

**PENGARUH LITERASI DIGITAL, PERSEPSI MANFAAT DAN
SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN
LAYANAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE BSI MOBILE PADA
PRODUK TABUNGAN WADIAH
(STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA
MAKASSAR)**

Reski Awalia¹, Asyraf Mustamin², Siti Hafsa Umar³, Samsul Arifai⁴, Kamaruddin⁵
reskiawaliyya17@gmail.com¹, asyraf.mustamin@uin-alaudhin.ac.id², hafsah.umar@uin-alaudhin.ac.id³, samsul.samsul@uin-alaudhina.ac.id⁴, DR.kamaruddin@uin-alaudhin.ac.id⁵
Uin Alauddin Makassar

ABSTRAK

Perkembangan teknologi jelas menjadi peluang sekaligus pendorong bagi lembaga keuangan perbankan untuk mempercepat transisi ke perbankan digital, salah satu layanan yang di adopsi oleh bank yaitu layanan pembukaan rekening online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, persepsi manfaat, dan sikap nasabah terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Tabungan Wadi'ah) di Kota Makassar. Dengan latar belakang meningkatnya adopsi digital perbankan syariah khususnya layanan pembukaan rekening online namun masih banyak nasabah yang merasa sulit untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif konfirmatif dengan 100 responden, hasil menunjukkan literasi digital, persepsi manfaat, dan sikap secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Temuan ini mendukung Technology Acceptance Model (TAM), menegaskan bahwa pemahaman teknologi, manfaat yang dirasakan, dan sikap positif menjadi kunci adopsi. Rekomendasinya, BSI perlu mengoptimalkan sosialisasi dan promosi digital untuk meningkatkan minat dan kepercayaan nasabah.

Kata Kunci: Literasi Digital, Persepsi Manfaat Dan Sikap Nasabah.

ABSTRACT

Technological developments clearly present both an opportunity and a driving force for banking financial institutions to accelerate the transition to digital banking. One service adopted by banks is online account opening. This study aims to analyze the influence of digital literacy, perceived benefits, and customer attitudes on the decision to use the BSI Mobile online account opening service (Wadi'ah Savings) in Makassar City. Against the backdrop of increasing digital adoption of Islamic banking, particularly online account opening services, many customers still find it difficult to use the service. This study used a confirmatory quantitative approach with 100 respondents. The results showed that digital literacy, perceived benefits, and attitudes partially and simultaneously had a positive and significant influence on usage decisions. These findings support the Technology Acceptance Model (TAM), which emphasizes that technological understanding, perceived benefits, and positive attitudes are key to adoption. The recommendation is for BSI to optimize digital outreach and promotion to increase customer interest and trust.

Keywords: Digital Literacy, Perceived Benefits, And Customer Attitudes.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, masyarakat sangat membutuhkan teknologi. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah orang yang menggunakan dan memanfaatkan berbagai teknologi. Salah satu bukti bahwa jumlah masyarakat dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi meningkat yaitu jumlah pengguna internet terus meningkat dari waktu ke waktu, hal ini menunjukkan bahwa orang-orang mengandalkan teknologi untuk berkomunikasi, bekerja dan mengakses informasi. (Irawan, 2023) Perkembangan teknologi yang sangat cepat ini dimanfaatkan oleh banyak perusahaan untuk meningkatkan pangsa

pasar mereka, terutama dalam sektor perbankan. Industri keuangan saat ini berada dalam era yang rumit, dengan banyaknya persaingan yang harus dihadapi. Perbankan digital telah menjadi perbincangan utama dalam beberapa tahun terakhir, dan isu ini semakin penting untuk menganalisis masa depan sektor perbankan. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua bank memiliki ambisi untuk bertransformasi menjadi bank digital .(Syahniar et al., 2021)

Perkembangan teknologi jelas menjadi peluang sekaligus pendorong bagi lembaga keuangan perbankan untuk mempercepat transisi ke perbankan digital , sehingga dapat menawarkan layanan yang berkualitas dan efektif sesuai dengan kebutuhan nasabah. PT Bank Syariah Indonesia Tbk menjadi salah satu perbankan yang memanfaatkan peluang bisnis di era digital . Perkembangan perbankan saat ini menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui berbagai layanan operasional, termasuk mobile banking. Saat ini, semua bank komersial, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), menyediakan layanan m-banking. M-Banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Direktur Utama Bank Syariah Indonesia, Hery Gunardi mengungkapkan bahwa dihidirkannya inovasi fitur layanan pembukaan rekening online dengan fitur biometrik ini akan berfokus menjaring calon nasabah sebagai pengguna aktif layanan digital.

Perkembangan perbankan saat ini menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui berbagai layanan operasional, termasuk mobile banking. Saat ini, semua bank komersial, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), menyediakan layanan m-banking. PT Bank Syariah Indonesia atau BSI dalam memberikan layanan pembukaan rekening online terus mulai mengembangkan fitur terbaru yang lebih memberikan kecepatan dan kemudahan. Hal ini, menyebabkan meningkatnya jumlah nasabah melalui pembukaan rekening online. Disamping meningkatnya jumlah nasabah yang menggunakan transaksi online, tidak semua nasabah merasa di mudahkan dan puas menggunakan layanan tersebut, karena bagi sebagian orang aktivitas bertransaksi secara online terkesan ribet dan sulit terutama untuk para nasabah yang kurang memahami teknologi digital .(BSI Mobile Ujung Tombak Untuk Tingkatkan Penetrasi Digital & Layanan Keuangan Terintegrasi, 2024)

Berdasarkan peristiwa yang pernah di alami Bank Syariah Indonesia yang terjadi pada tanggal 8 Mei 2023, Bank Syariah Indonesia mengalami serangan siber yang berdampak pada layanan mereka. Selama dua minggu, BSI menghadapi gangguan akibat serangan ransomware yang mengancam kebocoran data sebesar 1,5 TB, mencakup informasi mengenai 15 juta nasabah dan karyawan. Awalnya, para nasabah Bank BSI mengeluhkan berbagai layanan yang tidak berfungsi. Akibatnya, mereka tidak dapat melakukan transaksi, baik melalui BSI Mobile, mesin ATM, maupun di teller di kantor cabang bank. Kasus cyber crime ini telah menyebabkan penurunan kepercayaan yang signifikan di kalangan nasabah Bank Syariah Indonesia. Banyak nasabah memilih untuk memindahkan dana mereka ke bank lain karena merasa kecewa terhadap masalah yang berlangsung lebih dari satu atau dua hari. Selain itu, banyak nasabah kini enggan menggunakan layanan BSI Mobile, termasuk pembukaan rekening online, karena khawatir privasi data pribadi mereka tidak terjamin keamanannya.

TELAAH LITERATUR

Literasi Digital

Literasi digital merupakan suatu bentuk kemampuan untuk mendapatkan, memahami dan menggunakan informasi yang berasal dari berbagai sumber dalam bentuk digital.(Naufal, 2021) Literasi digital adalah kesadaran dan kemampuan

seseorang untuk menggunakan alat dan ruang digital secara tepat dengan mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, dan mengevaluasi mereka yang dapat menghasilkan

informasi baru.(Pakpahan et al., 2024)

Persepsi manfaat

Kotler menyatakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.(Kotler and Keller, n.d.) Pratama dan Saputra menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu pandangan subjektif pengguna terhadap manfaat yang di perolehnya.(Robaniyah & Kurnianingsih, 2021)

Sikap

Dalam Cambridge Dictionary disebutkan bahwa sikap adalah sebuah perasaan atau opini tentang sesuatu atau seseorang. Oxford Learner's Dictionaries menyebutkan bahwa sikap adalah cara anda berfikir dan merasakan tentang seseorang atau sesuatu. Sikap juga di katakan sebagai cara anda berperilaku terhadap seseorang atau sesuatu yang menunjukkan bagaimana anda berfikir dan merasakan.(Swarjana, 2022)

Keputusan Penggunaan

Kotler menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan adalah pilihan yang diambil dari berbagai alternatif yang tersedia. Selain itu, keputusan juga melibatkan pemilihan satu alternatif dari dua pilihan atau lebih untuk menetapkan suatu pendapat.

Inovasi Layanan Pembukaan Rekening Online

Rekening adalah catatan pembukuan Bank atas produk simpanan yang dibuka oleh Nasabah perorangan pada Bank baik dalam Rupiah maupun mata uang asing atas dasar permohonan tertulis dari Nasabah atau melalui permohonan nasabah melalui sistem e-Banking milik Bank menurut tata cara dan persyaratan yang tercantum baik dalam Ketentuan Umum dan Persyaratan Pembukaan Rekening ini maupun dalam Ketentuan Umum dan Persyaratan Pembukaan Rekening melalui Elektronik Banking (e-Banking). Jenis-jenis Rekening adalah: Tabungan, Giro, Deposito.(Nadila.T.Oktapiani Sinulingga, 2022).

Informasi mendorong dunia perbankan untuk mengoptimalkan operasional dan meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah. Seiring dengan kemajuan teknologi, perbankan kini mulai beralih ke layanan digital , salah satunya dengan menawarkan pembukaan rekening secara online. Layanan ini merupakan inovasi baru dalam perbankan yang memungkinkan proses reservasi dilakukan secara virtual. Rekening Online adalah layanan yang ditawarkan oleh bank untuk membuka rekening tabungan melalui aplikasi Mobile Banking di perangkat Android atau telepon seluler, tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Layanan ini berbasis digital , sehingga prosesnya lebih cepat dibandingkan dengan pembukaan rekening secara manual. Dalam aplikasi Mobile Banking tersebut, pengguna juga dapat menikmati fungsi yang mirip dengan ATM. Dalam proses pengoperasian layanan pembukaan rekening bank BSI ini dapat diakses dengan dua 2 media. Pertama, melalui aplikasi BSI Mobile yang tersedia di Apps store smartphone. Kedua, melalui Web Form atau website resmi BSI.

Produk Tabungan Wadi'ah BSI

BSI Tabungan Easy Wadiah adalah tabungan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat di lakukan setiap saat di bank atau melalui

ATM dengan mata uang rupiah. Tabungam Easy Wadiah yang murni titipan tidak membebankan biaya administrasi perbulannya kepada nasabah.(Astuti et al., 2023)

Teknologi dalam Islam

Dalam Islam, kemajuan ilmu pengetahuan, termasuk teknologi, sangat dihargai sebagai bagian dari kemajuan ilmu secara keseluruhan. Inovasi teknologi sering kali muncul dari pengembangan teknologi yang telah ada atau dari penemuan baru yang bertujuan untuk mempermudah penyelesaian berbagai tugas atau masalah tertentu. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT Q.S Surah Al-Anbiya: 80 berbunyi:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِنُحْصِيَنَكُمْ مِنْ بِأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ ﴿٨٠﴾

Artinya: “Kami mengajarkan pula kepada Daud cara membuat baju besi untukmu guna melindungimu dari serangan musuhmu (dalam peperangan). Maka, apakah kamu bersyukur (kepada Allah)?”

Menurut Ibnu Athiyyah dalam tafsir Al-Wajiz menyatakan bahwa usai menegaskan adanya hari perhitungan, Allah beralih menjelaskan bukti-bukti kekuasaan-Nya di jagat raya. Dan sungguh, Kami tidak serta-merta 29 menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada di antara keduanya, seperti bintang, matahari, dan bulan, dengan sia-sia dan tanpa manfaat tertentu. Itu semua adalah anggapan orang-orang kafir yang tidak memercayai kekuasaan Allah, maka celakalah orang-orang yang kafir itu karena mereka akan masuk ke neraka yang telah Allah persiapkan untuk mereka. Dalam ayat tersebut menyatakan bahwa adanya penciptaan inovasi alat atau layanan berbasis teknologi seharusnya dapat memberikan manfaat dan kemudahan positif bagi manusia serta perkembangan teknologi contohnya inovasi layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile. Tujuan diadakannya fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile ini untuk memberi manfaat kemudahan bagi nasabah agar dapat membuka rekening secara leluasa yang diakses secara mandiri kapanpun dan dimanapun selama 24 jam dengan syarat terhubung dengan jaringan internet.

METODOLOGI

Penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif yang disebut juga dengan metode konfirmatif karena metode ini biasanya digunakan untuk pembuktian atau konfirmatif. Lokasi penelitian ini bertempat di Bank Syariah Indonesia Kota Makassar terhadap nasabah yang telah menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile . Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia yang berada di Kota Makassar yakni nasabah aktif BSI KC Makassar 1, KC Makassar 2 , KC Makassar Pettarani dan KC Makassar Veteran.(Hilal Fajar, Nuraeni Gani, 2022) Dimana jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 128.870 nasabah aktif yang terdaftar pada kantor cabang.(Wawancara Dengan Salah Satu Pegawai Bank Syariah Indonesia KC Makassar 1 Pada 16 Desember 2024, n.d.) Menurut perhitungan rumus Slovin tersebut, maka dapat diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sejumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel % (df=N- 2=98)	Keterangan
Literasi Digital (X1)	X1.1	0,191	0,1654	Valid
	X1.2	0,872	0,1654	Valid
	X1.3	0,820	0,1654	Valid

X1.4	0,898	0,1654	Valid
X1.5	0,854	0,1654	Valid
X1.6	1	0,1654	Valid
X2.1	0,896	0,1654	Valid
X2.2	0,952	0,1654	Valid
X2.3	0,935	0,1654	Valid
X2.4	0,813	0,1654	Valid
X3.1	0,779	0,1654	Valid
X3.2	0,721	0,1654	Valid
X3.3	0,569	0,1654	Valid
X3.4	0,548	0,1654	Valid
Y1	0,828	0,1654	
Y2	0,848	0,1654	Valid
Y3	0,834	0,1654	Valid
Y4	0,932	0,1654	Valid
Y5	0,869	0,1654	Valid

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas di atas pada variabel- variabel menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid karena memiliki r-hitung > r-tabel dengan nilai n 98 pada taraf sig 5%. Sehingga pernyataan pada variabel Literasi Digital (X1), Persepsi Manfaat (X2) , Sikap (X3) dan Keputusan Penggunaan (Y) dapat digunakan pada uji berikutnya karena nilai r-hitung > r-tabel sebesar 0,1654.

Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Literasi Digital (X1)	0,847	Reliabel
2.	Persepsi Manfaat (X2)	0,920	Reliabel
3.	Sikap (X3)	0,732	Reliabel
4.	Keputusan Penggunaan (Y)	0,913	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas hasil uji Reliabilitas di atas menunjukkan nilai Reliabilitas Cronbach Alpha pada Variabel Literasi Digital (X1) 0,847, Persepsi Manfaat (X2) 0,920 , Sikap (X3) 0,732 dan Keputusan Penggunaan (Y) 0,913 Yang artinya nilai Cronbach Alpha > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut reliabel atau melebihi standar alpha, sehingga semua item pernyataan dalam kuesioner variabel tersebut dapat digunakan untuk uji.

Uji Normalitas

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.1728181
	Std. Deviation	1.70132962
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.109
	Negative	-.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089
Monte Carlo Sig. (2-tailed),	Lower Bound	.074 ^c
	Upper Bound	.081

Berdasarkan dari tabel hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,89 dimana > 0,05 yang berarti data residual terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-9.261	2.588		-3.578	.003		
X1	.199	.205	.165	.970	.347	.154	6.511
X2	.824	.232	.593	3.552	.003	.160	6.239
X3	.706	.199	.305	3.545	.003	.603	1.659

Berdasarkan table 2.4 diatas menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing- masing variabel literasi digital sebesar 6.511, persepsi manfaat sebesar 6.239 dan sikap 1.659 . Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 $VIF < 10$ dan tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolonieritas pada model regresi pada penelitian ini

Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.163	1.531		.106	.917		
X1	.096	.121	.499	.791	.441	.154	6.511
X2	-.148	.137	-.668	-1.081	.297	.160	6.239
X3	.063	.118	.171	.537	.599	.603	1.659

Berdasarkan data yang didapatkan melalui olah data menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai sig pada variabel literasi digital (X1) 0,441, persepsi manfaat (X2), sebesar 0,297 dan sikap (X3) 0,599. Sehingga dapat dikatakan bahwa data yang di uji tidak mengalami heteroskedastisitas karena nilai sig dari variabel-variabel tersebut $> 0,05$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.254	1.131		-1.108	.271
X1	.347	.093	.352	3.747	.000
X2	.571	.118	.470	4.842	.000
X3	.220	.101	.143	4.842	.032

Berdasarkan persamaan yang diketahui maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi X1 sebesar 0,347 hal ini menunjukkan bahwa X1 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X1 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,347.
2. Koefisien regresi X2 sebesar 0,571 hal ini menunjukkan bahwa X2 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X2 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,571.
3. Koefisien regresi X3 sebesar 0,220 hal ini menunjukkan bahwa X3 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X3 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,220.

Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.254	1.131		-1.108	.271

X1	.347	.093	.352	3.747	.000
X2	.571	.118	.470	4.842	.000
X3	.220	.101	.143	2.176	.032

1. Pada variabel literasi digital (X1) di peroleh nilai t hitung 3.747 > dari t tabel yaitu 1.6608. Maka dapat di simpulkan bahwa dengan hasil uji t variabel literasi digital (X1) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan (Y). Dan nilai signifikansi $0,00 < 5\%$, maka dapat di simpulkan bahwa H1 di terima, variabel literasi digital (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).
2. Pada variabel persepsi manfaat (X2) di peroleh nilai t hitung 4.842 > dari t tabel yaitu 1.6608. Maka dapat di simpulkan bahwa dengan hasil uji t variabel persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan (Y). Dan nilai signifikansi $0,000 < 5\%$, maka dapat di simpulkan bahwa H2 di terima, variabel persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).
3. Pada variabel Sikap (X3) di peroleh nilai t hitung 2.176 > dari t tabel yaitu 1.6608. . Maka dapat di simpulkan bahwa dengan hasil uji t variabel Sikap (X3) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan (Y). Dan nilai signifikansi $0,032 < 5\%$, maka dapat di simpulkan bahwa H3 di terima, variabel sikap (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1510.646	3	503.549	166.954	.000 ^b
Residual	289.544	96	3.016		
Total	1800.190	99			

Berdasarkan tabel 2.6 menunjukkan bahwa nilai F hitung yaitu 166.954 > 2,70, sehingga berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya variabel literasi digital, persepsi manfaat dan sikap berpengaruh simultan terhadap variabel keputusan penggunaan.

KESIMPULAN

Bersumber dari hasil Penelitian serta pembahasan pada Penelitian ini, berikut kesimpulan dari pengaruh Literasi Digital, Persepsi Manfaat dan Sikap terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile pada Produk Tabungan Wadiah (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Makassar) :

1. Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile dengan nilai t-hitung > t-tabel sebesar yaitu $3.747 > 1.6608$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,050$. Artinya terdapat pengaruh literasi digital (X1) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y) secara signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah dengan tingkat literasi digital yang baik akan lebih memahami berbagai fitur, keuntungan, serta risiko yang ada pada layanan pembukaan rekening online.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile dengan nilai t-hitung > t-tabel sebesar yaitu $4.842 > 1.6608$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang di rasakan nasabah seperti kemudahan, kecepatan dan efisiensi waktu semakin besar kemungkinan nasabah akan memutuskan menggunakan layanan pembukaan rekening online.
3. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan

Pembukaan Rekening Online BSI Mobile dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ sebesar yaitu $2.176 > 1.6608$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Apabila nasabah memiliki sikap positif terhadap teknologi perbankan digital, menganggapnya sebagai hal yang modern, efisien dan aman maka nasabah akan lebih cenderung untuk mencoba menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile.

Literasi Digital, Persepsi Manfaat dan Sikap berpengaruh simultan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile. Berdasarkan uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung yaitu $166.954 > 2,70$, sehingga berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun persepsi manfaat dan sikap nasabah lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ajis Trigunawan, Woro Isti rahayu, R. A. (2020). Regresi linier untuk prediksi jumlah penjualan terhadap jumlah permintaan.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Islamic Sciences, Sumenep*, 1, 70–89.
- Arliyani, E., & Vidyasari, R. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Keamanan dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan antara Kartu ATM dan Cardless Mobile Banking BCA. Skripsi.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Astuti, S., Sembilanbelas, U., Kolaka, N., Wonua, A. R., Sembilanbelas, U., Kolaka, N., Titing, A. S., Sembilanbelas, U., & Kolaka, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Sri Astuti. 2(4). Bank Syariah Indonesia. (2021). Sejarah Perseroan. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- BSI Catatkan Jumlah Pengguna BSI Mobile Capai 6,7 Juta di Kuartal I-2024. (n.d.). Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsi-catatkan-jumlah-pengguna-bsi-mobile-capai-67-juta-di-kuartal-i-2024>
- BSI Mobile Ujung Tombak untuk Tingkatkan Penetrasi Digital & Layanan Keuangan Terintegrasi. (2024). Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-mobile-ujung-tombak-untuk-tingkatkan-penetrasi-digital-layanan-keuangan-terintegrasi>
- Firdaus, R., & Rahmah, H. (2024). Analysis of “Burekol” Procedures and Benefits for Generation Z at Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah : AICONOMIA*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.32939/acm.v3i1.3653>
- Hilal Fajar, Nuraeni Gani, S. (2022). Pengaruh Brand Imagedan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Makassar. *Journal IBEF*, 2, 66–82.
- Nadila.T.Oktapiani Sinulingga. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking pad PT Bank Syariah Indonesia tbk, KC Medan Adam Malik di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi.
- Pakpahan, R. A., Fauzi, A., Nursal, F., Prasetyo, A. I., Mayki, C. D. A., Marwan, B. A. R. P., Sihombing, I. P., & Laurence, M. (2024). Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Penggunaan Produk E-Banking Article History. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 235–248.

- Syahniar, A. T., Herlambang, T., & Ira Puspitadewi. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember sudirman. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Elkington, J. (2021). *Green Swans: The Coming Boom in Regenerative Capitalism*. Fast Company Press.
- Firzatullah, M., Xenanova, E., Putri, M. A. C. K., & Rahadhini, M. D. (2024). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Etika Bisnis di PT Cirebon Power. *e-Jurnal LPPM UNUSA*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, DN, & Porter, D. (2009). *Ekonometrika Dasar (edisi ke-5)*. McGraw-Hill.
- Gunawan, V. J. (2025). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan. *IJAA (Jurnal IAPI)*.
- Hair, JF, Anderson, RE, Tatham, RL, & Black, W. (1988). *Analisis Data Multivariat (Edisi ke-5)*. Macmillan.
- Herlina, N., & Putra, F. (2023). Public Perception of Corporate Social Responsibility Programs and Corporate Image. *International Journal of Business Ethics*, 7(2), 112–126.
- Hess, D. (2001). Regulating Corporate Social Performance: A New Look at Social Accounting, Auditing & Reporting. *Business Ethic Quarterly*.
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehn, C. (2022). Customer Experience Management: Toward Implementing an Evolving Marketing Concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(3), 401–424.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2021). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 85(1), 69–96.
- Macnamara, J. (2023). *Organizational Listening: The Missing Essential in Public Communication*. Peter Lang.
- Mewujudkan Triple Bottom Line. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1445–1456. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.685>
- Panduan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan BUMN. (2021). Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia.
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara. (2021). Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. (2012). Pemerintah Republik Indonesia.
- PT.PLN, (Persero). (2022). Laporan Keberlanjutan PT PLN (Persero) Tahun 2022. PT PLN (Persero).
- Putri, A. R., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(2), 145–158.
- Rachman, H. A. (2024). Studi atas Pengukuran Kinerja Corporate Social Responsibility dan Firm Value. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 11(3), 1–12.
- Rahmawati, L., & Hidayat, R. (2022). Corporate Social Responsibility sebagai Strategi Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 33–47.
- Rosita, S. (2024). *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Jambi.
- Sari, N., & Nugroho, B. (2023). Strategi Promosi Sosial dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(2), 101–115.
- Sari, N., & Sari, M. N. (2024). Analisis Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Selama Pandemi Covid-19 pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 155–161. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2250>
- Silalahi, U. (2015). *METODE PENELITIAN SOSIAL KUANTITATIF*. Refika Aditama.
- Siregar, M. Y., & Nasution, A. (2023). The Role of Corporate Social Responsibility in Enhancing

- Corporate Image and Public Trust. *Journal of Social Responsibility*, 5(1), 21–35.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional). (n.d.). No Title.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sulselrabar, P. L. N. (2025). Mengenal Lebih Dekat PLN Sulselrabar: Sejarah, Visi, dan Misi Perusahaan. PLN Sulawesi. <https://plnsulawesi.id/2025/01/mengenal-lebih-dekat-pln-sulselrabar-sejarah-visi-dan-misi-perusahaan/>
- Sulselrabar, P. T. P. L. N. (Persero) U. I. D. (2023). Laporan Kinerja PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sulselrabar Tahun 2023. PT PLN (Persero).
- Susanto, E., & Wijaya, R. (2021). Stakeholder Theory dalam Implementasi Corporate Social Responsibility Perusahaan Modern. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 89–103.
- Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (2007). Pemerintah Republik Indonesia.
- Wulandari, T., & Akbar, M. (2024). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility BUMN dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Administrasi Negara*, 29(1), 55–70.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Pandit, A. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.
- Zulfikar, A., & Sisdianto, E. (2024). Strategi CSR Berkelanjutan: Membangun Harmoni antara Profit, People, dan Planet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 22–31. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i1.554>.