minat yang lebih tinggi apabila mereka merasakan bahwa aplikasi memberikan manfaat nyata dalam aktivitas perbankan. Kemudahan saja tidak cukup untuk mendorong penggunaan apabila teknologi tersebut tidak memberikan nilai tambah bagi penggunanya.

Temuan ini sesuai dengan TAM yang dikembangkan Davis (1989), bahwa persepsi kegunaan merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas dan kinerja dalam menyelesaikan aktivitas tertentu. Dalam penggunaan BYOND, manfaat tersebut dapat dirasakan melalui kecepatan transaksi, efisiensi waktu, fleksibilitas akses, serta kemampuan menyelesaikan berbagai kebutuhan keuangan tanpa harus datang secara langsung ke kantor cabang.

Dengan demikian, hasil penelitian mengindikasikan bahwa Generasi Z di Kota Jambi memiliki pertimbangan rasional dalam menentukan minat penggunaan aplikasi BYOND. Mereka tidak hanya mencari aplikasi yang mudah dioperasikan, tetapi juga mengharapkan manfaat yang relevan dengan kebutuhan mereka. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi pula minat untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Adopsi Teknologi

Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa aplikasi yang mudah digunakan memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan diadopsi oleh Generasi Z. Kemudahan penggunaan dapat mengurangi hambatan dalam proses adaptasi pengguna, terutama ketika pengguna harus beralih dari aplikasi sebelumnya menuju platform baru.

Hasil ini menjadi penting karena BYOND merupakan aplikasi yang menggantikan BSI Mobile sehingga pengguna perlu beradaptasi dengan tampilan, fitur, dan sistem layanan yang baru. Apabila proses adaptasi tersebut dipersepsikan mudah, maka pengguna akan lebih cepat menerima perubahan dan melanjutkan penggunaan aplikasi. Sebaliknya, apabila aplikasi dianggap rumit atau membingungkan, pengguna dapat memilih untuk menggunakan alternatif lain.

Data riset pendahuluan mendukung temuan tersebut. Dari 30 responden yang mengadopsi BYOND, sebanyak 17 orang atau 57% masih mengalami kendala dalam penggunaan aplikasi. Kendala yang paling banyak dirasakan adalah fitur yang membingungkan sebanyak 8 orang atau 47%, gangguan saat *login* sebanyak 5 orang atau 29%, dan menu yang kurang responsif sebanyak 4 orang atau 24%. Meskipun demikian, sebanyak 13 orang atau 43% pengguna menyatakan tidak mengalami

kendala berarti. Data ini menunjukkan bahwa meskipun BYOND telah diadopsi oleh sebagian besar responden awal, aspek kemudahan penggunaan masih menjadi ruang yang perlu ditingkatkan.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Adopsi Teknologi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi BYOND. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menerima dan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

Dalam konteks Generasi Z, manfaat aplikasi BYOND dapat dilihat dari kemampuan aplikasi dalam mempermudah transaksi perbankan, menghemat waktu, meningkatkan efisiensi, dan memberikan fleksibilitas akses layanan. Pengguna yang merasakan bahwa aplikasi mampu membantu memenuhi kebutuhan finansial secara lebih efektif akan memiliki alasan yang lebih kuat untuk mempertahankan penggunaan aplikasi tersebut.

Hasil ini memperkuat teori TAM bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor utama dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki peran penting dalam menentukan apakah pengguna hanya mencoba aplikasi atau benar-benar menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari. Dengan demikian, peningkatan adopsi BYOND perlu diikuti dengan pengembangan fitur yang benar-benar memberikan manfaat dan nilai tambah bagi pengguna.

Pengaruh Minat Penggunaan terhadap Adopsi Teknologi

Hasil penelitian membuktikan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi BYOND. Artinya, pengguna yang memiliki minat tinggi untuk menggunakan aplikasi memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengadopsinya secara nyata dan berkelanjutan.

Minat penggunaan menjadi tahap penting yang menghubungkan persepsi pengguna dengan perilaku aktual. Ketika pengguna telah memiliki ketertarikan dan keinginan untuk menggunakan BYOND, mereka akan lebih terdorong untuk menjadikan aplikasi tersebut sebagai sarana transaksi perbankan. Dengan demikian, peningkatan adopsi tidak hanya dapat dilakukan dengan memperbaiki aspek teknis aplikasi, tetapi juga dengan membangun pengalaman pengguna yang mampu meningkatkan ketertarikan dan keinginan untuk terus menggunakan aplikasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori TAM yang menempatkan niat perilaku sebagai salah satu faktor penting yang mendorong penggunaan aktual suatu teknologi (Davis, 1989). Dalam konteks BYOND, minat penggunaan dapat dipandang sebagai tahap psikologis sebelum pengguna mengambil keputusan untuk mengadopsi aplikasi secara nyata.

Peran Minat Penggunaan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Adopsi Teknologi

Hasil penelitian membuktikan bahwa minat penggunaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap adopsi teknologi BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki dua jalur pengaruh, yaitu pengaruh langsung terhadap adopsi dan pengaruh tidak langsung melalui minat penggunaan.

Secara konseptual, ketika Generasi Z merasakan bahwa BYOND mudah digunakan, persepsi tersebut akan membentuk keyakinan positif terhadap aplikasi. Keyakinan tersebut kemudian meningkatkan minat untuk menggunakan aplikasi. Setelah minat terbentuk, pengguna akan lebih terdorong untuk mengadopsi BYOND dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Dengan demikian, minat penggunaan menjadi mekanisme yang menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan dapat diterjemahkan menjadi perilaku adopsi teknologi.

Temuan ini memperkuat kerangka TAM bahwa persepsi terhadap karakteristik teknologi dapat memengaruhi niat perilaku dan selanjutnya mendorong penggunaan aktual (Davis, 1989). Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan menjadi faktor awal, minat penggunaan menjadi mekanisme psikologis, sedangkan adopsi teknologi menjadi hasil akhir dari proses tersebut.

Peran Minat Penggunaan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Adopsi Teknologi

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa minat penggunaan mampu memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap adopsi teknologi BYOND. Artinya, manfaat yang dirasakan pengguna tidak hanya mendorong adopsi secara langsung, tetapi juga meningkatkan minat penggunaan yang kemudian memperkuat keputusan untuk mengadopsi teknologi.

Ketika Generasi Z merasa bahwa BYOND memberikan manfaat nyata, seperti mempermudah transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, pengecekan saldo, dan akses terhadap berbagai layanan keuangan, maka persepsi tersebut akan meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi. Minat yang terbentuk selanjutnya mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan sehingga terbentuk adopsi teknologi.

Temuan ini memperlihatkan bahwa adopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh persepsi manfaat secara langsung, tetapi juga melalui proses pembentukan minat. Dengan demikian, strategi peningkatan adopsi BYOND perlu diarahkan pada dua aspek sekaligus, yaitu meningkatkan manfaat nyata yang diberikan aplikasi dan membangun minat pengguna untuk terus memanfaatkannya.

Sintesis Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa seluruh hubungan yang diuji dalam model penelitian memperoleh hasil positif dan signifikan. Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi. Selanjutnya, minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi. Pada hubungan tidak langsung, minat penggunaan terbukti mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap adopsi teknologi BYOND. Dengan demikian, model penelitian yang dikembangkan berdasarkan TAM memperoleh dukungan empiris dalam konteks adopsi *mobile banking* BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi.

Temuan penelitian juga memberikan gambaran bahwa adopsi BYOND pada Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis aplikasi, tetapi juga oleh proses psikologis pengguna. Persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan membentuk minat, sedangkan minat tersebut berperan dalam mendorong adopsi teknologi. Hal ini memperlihatkan bahwa keberhasilan transformasi digital perbankan syariah perlu

memperhatikan keseimbangan antara kualitas teknologi dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia perlu terus meningkatkan kemudahan navigasi, kecepatan akses, stabilitas sistem, kejelasan fitur, serta manfaat layanan agar dapat memperkuat minat dan meningkatkan adopsi BYOND secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai adopsi *mobile banking* BYOND pada Generasi Z di Kota Jambi, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan faktor penting yang memengaruhi penerimaan dan adopsi teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan maupun adopsi teknologi BYOND. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi dipelajari, dipahami, dan dioperasikan, semakin besar kecenderungan Generasi Z untuk memiliki minat dan keputusan dalam mengadopsi aplikasi tersebut. Demikian pula, persepsi kegunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dan adopsi teknologi, yang menunjukkan bahwa manfaat nyata, efektivitas, efisiensi, dan fleksibilitas layanan menjadi pertimbangan penting bagi Generasi Z dalam menggunakan BYOND.

Selanjutnya, minat penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi teknologi BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa keinginan dan kecenderungan pengguna untuk menggunakan aplikasi menjadi faktor penting yang mendorong penggunaan teknologi secara aktual dan berkelanjutan. Hasil pengujian mediasi juga menunjukkan bahwa minat penggunaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap adopsi teknologi. Dengan demikian, proses adopsi BYOND tidak hanya berlangsung melalui pengaruh langsung persepsi pengguna terhadap teknologi, tetapi juga melalui proses pembentukan minat penggunaan. Temuan ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan proses penerimaan dan adopsi layanan *mobile banking* pada Generasi Z.

Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan adopsi BYOND pada Generasi Z perlu dilakukan melalui peningkatan kualitas pengalaman pengguna. Bank Syariah Indonesia perlu memperhatikan kemudahan navigasi, kejelasan fitur, kecepatan akses, stabilitas sistem, serta manfaat layanan yang sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Upaya tersebut perlu disertai dengan strategi untuk meningkatkan minat penggunaan agar pengguna tidak hanya mencoba aplikasi, tetapi juga menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas perbankan sehari-hari. Dengan demikian, optimalisasi aspek kemudahan dan kegunaan yang mampu membangun minat penggunaan dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan adopsi dan keberlanjutan penggunaan BYOND di kalangan Generasi Z di Kota Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

AlSoufi, A., & Ali, H. (2014). Customers perception of m-banking adoption in Kingdom of Bahrain: An empirical assessment of an extended TAM model. *International Journal of Managing Information Technology*, 6(1), 1–15.

- Arbaian, M. F. N., 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). <https://doi.org/10.32627/maps.v8i2.1190>
- Avifa, N. M., & Nasrulloh. (2026). An extended Technology Acceptance Model for analyzing the adoption of the BSI mobile banking application BYOND: A comparative study between Generation Y and Generation Z customers in Indonesia. *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman*, 13(1). <https://doi.org/10.33650/at-turas.v13i1.14500>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Halimah, N., Martaseli, E., & Sophan, I. (2025). Efektivitas penggunaan sistem informasi BSI Mobile dan BYOND by BSI dalam meningkatkan layanan perbankan: Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Sukabumi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(4). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27402>
- Jalani, S. N. b. M., & Easwaramoorthy, S. V. (2024). Factors influencing the usage of mobile banking apps among Malaysian consumers. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2411.16689>
- Lai, P. C. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873–891. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: A developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244.
- Muarrifah, S., & Wijaya, R. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2017). Understanding the intention to use mobile shopping applications and its influence on price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 37, 8–22.
- Nur Halimah, E., Martaseli, E., & Sophan, I. (2025). Efektivitas penggunaan sistem informasi BSI Mobile dan BYOND by BSI dalam meningkatkan layanan perbankan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(4).
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnla, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance

- model. *Internet Research*, 14(3), 224–235.
<https://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sarkar, S. (2011). The role of information technology in the banking sector. *International Journal of Business and Management*, 6(2), 1–10.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, Y. S., Wang, Y. M., Lin, H. H., & Tang, T. I. (2003). Determinants of user acceptance of Internet banking: An empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 14(5), 501–519.
- Yusup, M. D., Nurasyiah, A., & Azizah, R. (2025). *Intensi penggunaan mobile banking BYOND by BSI pada Generasi Milenial Muslim di Jawa Barat*. Universitas Pendidikan Indonesia